

Oportunidades en la nueva normalidad

Bogotá
COLOMBIA

Querétaro
MÉXICO

Ayacucho
PERÚ

Quito
ECUADOR

Buenos Aires
ARGENTINA

Manizales
COLOMBIA



1. Procesos, Productos y Personal idóneo



Oportunidades que identificas en esta nueva normalidad

Todos los procesos requieren **tiempo, esfuerzo, coordinación, dinero y en últimas recursos que son escasos**. En la medida que puedas identificar tu objetivo claramente y su pertinencia, podrás planificar el proceso de intervención (**Taller, Mentoría, Coaching, Consultoría, Formación o un mix**) adecuadamente, y obtener los resultados que estén alineados a tu organización o a tu proyecto (**productividad, ventas, rentabilidad, flujos de caja saludables, costos y gastos, entre otros**), el bienestar que anhelas y en los tiempos requeridos.

La **disciplina, consciencia, responsabilidad, decisiones, inversiones, acciones intencionadas y seguimiento, son fundamentales en la ejecución de cualquier proceso**.

En este ejercicio de autoconocimiento y reflexión, diligencia la información que corresponda de acuerdo al objetivo que tienes en mente, quizá algunas preguntas no aplican, omítelas.

1. Datos de la persona que consideras debería liderar el proceso

Nombre.....
Cargo.....
Teléfono.....
Correo electrónico.....

2. Identifiquemos que tanto conoces los resultados de tu empresa, proyecto o emprendimiento, realmente.

2.1. Ventas (por mes): en la línea horizontal marca los últimos 6 meses y en la línea vertical marca las escalas en miles o millones, señala lo puntos y al finalizar une los puntos con una línea.

- 2.2. **Número productos o líneas vendidos (por mes):** en la línea horizontal coloca los meses y en la vertical la escala de cantidad, señala los puntos por mes y únelos con una línea.

A large empty rectangular box with a thin black border, intended for drawing a line graph showing the number of products or lines sold per month.

- 2.3. **Número de clientes (por mes):** en la línea horizontal coloca los meses y en la vertical la escala de cantidad, señala los puntos por mes y únelos con una línea.

A large empty rectangular box with a thin black border, intended for drawing a line graph showing the number of clients per month.

- 2.4. **Factor relevante:** _____

Define otro factor que sea relevante en tu modelo de negocios y los resultados que hoy tienes, como inversión en publicidad, cotizaciones, cierres, gráficalo en la línea horizontal coloca los meses y en la vertical la cantidad, señala los puntos por mes y únelos con una línea.

A large empty rectangular box with a thin black border, intended for drawing a line graph for a relevant business factor.

Grafica los últimos 6 meses y podrás ver de una forma sencilla y simple cuanto conoces la empresa, y como se ha venido comportando en los últimos meses.

3. **¿En qué negocio estas?** _____

Es fundamental saber en qué negocio estoy, ten presente que no es el negocio del producto que vendes, sino de la necesidad humana que satisfaces. **En nuestro caso ayudamos a profesionales, emprendedores y empresarios comunes a que aceleren sus procesos y multipliquen sus resultados (mejorando sus ventas, su rentabilidad y/o sus flujos de caja, reduciendo costos y gastos), en un escenario de bienestar sustentable por medio del arte de la dirección efectiva.**

4. **Tienes claro ¿Por qué lo haces?** _____

Tener claridad de tu razón o propósito personal te permite entender porque haces lo que haces, En el caso de Adrián Vargas, gestor del www.clubdeaceleracionempresarial.com como profesional y empresario, **recuerda su niñez en el campo y la actitud de las personas que viven en su región de origen, y la educación de sus padres, muy serviciales. Y debido a ello, le gusta ayudar, de acuerdo a sus posibilidades, talentos, recursos y habilidades.**

5. **¿Cuál o cuáles son los problemas que tienen tus clientes y que solucionas con tu promesa o promesas de valor (hablamos en plural porque puedes estar orientado a diferentes segmentos de mercado)?** _____

6. **¿Describe quien o quienes son los clientes ideales para cada una de tus promesas de valor y qué situaciones los llevan a comprar?**

7. **¿Tienes claro el punto de equilibrio en unidades y en ventas? Si ____ no ____**
¿Cuál es? _____

8. **¿Tienes claro los costos unitarios de producción? Si ____ no ____**
¿Cuál es? _____

9. **¿Tienes alguna herramienta o tecnología para interactuar con tus clientes, recolectar su información, quejas, reclamos o sugerencias? Si ____ no ____**
¿Cuáles? _____

10. ¿Tienes claramente definidos tus procesos administrativos, financieros, comerciales, productivos, logísticos, contables, entre otros? Si ___ no ___ ¿En qué observas que requieres trabajar? _____

11. ¿Tienes claro cuál es el margen de rentabilidad de tus productos o servicios, cuál es el producto que más rentabilidad te aporta y cuál es el que más ventas te genera? Si ___ no ___ ¿En qué requieres Profundizar? _____

12. ¿Sabes cuáles son los cargos fundamentales para el funcionamiento de tu empresa, qué hace cada uno de ellos y lo tienes documentado? Si ___ no ___ ¿En qué debes trabajar? _____

13. Es básico que un empresario tenga una perspectiva de crecimiento así:

13.1. ¿En qué quiere crecer? _____

13.2. ¿Para qué quiere crecer? _____

13.3. ¿Hasta dónde quiere crecer? _____

13.4. ¿Incluso, Por qué quiere o no crecer? _____

13.5. **¿En qué tengo o necesito crecer?** _____

14. ¿Ingresos actuales por año? _____

Para lograr esto es fundamental tener un propósito, entender que negocio esta, conocer de finanzas y costos, saber vender, relacionarse con los clientes y configurar productos a la medida.

15. ¿META de generación de Ingresos para el siguiente periodo ¿ _____

16. ¿Ingresos mensuales para lograrla? _____

| SEMANA | DIA | PRODUCTO / LINEA 1 | PRODUCTO / LINEA 2 | PRODUCTO / LINEA 3 | PRODUCTO / LINEA 4 |
|--------|-----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | | | | |
| | | | | | |

Más allá de las ideas

17. ¿La meta económica que acabas de establecer, hace que te de vacío o te hierva la sangre?

Sí____ No____ ¿Por qué?_____

18. En que desearías trabajar, para ello marca con una x tu interés en la siguiente tabla:

| | |
|--|--|
| 1. Un problema identificado. | |
| 2. Una oportunidad latente. | |
| 3. Para identificar nuevas oportunidades o problemas aun sin evidenciar. | |

19. ¿Cuál o cuáles son los resultados que esperas obtener?, marca con una x en la siguiente tabla en frente del resultado que te hace sentido:

| | |
|---|--|
| • Vender más o más rápido | |
| • Aumentar la rentabilidad | |
| • Tener flujos de caja saludables | |
| • Reducir costos y/o gastos | |
| • Optimizar o maximizar procesos y resultados | |

20. Teniendo en cuenta las respuestas anteriores ¿En qué área o áreas, crees que requieres enfocarte y mejorar tu desempeño, por el impacto positivo que obtendrías, y por qué?

| Área | Selección | ¿Por qué? |
|--|-----------|-----------|
| Gestionar la cultura empresarial y desarrollar una mentalidad coherente a las METAs de la empresa | | |
| Mejorar o desarrollar una nueva experiencia de usuario, ligado a los momentos de verdad de mis clientes | | |
| Transformarme digitalmente para diseñar y desarrollar nuevas formas de entregar mi transformación y generar nuevas fuentes de ingresos y formas de relacionamiento. | | |
| Definir o redefinir nuestro cliente ideal, avatar o buyer persona | | |
| Formular o reformular la transformación, promesa de valor o valor simbólico que ofrecemos o deseamos ofrecer a nuestros clientes ideales | | |
| Estructurar el mensaje y la comunicación persuasiva que emplearemos para atraer, educar, convertir y fidelizar a nuestros grupos de interés | | |
| Definir o redefinir la estrategia de marketing, los canales y materiales que empleamos para persuadir y enamorar a nuestros grupos de interés | | |
| Desarrollar o redefinir los productos o servicio que ofrece o desea ofrecer en la empresa | | |
| Evaluar, ajustar y redefinir en los casos que se requiera los procesos administrativos, financieros, contables, productivos, comerciales, logísticos, de marketing, entre otros. | | |
| Desarrollar un proceso de gestión del conocimiento que permita prepararnos para relevos generacionales y evitar dependencias profesionales. | | |
| Gestionar la estructura o modelo de negocio actual y futuro de la organización para mejorar las posibilidades de sostenibilidad empresarial | | |
| Gestionar y redefinir la estrategia empresarial en los diferentes dominios y áreas de la empresa. | | |
| Estructurar los planes de acción orientados a los resultados y que sean posibles de ejecutar con los recursos actuales | | |

Más allá de las ideas

| | | |
|--|--|--|
| Aprender a usar herramientas para innovar y enfocar esfuerzos en el desarrollo de nuevas fuentes de ingresos | | |
| Desarrollar o actualizar el plan de carrera, los estímulos laborales, el proceso de selección o el proceso de inducción en la empresa. | | |
| Mejorar el bienestar de los colaboradores y potencializar su efectividad y rendimiento | | |
| Otras áreas o temas de relevancia para la empresa | | |

21. ¿Tienes claro cómo mejorar tus utilidades? SI_____ No_____

Ten presente que, para sintetizar el proceso y con la disculpa de los puristas en las finanzas, la utilidad es un resultado que sale de multiplicar el margen por el volumen. **U: M x V**

En ese sentido te enfocarías en incrementar tu margen con mejores ofertas _____

Aumentar el volumen de producción y rotación _____

Un mix _____

22. Observa esta sencilla formula tropicalizada de las ventas, diseñada por el señor Bradley Sugars. En ese escenario ¿Cuál es tu realidad y con qué valor crees que podrías comprometerte?

| Ítem | Ejemplo | Ejemplo con el 10% más en cada factor | ¿Cuál es tu realidad? | Incrementar el _____% en _____ |
|---|----------|---------------------------------------|-----------------------|--------------------------------|
| # de prospectos | 100 | 110 | | |
| % o tasa de conversión | 10% | 11% | | |
| Número de clientes | 10 | 12,1 | | |
| Incremento | | 21% | | |
| Valor venta promedio | \$100 | \$110 | | |
| Frecuencia de compra | 2 | 2,2 | | |
| Valor de las ventas en el periodo | \$2.000 | \$2.928,2 | | |
| Incremento | | 46,4% | | |
| Tiempo de vida de tu cliente en tu embudo | 10 | 11 | | |
| Ventas totales proyectadas | \$20.000 | \$32.210,2 | | |
| Incremento | | 61,05% | | |

Más allá de las ideas

Teniendo en cuenta el recorrido anterior, es importante que empieces a concretar tus intereses, objetivos, capacidades y METAs, para identificar qué tipo de escenarios de asesoría, mentoría, formación o talleres, se ajustan más a tus necesidades y posibilidades.

1. ¿En qué desearías trabajar concretamente? _____

2. ¿Cuáles serían los indicadores o factores que se afectarían y te permitirían observar que lo que esperabas que pasara sucedió efectivamente, para que al final del proceso, tú puedas decir con tranquilidad y confianza, el proceso me fue de utilidad?

Señálalos a continuación: _____

3. ¿Tienes claro los factores, áreas o variables que deben intervenir, alinearse y gestionarse para que lo que esperas que pase, suceda y en el tiempo que planteas? Sí__ No__

¿Cuáles son las variables, factores o áreas que identificas? _____

4. ¿En cuánto tiempo planteas que se puedan lograr los resultados que estas esperando?

5. ¿Por qué eso es importante para tu empresa y el logro de tus METAs y tus resultados?

6. ¿Cuánto tiempo le vas a dedicar diariamente para hacer lo que se requiere y lograr el resultado que esperas? _____

Esperamos que esta herramienta haya sido útil en el proceso de consciencia, y que pudieras identificar oportunidades de mejora relevantes para ti y tu empresa. Si deseas contactarnos, puedes hacerlo por medio de nuestro correo, pagina web o teléfono.