

# Encontre o nexo e decida melhor



No Fórum HSM Novas Fronteiras da Gestão 2012, Walter Longo defenderá que o nexo é primordial na perenidade de qualquer negócio

O especialista em comunicação e inovação Walter Longo defende que o nexo é primordial na perenidade de qualquer negócio –o nexo com sua história, suas marcas, seus clientes, sua missão e valores, com a essência de seus negócios ou as metas para seu futuro. “Apenas por meio do nexo podemos

tomar decisões conscientes, assegurando os resultados esperados”, afirma.

Longo, que é presidente da New Energy, vice-presidente da Young & Rubicam e mentor de estratégia e inovação do Grupo Newcomm, será um dos palestrantes do **Fórum HSM Novas Fronteiras da Gestão**, a ser realizado nos dias 21 e 22 de agosto, em São Paulo. Em artigo publicado por **HSM Management**, escrito com seu sócio na empresa de consultoria Nexial, Zé Luiz Tavares, ele explica que é preciso, por exemplo, encontrar o nexo entre a campanha e a personalidade da marca, porque isso dá segurança ao diretor de marketing para aprovar a campanha. Já o nexo com o cotidiano do consumidor aumenta a probabilidade de acerto nas decisões do gerente de produto.

Os autores assinam o livro *O Marketing na Era do Nexo* (ed. Best Seller), no qual vemos que “nexialismo” é uma espécie de supraciência que integra de maneira sinérgica, complementar e sequencial as várias disciplinas que compõem o conhecimento humano, de modo que as coisas e atividades façam nexo entre si. É uma abordagem que aproveita os insights gerados por diferentes disciplinas e os integra para gerarem resultados exponenciais.

“Em um universo de especialização cada vez maior, nada mais importante que ter a visão do todo, ou seja, ser capaz de desenvolver princípios e critérios comuns para o julgamento de nossas ações. E, no mundo dos negócios, é cada vez mais importante encontrarmos alguém que seja capaz de saber onde olhar para buscar as respostas”, afirmam Longo e Tavares.

Encontrar o nexo, contudo, não é tarefa simples. Costumamos ser tendenciosos e contaminamos nossa análise do problema pelo viés de nossa própria área. Assim, um especialista em marketing direto tende a conceber a resolução de problemas por intermédio de mailings e CRM, apenas.

Segundo os autores, somos divididos em tribos especializadas em ferramentas, e não em soluções. “Estamos com abundância de especialistas prontos para defender com unhas e dentes a eficiência da sua ferramenta, sem a menor noção ou vontade de avaliar a importância relativa das alternativas”, alertam.

## O “nexialista”

Para Longo e Tavares, faltam em nosso mercado empresas e profissionais com visão sinérgica que permita ter ideias e buscar soluções integradoras de múltiplas ferramentas e abordagens, sem peso específico sobre nenhuma delas. Essa é a visão “nexialista”.

O “nexialista” se diferencia do generalista e do especialista por sua maneira de observar, apreender, refletir e concluir. Isso se nota nas seguintes atitudes e características:

- tem interesse variado e incansável curiosidade, o que faz com que atue como roteador estratégico na solução de problemas;
- é um eterno insatisfeito, não aceita o que é normatizado e padronizado;
- “Por quê?” é seu mantra cotidiano. Duvida de tudo de que os outros têm certeza;
- acredita que a solução de qualquer problema não está em receitas prontas, mas em uma abordagem sob medida e sinérgica de múltiplos ingredientes;
- é uma pessoa multidisciplinar por opção, e não por falta dela;
- tem visão abrangente, gestáltica, porém não deixa de ir fundo naquilo que faz sentido para resolver o problema;
- não nasce “nexialista”, nem opta por sê-lo. São as oportunidades, circunstâncias e vivências que transformam um especialista ou generalista em um “nexialista”.

O território do “nexialista” é a intersecção entre pluralidade e profundidade de conhecimento. “O desenvolvimento da capacidade de encontrar e criar conexões entre diversos pontos dessas disciplinas para a solução de problemas é o que faz de um profissional um ‘nexialista’”, concluem os autores.

## REFERÊNCIA:

LONGO, W. e TAVARES, Z. L. “Os nexialistas estão chegando”. *HSM MANAGEMENT*, n.85, mar./abr. 2011.