

Inovação ao serviço dos resultados

por: **Gonçalo Gil Mata**, *Partner*, MIND4TIME

Para a MIND4TIME, inovação é parte do seu ADN e expressa-se em três vetores estratégicos: conteúdos, formatos e método cognitivo.

Uma evolução constante de conteúdos é mandatória. Por exemplo, a tradicional gestão de tempo mudou imenso nos últimos 10 anos, porque o ritmo e o contexto tecnológico se alteraram, mas também pelas novidades de ergonomia mental oriundas das neurociências cognitivas. As novas recomendações dos autores de referência são mais eficazes na produtividade pessoal, e com recurso a muito menos “disciplina”. Todos os anos há novidades, e quem não acompanhar, vai ficar de fora...

Num segundo aspeto, tentamos inovar ao nível do formato. E vemos cada vez mais gestores de formação com abertura para pôr em causa os modelos “logisticamente confortáveis”, privilegiando a eficácia do investimento. Por exemplo, a nossa típica mistura entre sessões individuais e as normais sessões de grupo exige naturalmente maior esforço de calendarização, mas compensa. Ou intercalar o curso no tempo, permitindo um teste real no contexto de trabalho e *feedback* entre sessões. Ou menos formandos por grupo. Inovar nem sempre “dá jeito”: o nosso programa “*cockpit control*” é um formato de “*desk-side-coaching*”, isto é, um consultor acompanha o executivo na sua secretária, na otimização das ferramentas diárias (gestão documental, listas de tarefas, sincronizações tecnológicas, notação de reuniões, enfim, tudo o que for útil para afinar o “ferrari”). Comercialmente não será o serviço mais rentável – talvez por isso tão poucos o forneçam – mas não há outra maneira de o fazer bem feito. Para inovar tem de ser possível pôr em causa o absolutismo da rentabilidade. Finalmente, o método cognitivo será o que mais distingue as formações



Momento ao ar livre na formação *Reinvention Day*

MIND4TIME. A nossa base metodológica parte sempre de uma estimulação cognitiva muito característica, que está por trás de todos os nossos produtos, quer se trate de uma palestra motivacional, do nosso famoso curso In TEMPO® ou dos novos programas de *team coaching*. É porventura o que leva muitos dos nossos participantes a relatar que “fica o bichinho das ideias a trabalhar cá por dentro, até muito depois da formação ter terminado”. De facto, e como sabemos da popularidade do *coaching*, estes modelos cognitivos são mais impactantes e menos sujeitos ao “pico” motivacional que tradicionalmente dura apenas enquanto a “formação está fresca”. Se queremos sustentabilidade nas alterações comportamentais, os alicerces devem ser as premissas de raciocínio do próprio participante, o seu sistema heurístico, as suas ideias e a sua personalidade. O trabalho faz-se na solicitação metafórica, na criação de novas perspetivas, na exploração introspectiva, na estimulação de momentos “a-ha!”. E então é como se fosse descoberto um novo atalho, vantajoso tanto lógica como emocionalmente – fica mais simples não voltar ao caminho antigo.

Vemos cada vez mais gestores de formação com abertura para pôr em causa os modelos “logisticamente confortáveis”, privilegiando a eficácia do investimento

O nosso mais recente produto, e um bom exemplo destas três preocupações de inovação, é o “*Reinvention Day: mind mapping success*”. Um dia intenso de total imersão num espaço inspirador com muito ar livre. Tendo um investigador de neurociência como orador convidado, exploramos conceptualmente e aplicamos na prática uma série de modelos introspectivos, desde alinhamento de valores a investigação de crenças identitárias, com muita projeção de cenários apetecíveis em sessões conduzidas de *brainstorming* e reflexão escrita. O resultado foi reconhecido pelos participantes como uma experiência única, inédita, e extremamente impactante. Pensamos ser este o caminho... **└**