



Venkat Ramaswamy · Kerimcan Ozcan

# O PARADIGMA DA COCRIAÇÃO

*Symnetics*

gen | atlas

## Resumo de O Paradigma da Cocriação

Cocriação é a associação colaborativa entre fornecedores, colaboradores e clientes que resulta numa troca de experiências benéficas para consumidores e empresas. Na relação tradicional de mercado, os caminhos são regidos pela equivalência entre oferta e demanda de bens e serviços.

No processo de criação dos valores que se baseiam nessa estrutura, os consumidores não têm participação ativa. A partir da análise de um modelo de organização convencional, os autores alertam que essa estrutura já não atende mais o perfil dos novos consumidores: aqueles que querem participar de todo o processo de produção, que estão conectados e deixaram de ser passivos, aptos a se tornar cocriadores de valor.

O paradigma da cocriação traz um olhar multifacetado sobre as relações de mercado, onde as empresas já não conseguem atuar em uma via de mão única e devem incluir o comprador em todo processo de produção.

A obra demonstra que os consumidores atuais querem ajudar a criar o valor dos produtos e serviços que usam, buscando um diálogo mais amplo e constante entre eles e as organizações.

Os autores abordam a introdução ao paradigma da cocriação, passando pela cocriação até a mudança transformacional, culminando na adoção desse modelo que foge do convencional. O livro traz ainda tabelas e figuras que irão contribuir para um bom entendimento dessa temática que interessa às empresas e a toda sociedade consumidora.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)