

CLAVES PARA EL ÉXITO DE IDEAS INNOVADORAS

Autor: MANUEL RAMOS

Fuente: Innovadirectivos (10/12/2010)

<http://www.innovadirectivos.es/recursos-humanos/gestion-de-talento/manuel-ramos/claves-para-el-exito-de-ideas-innovadoras/>

Por desgracia, no resulta raro que en las empresas se tienda a mirar a las nuevas **ideas** como algo trivial, dudoso o inconsistente. No obstante, está claro que **las ideas que aportan novedad, utilidad y valor** constituyen la base y el punto de partida de los **procesos de innovación en las organizaciones**. Si verdaderamente deseamos que estas formulaciones se conviertan en un activo que nos haga crecer, mejorar y ser más competitivos, será necesario concederles una especial atención y un tratamiento específico acorde con su enorme relevancia potencial.

Cada vez que un profesional es capaz de concebir una idea valiosa, el **primer reto** que ha de plantearse es la manera de hacerla valer, **de venderla ante los interlocutores** que han de aprobarla o ratificar la necesidad de convertirla en realidad en el seno de la empresa. No suele ser tarea fácil si el enunciado incorpora una intensa carga de innovación.

La idea puede ser, en sí misma, brillante, pero esto no basta para que sea bien recibida y pueda abrirse camino en mitad de un sinfín de actitudes acomodadas en la rutina y en la resistencia al cambio. En este complejo proceso de convencer a los demás, casi siempre adquiere mayor importancia la forma en la que presentamos la **idea**, que el propio contenido de esta.

En consecuencia, bien merece la pena que dediquemos algo de tiempo y esfuerzo en **planificar nuestra estrategia** de cara a lograr que nuestra aportación sea útil para todos. Además, nuestro bagaje nos indica que la primera impresión que provoca una idea puede ser muy difícil de contrarrestar con posterioridad.

¿Qué hacer para ayudar a las ideas novedosas y útiles a salir adelante? Sugerimos aquí algunas sencillas pautas para conferir vigor a esta materia prima de la innovación real:

Buscar alianzas y apoyos iniciales a su idea

El primer paso muy bien puede ser transmitir nuestra **idea** a aquellas personas con algún nivel de responsabilidad en la toma de decisiones, que puedan resultar más proclives o favorables a la idea en cuestión. La selección de estos primeros interlocutores dependerá de su perfil, de su cargo y del grado de confianza personal y profesional que con ellos tengamos.

Estos primeros contactos nos pueden ayudar a contrastar la viabilidad y el valor de la idea; a construir un argumentario de ventas claro y convincente y a conseguir un primer grupo de profesionales y/o directivos que se identifiquen con nuestra formulación. Además, estas personas incluso podrán enriquecer la idea o detectar en ella puntos fuertes que para nosotros podrían haber pasado desapercibidos inicialmente.

Elaborar un listado de preguntas y respuestas críticas

Puede ser de tremenda utilidad colocarnos en el lugar de aquellas personas más resistentes al cambio y tratar de imaginar qué preguntas u objeciones enunciarán para restar valor a nuestra nueva aportación. Si somos capaces de anticipar las objeciones, nos resultará mucho más fácil saber cómo rebatirlas.

Cuando se desea hacer fracasar una propuesta, es habitual que nuestros oponentes dialécticos utilicen distintas triquiñuelas al uso: tratar de retrasar las decisiones todo lo posible; preguntar por detalles irrelevantes; invocar el temor al cambio de los demás o lanzar ataques personales contra aquellas personas que están del lado de la innovación. La única opción pragmática ante estas actitudes es basarnos en los argumentos claros, concisos y concretos que confieren utilidad y valor a la idea y a los posibles resultados de su implantación.

Plantear la idea de forma sencilla

Conviene casi siempre elaborar un planteamiento claro y sencillo centrado en dos o tres puntos principales. Para ello será necesario realizar una síntesis didáctica e intentar no mencionar al principio las cuestiones más accesorias. Los pequeños detalles no solo distraen, ya que además suelen ser el arma arrojada favorita de aquellos que buscan sembrar la confusión para blindarse ante el cambio.

Responder con confianza

Es imprescindible responder a las preguntas y objeciones con brevedad, sencillez y confianza, sin entrar nunca en cuestiones personales o en planteamientos demasiado elaborados. Como es obvio, la práctica de la escucha activa será para nosotros un recurso importante. Aunque no lo crean, nos ayudará mantener esta actitud y responder a las preguntas estúpidas como si se tratara de preguntas sensatas, simplemente esgrimiendo argumentos simples y razonables. Es útil responder a las preguntas equivocadas de manera correcta.

No implicarse emocionalmente

Sin duda, es útil subrayar con entusiasmo los aspectos más beneficiosos de nuestra idea. No obstante, nos interesa tratar de no alterarnos como reacción a todos los obstáculos personales y de organización que encontremos por el camino. Por consiguiente, es importante descartar cualquier posible reacción o actitud negativa, hostil o agresiva por nuestra parte. Eso más bien interesa dejarlo para los demás.