

O Facebook é Inovador?

Felipe Scherer

Semana passada quando ministrava um treinamento sobre inovação, um dos participantes perguntou: o Facebook é inovador? Qual é a inovação que o Facebook trouxe para o mercado? A empresa fundada por Mark Zuckerberg há 7 anos foi eleita em 2010 como a empresa mais inovadora do mundo. As vésperas do anunciado lançamento inicial de ações, vale uma leitura do por que o Facebook é inovador:

Primeiro vamos começar pelo lado visível da empresa: o produto /serviço. O FB foi a rede social que conseguiu criar um espaço para os amigos deixarem mensagens (mural), foi aquele que introduziu o email de alerta para informar os usuários que eles haviam recebido um recado ou mesmo haviam sido marcados e a própria funcionalidade de curtir foram elementos importantes para o sucesso do Facebook. Porém a ideia do negócio era muito maior que somente a questão tecnológica.

A criação em cima de uma comunidade restrita (Harvard) e depois outras universidades, trouxe um atrativo adicional para o Facebook, ou seja, os usuários e potenciais usuários sabiam que poderiam encontrar pessoas próximas na rede. Eles leriam e seriam lidos por pessoas que poderiam repercutir assuntos abordados. Mark soube criar funcionalidades voltadas para o público alvo, pois sabia que muitos estudantes viviam longe das suas cidades e estavam ávidos em estabelecer novos contatos. O Facebook acelerou essa integração, facilitando organizar trabalhos, festas, grupos de estudo e tudo mais que cercava o universo dos estudantes! Dois anos depois do sucesso entre os estudantes de quase 2000 universidades, a expansão para outros amigos e familiares criou um hub de usuários interessados em comunicar e interagir.

O sucesso da rede permitiu criar um modelo de captura de valor também diferenciado: esse tipo de site não era visto com bons olhos por anunciantes, mesmo aqueles que já trabalhavam na lógica digital. O Facebook foi a primeira rede a conseguir colocar anúncios com sucesso. Além disso, a criação de moeda virtual para utilização em jogos e aplicativos também rendeu uma fonte de geração de recursos.

Cabe também falar sobre a organização interna e a gestão dos processos tecnológicos. Segundo a empresa, cada engenheiro é pessoalmente responsável por pelo menos um milhão de usuários, enquanto o Google precisa de 1 engenheiro para cada 80.000 clientes. Na prática isso significa que a empresa de Mark precisa muito uma proporção muito menor de engenheiros, o que reflete um modelo diferente de operação. Os processos e a própria plataforma são mais eficientes que a do concorrente.

Mesmo tendo sido lançado seis anos depois do primeiro site considerado uma rede social (Six Degrees.com) o FB soube combinar novidades em diferentes dimensões do seu negócio (produto, processo, clientes, captura de valor, etc...). O sucesso da empresa está na combinação dessas inovações.

Fonte: <http://exame.abril.com.br/rede-de-blogs/inovacao-na-pratica/2011/12/05/o-facebook-e-inovador>