Resumo do Livro O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios,

Como o CEO mais improvável do mundo construiu o Facebook? Isso é o que você vai saber com o livro O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios. A autora Ekaterina Walter fala sobre os segredos desse sucesso estrondoso que, segundo ela, estão nos cinco valores que o fundador do Facebook soube personificar e explorar. E o primeiro e mais importante deles é **a Paixão.** Os demais são: Propósito, Pessoa, Produto e Parcerias.

Ekaterina Walter tem cacife para escrever sobre a poderosa Facebook. Ela esteve na vanguarda da revolução da transformação digital. Na Intel, liderou a adoção de mídia social em toda a empresa, foi um motor de mudança e liderou a inovação como co-fundadora e CMO da BRANDERATI, uma startup que foi adquirida pela Sprinklr. Ao longo de sua carreira, trabalhou com marcas globais, além de aconselhar uma série de startups.

A explosão do Facebook

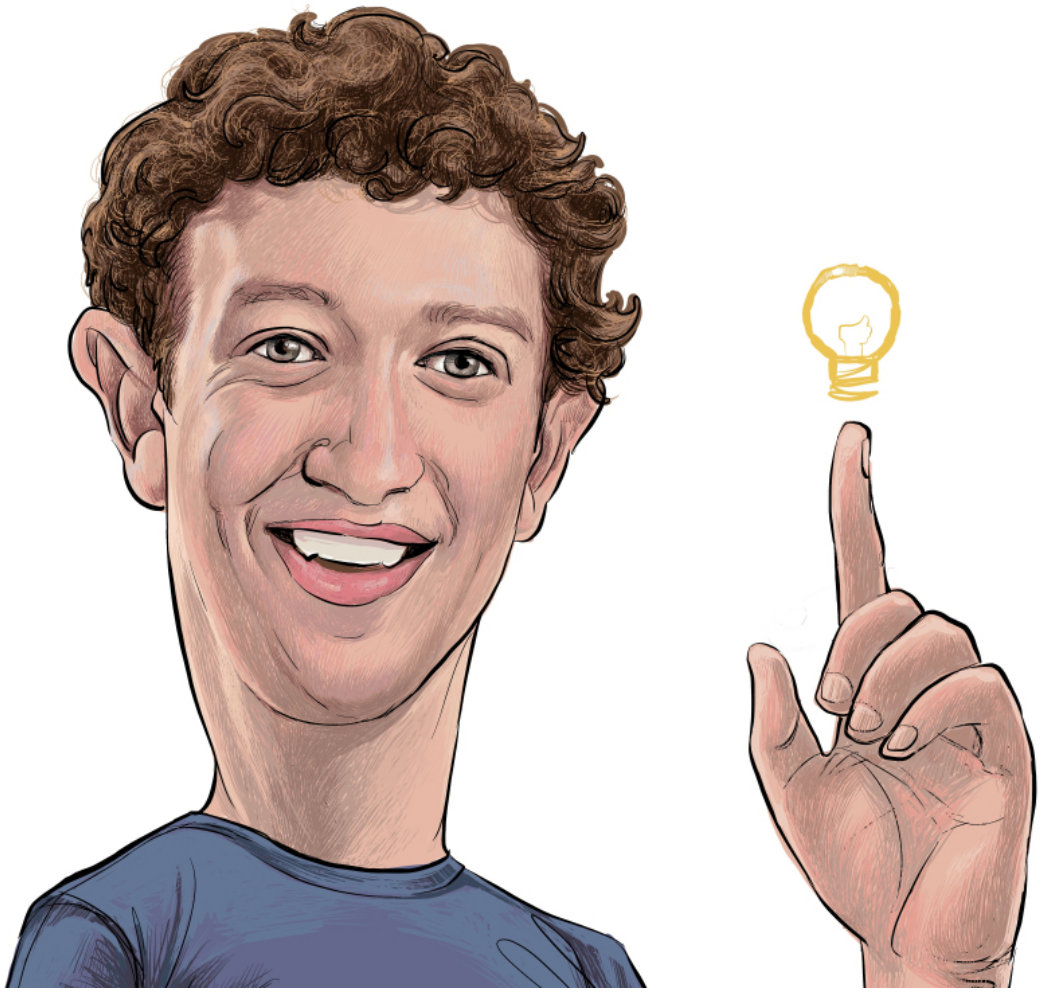
É claro que você conhece o Facebook. E é bem provável que você seja um dos milhões de usuários dessa rede social. Mas muita gente não sabe como a empresa foi criada e o que foi decisivo para o seu sucesso inesperado e meteórico.

O Facebook nasceu em 04 de Fevereiro de 2004 e cresceu conectando pessoas, divulgando histórias, promovendo reencontros… Além disso, favoreceu a criação de movimentos defensores das mais diversas causas, como direitos humanos, liberdade de expressão etc.

Hoje, afirma o livro livro O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios, todas as identidades têm poder para ver suas vozes

serem fortalecidas.

Os primeiros passos



Mark Zuckerberg tinha apenas 19 anos quando fundou o Facebook. Na época, ele cursava Ciência de Computação e Sociologia, na prestigiada Harvard University, e a proposta do seu projeto era conectar estudantes da própria escola.

Mas o Facebook extrapolou rapidinho os muros de Harvard, ganhando o mundo. Com o sucesso, Zuckerberg abandonou a universidade para se dedicar integralmente à empresa. Ele ficou milionário com 23 anos de idade.

Os números estrondosos do Facebook

De acordo com a autora de O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios, é possível dizer que o Facebook tornou-se uma parte fundamental do DNA da internet, influenciando e dominando o

fluxo de informações como nunca antes.

Em dezembro de 2019, eram 2,5 bilhões de usuários ativos mensais em todo mundo e o Facebook era acessado, em média, 8 vezes por dia. Segundo a Forbes, a empresa estava avaliada em US$ 88,9 bilhões, com receita de US$ 48,8 bilhões.

E o fundador do Facebook continua acumulando fortuna. Em 2019, Zuckerberg soltou para o quinto lugar no ranking dos homens mais ricos do mundo, atingindo US$ 6,2 bilhões de patrimônio líquido.

De fato, são números pra ninguém botar defeito, não é mesmo? Então, você ficou interessado em saber mais sobre essa história de sucesso? Siga com a gente!

O Jeito Zuckerberg de fazer negócios

Esgrimista no colégio e capitão de time na faculdade, Zuckerberg parece pensar o mundo como uma competição constante. E ele analisa as melhores estratégias para ganhar, sempre com muita confiança em si.

Tem gente que enxerga essa confiança como arrogância, até mesmo porque ele não costuma prestar atenção nas conversas que não o interessam. Mas a autora de O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios garante que, na verdade, isso é pura confiança em suas habilidades.

Desde criança, sua paixão por tecnologia foi incentivada pelo seu pai, Edward Zuckerberg. E, ainda adolescente, o fundador do Facebook chamou a atenção da Microsoft com programas que desenvolveu, antes mesmo de ingressar em Harvard.

Na universidade, ele continuou criando programas simples, mas populares entre seus colegas, como o Facemash – um programa para descobrir quem era a pessoa mais bonita do campus. O

sucesso foi instantâneo.

Mas Zuckerberg foi advertido pela direção da universidade por invadir o sistema e “roubar” informações e fotos dos estudantes.

No entanto, o Facemash, de acordo com o próprio Zuckerberg, possibilitou aprendizados que, um ano mais tarde, facilitariam o nascimento do Facebook e uma trajetória de sucesso estrondoso. Por exemplo, dois desses aprendizados foram: como garantir inscrições voluntárias e como possibilitar que qualquer um só compartilhasse o que deseja.

Assim, essa experiência de Zuckerberg nos mostra que todo evento pode ser considerado um sucesso ou um fracasso, mas sempre terá lições valiosas,. Tudo dependerá de como se olha para os fatos.

Originalidade absoluta: uma concepção errônea

O próprio Zuckerberg admite que teve sua cota de inspirações, com experiências e conversas no colégio e na faculdade. Não tem nada de errado nisso, desde que o produto final seja original em seus aspectos fundamentais.

O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios afirma que, inclusive, os competidores do Facebook – MySpace e Friendster – compartilham algumas semelhanças notáveis com a rede social de Zuckerberg, que foi lançada depois deles.

Se um empreendedor é apaixonado o suficiente por uma vontade ou necessidade e enxerga uma brecha em uma solução imperfeita já existente, deve-se ir adiante e aproveitar. Ao utilizar-se a sabedoria e a experiência, é possível criar então um produto original, podendo inclusive celebrar sua autenticidade publicamente sem disputas.

Zuckerberg poderia apenas ter sonhado sobre um projeto de rede social ou apenas falado dele. No entanto, a sua filosofia permitiu que ele fosse o único a ter coragem para assumir os

riscos e agir efetivamente. Além disso, ele nunca perdeu de vista o que considera o coração e **o segundo valor das empresas bem-sucedidas: propósito.**

A paixão por seu propósito

Um empresário pode ser um grande líder, quando é capaz de inspirar e de transmutar seu negócio em uma verdadeira fonte de inspiração. Ideias podem ser facilmente copiadas, mas lealdade a uma missão cria um propósito único, ressalta a autora de O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios.

Por que o ambiente de trabalho no Facebook fervilha animação, mesmo Zuckerberg não sendo nem um pouco carismático? Segundo Ekaterina Walter, a resposta está em sua paixão por seu propósito, que reúne toda a empresa em torno da mesma missão.

Zuckerberg sempre defendeu que seu objetivo é criar algo significativo em longo prazo, e suas ações não o contradizem. Nem quando empresas o assediaram com ofertas bilionárias, ele se desviou de seu objetivo.

É vital para Zuckerberg lutar a fim de manter sua visão viva. De fato, ele é dedicado a isso ao ponto de ser considerado ingênuo. Em algumas ocasiões, Zuckerberg chegou a auxiliar possíveis competidores em projetos que julgava serem interessantes.

Na verdade, aqui a autora de O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios chega ao **terceiro valor das empresas bem-sucedidas que tornam o propósito de qualquer homem possível: outras pessoas**.

A qualidade do capital humano

Pesquisas diferentes pelo mundo afora sempre mostram, claramente, o desânimo emocional da maioria da população com o local de trabalho. Um problema que afeta diretamente a

produtividade dos funcionários e, claro, os lucros das empresas.

Apesar de ser menos visível nos pequenos empreendimentos, esse problema pode se tornar grave em empresas que crescem rapidamente, se o líder não se preocupar em moldar claramente a comunicação dos valores e da cultura corporativa.

Zuckerberg compreendeu isso desde o início do Facebook, ou seja, ele somente contrata pessoas alinhadas com a sua percepção da cultura de colaboração, agilidade e desejo de melhoria constante.

De acordo com o livro O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios, as pessoas certas para uma empresa nem sempre são aquelas com a melhor habilidade. Afinal, isso de nada adiantará se elas não tiverem uma atitude alinhada com os valores da empresa.

No Facebook, é incentivado que funcionários trabalhem em grupo em torno de projetos que inspiram paixão, de forma a assegurar que o resultado seja tão bom quanto possível. Com isso, a empresa espera maior engajamento e, também, que os funcionários cresçam por causa da inteligência e competência, e não por currículo ou idade.

A motivação do fortalecimento

A maior vantagem de contratar as pessoas mais alinhadas à cultura da empresa é que o gestor não precisa perder tempo servindo de babá para os funcionários desmotivados, ignorando os empregados talentosos que procuram orientação superior.

Ou seja, se o líder escolhe esse caminho, ele certamente falhará em sua missão de criar um bom ambiente, onde boas ideias nascem e se desenvolvem mesmo em tempos difíceis.

Se confiança não for um dos valores fundamentais de uma empresa, dificilmente a comunicação será aberta. Dessa forma, muitas opiniões valiosas nunca serão ditas e futuros líderes nunca terão a chance de mostrar seus dons.

Zuckerberg, ao contrário, adota postura diferente para estimular todos a darem tudo de si no trabalho. Por exemplo:

- incentiva a transparência total entre os gestores e demais funcionários do Facebook;
- não abre mão de servir de exemplo e, até hoje, jamais faltou a uma reunião que tenha marcado;

- aceita os fracassos ocasionais como parte do processo de crescimento;
- estimula a criatividade e iniciativa dos funcionários, que podem, dessa forma, explorar novas perspectivas que trazem benefícios diretos.

A hora de abandonar o barco

Mesmo com todos os esforços para contratar as pessoas certas, o livro O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios lembra que nem sempre as coisas saem como o planejado. Nesses casos, é preciso saber quando é melhor que um funcionário abandone o barco. Por exemplo, Zuckerberg teve que pedir para que o primeiro presidente do Facebook, Sean Parker, saísse de seu cargo, mesmo que ele fosse seu amigo.

Ou seja, se um gestor deseja criar uma empresa extraordinária, precisa preenchê-la com pessoas extraordinárias, que possam somar, não dificultar a convivência. Liderança inteligente em todos os níveis é uma das características mais vitais de empresas bem-sucedidas.

Efeito beija-flor da liderança

Ekaterina Walter elaborou uma lista das dez qualidades mais importantes em líderes eficientes, que em seu conjunto formam o chamado "Efeito beija-flor da liderança". Ou seja, como esse pequeno pássaro discreto, o líder não deve chamar muito atenção para si, mas ser extremamente inteligente e notavelmente corajoso quando necessário.

As dez qualidades listadas pela autora de O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios são:

- Flexibilidade
- Gerência
- Agilidade
- Pensamento estratégico
- Persistência
- Coragem
- Orientação para resultados
- Intuição
- Caráter
- Desenvolvimento pessoal

Segundo ela, Zuckerberg pode ser caracterizado com louvor como um líder eficiente. Ele é minimalista e silencioso, mas também determinado e trabalhador. Ele aprende com seus fracassos e se desafia constantemente, utilizando-se de **estratégia para vender e expandir o quarto valor das empresas bem-sucedidas: o produto**.

O longo alinhamento da visão

O Facebook pode muito bem ser a empresa de crescimento mais rápido de todos os tempos, e isso não foi destino. Foi visão. Afinal, Zuckerberg percebeu a importância de colocar as pessoas como protagonistas do modelo de negócio e não a tecnologia ou o conteúdo.

Ele identificou o caminho mais vantajoso a percorrer com o auxílio de sua paixão e filosofia pessoal, que estimulavam seu propósito.

A autora de O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios afirma que o fundador do Facebook não queria fama ou dinheiro, quando lançou o seu projeto. Pelo contrário, afirma, ele só estava cansado de esperar Harvard auxiliá-lo na criação de um tipo de compartilhamento de informações que os estudantes queriam.

Entretanto, Zuckerberg já sabia que um crescimento rápido poderia ser fatal, caso a estrutura da rede social não estivesse preparada para o impacto de tantos novos inscritos. Assim, apesar do entusiasmo com o sucesso repentino, ele teve que frear, deliberadamente, a velocidade do processo.

Agindo desta forma, o criador do Facebook mostrou-se alinhado às ações dos grandes líderes, que devem desenvolver em seu instinto os momentos mais apropriados para seguir em frente ou diminuir o passo.

Sempre renovando seu pensamento, Zuckerberg lidera as constantes inovações do Facebook. Em meio à primeira oferta bilionária de compra de sua rede social, em setembro de 2006, estreou o polêmico feed de notícias, seguido em breve pelo cadastro aberto para todos.

As primeiras reações ao feed foram péssimas. Mas Zuckerberg não considerou nem por um minuto remover a nova ferramenta, mesmo tendo que criar controles de privacidade mais rigorosos para aplacar os protestos dos usuários. Pouco tempo depois, a explosão de crescimento do Facebook provou que ele estava totalmente certo.

A curta solidificação

Provando ser um visionário, Zuckerberg planejava tornar sua rede social uma plataforma, de maneira a permitir que outros pudessem criar serviços próprios.

Tratava-se um plano ambicioso, que solidificaria a liderança do Facebook, caso fosse bem-sucedido. E foi… Seis meses depois do anúncio público do plano, metade dos usuários tinha pelo menos um aplicativo instalado em seu perfil.

A indústria de tecnologia estava espantada com todo esse sucesso. Com o Facebook subindo patamares a passos largos, não era mais possível menosprezar Zuckerberg.

Mas nem tudo eram flores. Até hoje, Zuckerberg reconhece que a relação entre o Facebook com os parceiros da publicidade, por exemplo, é atrapalhada pelo modelo de inovação rápida proposto pela rede social. Até mesmo alguns usuários questionam as suas verdadeiras intenções, afirma o livro O Jeito Zuckerberg de

Fazer Negócios.

Um líder estratégico tem que saber a hora de desistir

Zuckerberg compreendeu isso com certa dificuldade, hesitando em abrir mão de trabalhos como o Wirehog, que era um software de compartilhamento ligado ao Facebook, mas que não fez tanto sucesso quanto o esperado.

Apesar das eventuais dificuldades, Zuckerberg teve o impulso inicial que caracteriza grandes líderes: solidificar um produto, antes de se preocupar em receber os seus lucros. No caminho, mudou a maneira como as pessoas se comunicam online, exatamente porque entende que o sucesso é uma maratona e a inovação é algo pessoal.

Ele se solidificaria como um pioneiro. E esse não foi, de forma alguma, um trabalho fácil.

Enfim, para ser um líder efetivo, todos devem ter em mente a paixão que será alimentada pelo propósito. Entretanto, nenhum homem é uma ilha, e o sucesso advém em grande parte do quinto e **último valor das empresas bem-sucedidas: parcerias.**

O sucesso é um esporte coletivo

Super-heróis não existem no mundo real. Pessoas são falhas e não sabem tudo. Assim, formar parcerias para alcançar as metas é uma tendência humana natural e está especialmente presente nos homens de negócios bem-sucedidos.

Assim como existem vários motivos para se estabelecer uma parceria, cada participante pode ter um papel bem distinto um do outro. Existem investidores, funcionários, conselheiros, familiares… Todos, sem exceção, podem dar sua contribuição para ajudar a alavancar um projeto.

Existem também aqueles que inspiram a ação. Com frequência, o visionário inspirador que captura a mente e corações ao seu redor não é tão bom assim nas tarefas mundanas que ocorrem no dia-a-dia de uma empresa. Paralelamente, o habilidoso no processo operacional mais prático da construção de um negócio não costuma desenvolver muito bem um produto.

Na prática, os negócios mais bem-sucedidos tendem a ter uma equipe principal que se complementa em suas aptidões, mas compartilha os mesmos propósitos. Não foi diferente no Facebook. Enquanto Mark Zuckerberg liderava as inovações tecnológicas que permitiam à empresa manter-se no topo há tanto tempo, sua oficial de operações Sheryl Sandberg

garantia, em grande parte, a prosperidade financeira do Facebook.

Antes de Sandberg, a renda do Facebook era de $ 150 milhões. Rapidamente saltou para mais de $ 4 bilhões. Mas isso não pode ser atribuído apenas à incrível competência de Sandberg, garante a autora de O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios. Segundo ela, um fator decisivo do sucesso foi a boa relação entre Sandberg e Zuckerberg, que estimula uma constante e saudável troca de informações.

Enfim, com Sandberg cuidando das operações práticas da empresa, Zuckerberg pode se dedicar melhor à sua paixão. Essa parceria se tornaria um modelo para empresas de tecnologia e, de fato, trata-se de um exemplo fenomenal de construção de parcerias estratégicas.

Citações de Mark Zuckerberg

Continue aprendendo

E já que estamos falando de Facebook e citamos a participação relevante de Sheryl Sandberg para o crescimento da empresa, convidamos você a conhecer microbook dessa fantástica profissional. Anote aí:

Faça Acontecer – Sheryl Sandberg

Não é novidade para ninguém que os homens ainda ocupam a maioria das posições de liderança. Isso ocorre tanto no setor público, como no privado. Ou seja, as vozes femininas não estão sendo ouvidas de forma igualitária.

Nesse livro, Sheryl Sandberg explora os principais motivos dessa desigualdade e dá dicas práticas para mulheres que querem usar todo o seu potencial e conquistar o mundo.

Além de ser a mulher mais poderosa do Facebook e o braço direito de Mark Zuckerberg, Sandberg é uma das 50 mulheres mais poderosas do mundo, segundo a revista Forbes.

Toneladas de conhecimento

Esse microbook de Sheryl Sandberg e todos os demais da plataforma 12min podem ser lidos em até 12 minutos. Assim, você consegue absorver toneladas de conhecimentos, das mais diferentes categorias, na velocidade que o mundo atual exige.

Se você preferir, pode optar pela versão audiobook, para ouvir os resumos dos livros no carro, na academia, enquanto faz a sua caminhada, isso é, onde e quando quiser.

Os microbooks do 12min estão disponíveis para leitura nos seus aplicativos móveis para iPhone/Android e envio em PDF/EPUB/MOBI para o Amazon Kindle. Ou seja, tudo isso para facilitar a sua vida.

Além dos microbooks citados aqui, você deve gostar também de outro post aqui no Blog 12 min, sobre os 5 livros recomendados pelo Mark Zuckerberg.

Boa leitura e ótimos aprendizados!

Se você curtiu o resumo do livro O Jeito Zuckerberg de Fazer Negócios, em pdf, e as nossas dicas de leitura, deixe aqui os seus comentários!

E, é claro, lembre-se de compartilhar esse post entre os seus amigos do Facebook e demais redes sociais!