

a vida avança e
quem não avança
ao lado dela fica

SÓ

maximo górki

tribos >>>>>>>>>>>>>

famílias >>>>>>>>>>>>>

hierarquias >>>>>>>

redes >>>>>>>>>

tribos <<<<<<<<<<<<<

o cliente
está no con-
trole

r. walker

?onde
vivem
as
!boas
ideias

no futuro que não
existe e pode ser criado

não pode ser previsto

mas tendências são

identificadas

estratégia

atitude

inovação

cidadãos

organização

crecimento
resultados
valor cliente
custo cliente
inovacao
conhecimento
talento
informacao
lideranca

meta boa é aquela que
você não tem a menor
idéia de como vai
conseguir chegar

jack

mala
espe

ho

vasso

ura

lágri

ma

estratégia

substantivo

feminino

baccana

gestão colaborativa

poder do conhecimento

administração compartilhada

valorização ética

responsabilidade social

inovação

missão
clientes

organização
estrutura
cultura

tecnologia
produto
processo

sauber e tschirky

ilógica de artista

mesmo que r

você será

aplaudido

crie um astral
pro cliente sair
da real e sacar
bombando

liderança

líder

gestor

líder

educador

líder

transfor

mador

talento

**talento é o que
você faz que os
outros acham que
você faz melhor
que os outros**



talento é qualquer

pensamento

sentimento

comportamento

produtivo quando aplicado

educação

capacidade

compreensão

conhecimento

competência

resultados

integridade

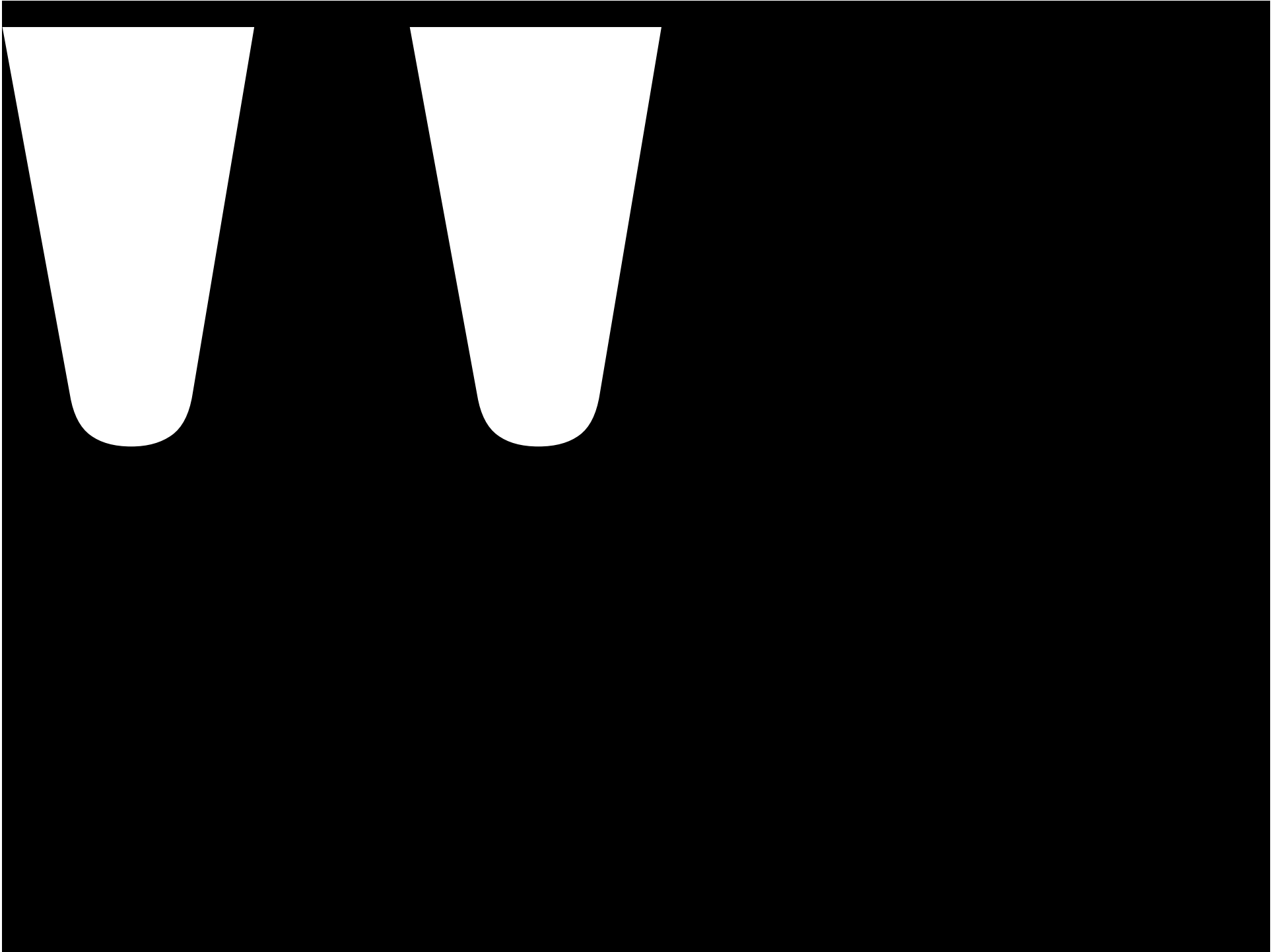
motivação

temperamento

satisfação

valores

cultura



quando o trabalho é um prazer a
vida é uma alegria

quando o trabalho é um dever a
vida é

escravidão

maximo górki

todo progre

ss0

é fruto de pe

ss0as

nada raz

oáveis

bernard shaw



ludwig.com.br

Bibliografia

1. Neumeier, Marty. **"ZAG - The #1 Strategy of High-Performance Brands"**. AIGA - New Riders, EUA, 2007.
2. Sauber, Tim & Tschirky, Hugo. **"Structured Creativity - Formulating an Innovation Strategy"**. Palgrave MacMilan, Great Britain, 2006.
3. Rueff, Rusty & Stringer, Hank. **"Talent Force - A New Manifesto for the Human Side of Business"**. Pearson Prentice Hall, USA, 2006.
4. Parks, Sharon Daloz. **"Leadership can be taught"**. HBS Press, EUA, 2005.

5. McEwen, William. ***“Married to the Brand”***.
Gallup Press, EUA, 2005.

6. Kelley, Tom. ***“The ten faces of innovation”***.
Currency Doubleday, EUA, 2005.

7. Pink, Daniel H. ***“A revolução do lado direito do cérebro”***. Elsevier, Brasil, 2005.

8. Zigarmi, Drea; Blanchard, Ken; O'Connor,
Michael; Edeburn, Carl. ***“The Leader Within -
Learning enough about yourself to lead others”***.
Prentice Hall, EUA, 2005.

9. Gladwell, Malcolm. ***"Blink – The power of thinking without thinking"***. Little, Brown, EUA, 2005.
10. Kim, W. Chan; Mauborgne. ***"Blue Ocean Strategy – How to create uncontested market space..."***. HBS Press, EUA, 2005.
11. Drucker, Peter F.; Maciariello, Joseph. ***"The Daily Drucker" - 366 days of insight and motivation for..."***. Harper Business, EUA, 2004.
12. Johansson, Frans. ***"The Medici Effect"***. HBS Press, EUA, 2004.
13. Schwartz, Evan I. ***"Juice – The creative fuel that drives world-class inventors"***. HBS Press, EUA, 2004.

14. Wind, Yoram; Crook, Ciolin; Gunther, Robert. ***"The power of impossible thinking"***. Wharton School Publishing, EUA, 2004.

15. McGahan, Anita M. ***"How industries evolve – Principles for achieving and sustaining..."***. HBS Press, EUA, 2004.

16. Trout, Jack. ***"Trout on Strategy"***. McGraw Hill, EUA, 2004.

17. Malone, Thomas. ***"The Future of Work"***. HBS Press, EUA, 2004.

18. Prahalad, C. K. & Ramaswamy, Venkat. ***"O futuro da competição"***. Campus, Brasil, 2004.

15. Johnston, Robert E.; Bate, J. Douglas. ***"The power of Strategy innovation"***. Amacom, EUA, 2003.

16. Chesbrough, Henry. ***"Open Innovation"***. HBS Press, EUA, 2003.