

O memento

a vida avança velho
e quem não avança
ao lado dela fica

só

maximo górkí

tribos>>

famílias>>

hierarquias>

redes>>

novas tribos>>>>>

o futuro ainda não existe
portanto pode ser criado
não é modelo de tamanho único
você pode inventar o seu
não pode ser previsto mas
tendências são identificadas



*senhora informação
destruidora de incertezas
é mais importante que a água
oculta não vale nada e
não dá talento a quem não tem*

0,1% das camisinhas furam

senhorita aprendizagem
bonitinha e às vezes ordinária
provoca o aumento do saber o quê
do saber o porquê e do saber o como
é mãe do conhecimento

se 0,1% das camisinhas furam

*senhor conhecimento
come a senhora informação
faz julgamento e separa o
significativo do irrelevante
sabe o que sabe e por que sabe*

então

rainha inovação

avança o conhecimento

é arte e disciplina e processo

que transforma ideias em percepção

de valor para clientes

arranje um amor



estratégia

os clientes
estão no con
trole

Atitude
inovação
Clientes
empresarial
produtos e serviços

atitude

sustentável

ecologicamente

correto

socialmente

justo

culturalmente

engajado

economicamente

viável

performance
resultados
valor para o cliente
pelomenor valor
inovação
conhecimento
talento
informação
liderança



meta boa é aquela
que você não tem
a menor idéia de
como vai
conseguir chegar

वैराग्य

não faz mal à saúde

respeita as leis da
natureza

é sem veneno sem aditivo

sem conservante

diversidade

tem mais sabor

baccana

gestão colaborativa

poder do conhecimento

aprendizagem ativa

liderança compartilhada

valorização ética

responsabilidade social

excelência

qualidade é

o que cada

cliente sente

que qualidade é

crie um astral
pro cliente sair
da real e sacar
bombando

inovação

gestão integrada de uma
estratégia inovativa

missão
clientes

organização
estrutura cultura

tecnologia
produto processo

sauber e tschirky

ilógica de
artista

mesmo que r

você será

aplaudido

talento

talento é aquilo que
você faz que os outros
acham que você faz
melhor que os outros

educação

integridade

capacidade

motivação

compreensão

temperamento

conhecimento

satisfação

competência

valores

experiência

cultura

atração de talentos

de competências e
habilidades para uma
função requerida

para o talento e o
potencial

avaliação

do foco na performance
normalizada por regras e
procedimentos

para o foco na
performance normalizada
por resultados

desenvolvimento

da identificação e
correção de fraquezas

para a educação com
foco no talento

cargos e remuneração

do desempenho e
experiência

para a autonomia na
busca do crescimento

Liderança

se
você
não
sabe
aonde
vai
ninguém
guirã

time é

balaio de gatos

pau pra toda obra

só pensam naquilo

concentração

deixa comigo

arranca rabo

o time ganha

o time decide

essência simplicidade

melhoria

pureza harmonia



quando o trabalho é um
prazer a vida é uma
alegria

quando o trabalho é um
dever a vida é

escravidão

maximo górkí



ludwig.com.br

Bibliografia

1. Neumeier, Marty. **"ZAG - The #1 Strategy of High-Performance Brands"**. AIGA - New Riders, EUA, 2007.
2. Sauber, Tim & Tschirky, Hugo. **"Structured Creativity - Formulating an Innovation Strategy"**. Palgrave MacMilan, Great Britain, 2006.
3. Rueff, Rusty & Stringer, Hank. **"Talent Force - A New Manifesto for the Human Side of Business"**. Pearson Prentice Hall, USA, 2006.
4. Parks, Sharon Daloz. **"Leadership can be taught"**. HBS Press, EUA, 2005.

5. McEwen, William. ***“Married to the Brand”***. Gallup Press, EUA, 2005.
6. Kelley, Tom. ***“The ten faces of innovation”***. Currency Doubleday, EUA, 2005.
7. Pink, Daniel H. ***“A revolução do lado direito do cérebro”***. Elsevier, Brasil, 2005.
8. Zigarmi, Drea; Blanchard, Ken; O’Connor, Michael; Edeburn, Carl. ***“The Leader Within - Learning enough about yourself to lead others”***. Prentice Hall, EUA, 2005.

9. Gladwell, Malcolm. ***"Blink – The power of thinking without thinking"***. Little, Brown, EUA, 2005.
10. Kim, W. Chan; Mauborgne. ***"Blue Ocean Strategy – How to create uncontested market space..."***. HBS Press, EUA, 2005.
11. Drucker, Peter F.; Maciariello, Joseph. ***"The Daily Drucker" - 366 days of insight and motivation for..."***. Harper Business, EUA, 2004.
12. Johansson, Frans. ***"The Medici Effect"***. HBS Press, EUA, 2004.
13. Schwartz, Evan I. ***"Juice – The creative fuel that drives world-class inventors"***. HBS Press, EUA, 2004.

14. Wind, Yoram; Crook, Ciolin; Gunther, Robert. ***"The power of impossible thinking"***. Wharton School Publishing, EUA, 2004.
15. McGahan, Anita M. ***"How industries evolve – Principles for achieving and sustaining..."***. HBS Press, EUA, 2004.
16. Trout, Jack. ***"Trout on Strategy"***. McGraw Hill, EUA, 2004.
17. Malone, Thomas. ***"The Future of Work"***. HBS Press, EUA, 2004.
18. Prahalad, C. K. & Ramaswamy, Venkat. ***"O futuro da competição"***. Campus, Brasil, 2004.

15. Johnston, Robert E.; Bate, J. Douglas.
"The power of Strategy innovation". Amacom,
EUA, 2003.

16. Chesbrough, Henry. *"Open Innovation"*.
HBS Press, EUA, 2003.