



¿Tienes ideas nuevas sobre dónde buscar nuevas ideas?

Continuamente nos vemos ante la necesidad de dar con nuevas ideas que sean rompedoras, que nos diferencien... Es el eterno sonsonete para mantenernos vivos en este mercado en cambio constante y acelerado. Cambian los parámetros de decisión de los clientes. Cambian sus necesidades. Cambian los medios de ofrecer nuestro servicio o producto. Cambian los competidores. Todo cambia. Pero así ha sido siempre ¿no creéis?

Quizás la gran diferencia con tiempos pretéritos es la velocidad a la que ocurren estos cambios, que hay que estar siempre despiertos para verlos venir y que no se nos lleven por delante. Pero respecto del cambio y la velocidad del mismo ya hemos hablado en nuestro blog, hoy nos centramos en dónde mirar cuando necesitamos ideas nuevas.

Aunque a menudo nos desalentamos pues creemos que nuestras fuentes de inspiración están agotadas, de tan exprimidas como las tenemos entre todos, nada de ello es cierto. No debemos desanimarnos: **las fuentes de inspiración son infinitas**. Debemos empezar por posicionar nuestra mirada en un estado superior al de nuestro mercado particular.

Tomemos un ejemplo: El modelo y formato de las tiendas de Apple se inspiraron en una aerolínea y una cadena hotelera, y el producto que ofrece Apple no se parece ni a una ni a otra. Sabemos que la fórmula de importar de ámbitos alejados del nuestro formas de hacer, modos de exponer o vías de aproximación a nuestros clientes funciona. Sin embargo es cierto que tendemos a limitarnos de forma inconsciente, como dice a menudo un buen amigo nuestro: "Cuando vendes martillos, a tu alrededor todo son clavos".

Pero ¿no hibridó IKEA ideas de otros sectores para vender lo que ya hacían otros muchos, que era vender muebles? ¿No parecía un tanto "extraño" el vender productos de muy bajo coste como libros a través de una página web como hizo inicialmente Amazon? ¿No parecía una barbaridad poner sofás en una cafetería para que la gente se estuviera mucho rato saboreando un "café" como hizo Starbucks?

Podríamos seguir enumerando multitud de ejemplos de inspiraciones importadas de otros sectores, de la propia naturaleza, de lo que nos cuentan los clientes, los proveedores o incluso los competidores.

Realmente **no es mucho lo que hace falta para tener nuevas ideas**. Nos hace falta contar con algunos ingredientes que, en ocasiones, cuestan de incorporar, como son la imaginación, la serenidad, la mente abierta, el desaprender, el saber escuchar en 360º, el dejarse ayudar, el disponer de un método que permita probar rápido y barato hasta acertar en el mismísimo centro de la diana.

Decimos que no es mucho porque todo lo que aquí hemos enumerado está a nuestro alcance: **se halla en nosotros mismos**, no tenemos que salir de expedición para conseguirlo. Y si esto es cierto... ¿por qué nos sentimos tan desorientados a la hora de buscar ideas? ¿Por qué no activamos nuestras propias capacidades y nos ponemos en acción para sacarles todo el partido que prometen?