



Haciendo que se Cumplan sus Propósitos de Año Nuevo

Una Guía para Construir Sistemas para Lograr sus Metas para el Crecimiento del Negocio.

Resumen: Usted puede lograr los resultados de crecimiento de la compañía deseados, construyendo un sistema de apoyo de mercadeo y ventas. Este artículo y la lista de chequeo lo ayudarán a hacer realidad sus propósitos de Año Nuevo.

Las vacaciones de final de año nos dan el tiempo y el espacio para reflexionar sobre el año que pasó y los proyectos para el nuevo. Por ahora, usted puede tener su lista de propósitos de año nuevo, tanto personal como de negocios. Ahora usted está listo para hacer frente a los retos de 2009 con determinación.

Pero infortunadamente, los estudios muestran algo que probablemente usted ha experimentado por sí mismo – la mayoría de los propósitos de año nuevo no se mantienen. De hecho, en una encuesta recientemente realizada por Franklin Covey, se encontró que más de un 75% de los encuestados incumplirá sus propósitos de año nuevo dentro de un plazo de tres meses y casi un tercio los incumplirá para el final de enero.

¿Por qué? Porque frecuentemente creamos metas para nuestros negocios y entonces nos detenemos, esperamos ganancias significativas de ventas y entonces continuamos “el negocio como de costumbre,” como si nada hubiera ocurrido. Esperamos resultados diferentes, pero no cambiamos nuestro “sistema” para potenciar nuestro tiempo, empleados y dinero.

Los siguientes ocho pasos le ayudarán a montar los “hábitos” para apoyar sus metas de crecimiento de su negocio. ([La página con el checklist asociado](#) le asegurará que esos ítems estén en su calendario de 2009).

1. Actúe ahora.

Los estudios muestran que “hacer” (en comparación con la elaboración pasiva de una lista), hará más probable que logre sus metas. Comprométase a seguir los siguientes pasos ahora – antes de que usted esté sobrecargado con sus compromisos habituales con el negocio y sus clientes.

En el próximo mes programe una reunión de planeación de mercadeo y ventas de una hora. Invite a todo su personal y cualquier otro asesor o consultor que “tengan contacto con sus clientes” y puedan contribuir al crecimiento de su compañía. (La próxima edición del [RoadMap Marketing Toolkit](#) le dará los detalles para organizar esta reunión y generar un plan de mercadeo y ventas



táctico y eficiente. Los elementos de acción restantes listados aquí le proveerán el “pre-trabajo” necesario para hacer esta reunión de planeación eficiente y efectiva).

2. Fije metas SMART (iniciales correspondientes a la palabra inglesa INTELIGENTE)

“Una meta es un sueño con un plazo”

Para asegurar que sus metas sean más que un sueño, hágalas inteligentes (S.M.A.R.T.)

- S= (Specific) Específica (un número)
- M= (Mensurable) medible (que pueda medirla fácilmente)
- A= (Achievable) Lograble (sobre la base del desempeño anterior y las realidades del mercado)
- R= (Responsable) Responsable (con una persona responsable asignada)
y
- I=(Time Bound) con un plazo en el tiempo.

Primero, enuncie concretamente sus metas de ventas para 2009. Su punto de partida debe ser sus cifras de ventas en 2008 organizadas por trimestre, por línea de producto o servicio y por grupo principal de clientes. Sus cifras de ventas de 2009 deben basarse en estos hechos. Si el futuro parece ser muy impredecible, fije cifras para el primer o segundo trimestre de 2009 únicamente.

Liste sus suposiciones o premisas derivadas de estos objetivos de ventas:

- ¿Dónde cree usted que pueda crecer (o evitar erosión) con sus ofertas de productos/servicios actuales y base de clientes actual?
- ¿Cómo cree usted que el actual panorama económico afectará sus ventas?
- ¿Está usted planeando el lanzamiento de cualquier nuevo producto o servicios adicional?
- ¿Está usted planeando llegar a nuevos grupos de clientes?
- ¿Cualquier tipo de nuevas posibles alianzas o canales de distribución?

Fije sus proyecciones de ventas en tres niveles: 1) moderado, 2) exigente (mejor caso) y 3) de supervivencia (peor caso) con puntos de control por trimestre de forma tal que usted pueda hacer ajustes.

Haga una lista de metas adicionales que usted pueda tener para su negocio (tales como contratar a una nueva persona de ventas, lanzar una nueva línea de producto, usar un nuevo canal de distribución). Concéntrese en pocas metas pero importantes – mas no en aquellas insignificantes. Priorice su lista de metas en aquellas pocas que realmente harán la diferencia. Esto las hará más fáciles



de comunicar y mantenerlas en curso. Use la guía de Metas Inteligentes (S.M.A.R.T.) descrita anteriormente como una lista de chequeo.

3. Resuelva dedicar los recursos.

El recurso más importante es su tiempo como Presidente. Un estudio reciente hecho por [SunTrust Bank](#) extrajo las mejores prácticas de pequeños negocios exitosos (aquellos con un crecimiento anual mayor al 20%). En esas compañías, el Presidente dedicó al menos 20% de su tiempo a actividades de crecimiento.

Así pues, su mejor acción de año nuevo es apartar bien sea un día por semana, o dos horas por día en su agenda para realizar actividades de mercadeo y ventas.

4. Cultive “Hábitos de Crecimiento”.

Use su calendario y “puntos de acción” para fomentar nuevos hábitos que mantendrán concentrado a usted y su equipo en actividades importantes de crecimiento.

Use su sistema de calendario para programar las siguientes actividades de crecimiento para usted y personas clave:

- Consistentemente, asigne porciones o bloques de tiempo semanales a mercadeo y ventas. Estas “citas” serán genéricas por ahora con los puntos de acción detallados decididos posteriormente en su reunión de Planeación de Mercadeo y Ventas.
- Revisión de ventas semanal de 30 minutos sobre los prospectos clave.
- Revisión mensual de una hora de resultados versus metas.

Use su sistema de puntos de acción, ya sea una nota escrita a mano o un sistema formal de administración de proyectos para mantener las siguientes listas importantes:

- Lista de Metas Inteligentes (S.M.A.R.T.).
- Lista de prospectos “calientes”. Estos son algunos de los clientes potenciales importantes que significativamente harán crecer su negocio. Ubique esta lista en un lugar visible y accesible. Junto a cada prospecto clave, mantenga un registro de próximas acciones necesarias para promover la venta.

5. Genere métricas significativas.

Nada es más motivante que ver verdaderos avances hacía su meta. Pero usted no podrá ver ese progreso sin tener las métricas en su lugar. Las ventas son un claro indicador, pero esta medida es usualmente tardía en el ciclo de ventas



como para hacer ajustes. No se complique y comprométase con la generación de un sistema de reporte para algunas cifras significativas a las cuales usted les hará seguimiento al menos una vez al mes. Esas cifras deberán actuar como indicadores a lo largo de su embudo de ventas de manera tal, que usted tenga tiempo para hacer ajustes o responder a cambios reales en la demanda de sus clientes. A continuación algunos ejemplos de los indicadores más importantes de negocio:

- Consultas/Conocimiento General: Visitas al sitio Web, Visitas a Almacenes, Consultas Telefónicas, Colocación en Medios Masivos.
- Prospectos (requiere una acción de un cliente potencial): respuestas a Promociones u Ofertas, Suscripciones al boletín, Suscripciones al alimentador RSS desde el blog.
- Conversiones de Ventas: Ventas por producto o servicio y por mercado objetivo, porcentaje de contratos ganados.
- Base de clientes: Retención de Clientes, Número de clientes nuevos versus clientes existentes.

6. Consiga un Socio(s) de Propósito

Las guías de vida sana y los libros de auto-ayuda a hablan menudo de un “socio de propósito”, o alguien con quien usted necesite registrar su progreso hacia su meta. Programe reuniones trimestralmente (o mejor mensualmente) con asesores externos u otros Presidentes para que le informen sobre su avance. Las métricas antes mencionadas, le facilitarán la discusión sobre los logros y ajustes necesarios para su plan.

7. Cree una Cultura Orientada a Resultados.

Cree un sólo punto de rendición de cuentas para cualquier tipo de acción. Con los “hábitos” explicados anteriormente de dedicar tiempo y organizar las metas claves, usted está alineando el tiempo de su personal con tareas de alta prioridad.

Al interior de su organización, recompense públicamente a los exitosos. Esto actuará como una guía clara para el desarrollo de su personal (o como una justificación para cambiar a aquellos con bajo rendimiento).

8. Manténgase Informado e Inspirado.

Además de metas para su negocio, ¿qué habilidades contribuirán al crecimiento suyo y de su organización? ¿Desea desarrollar mejores habilidades de ventas? ¿Crear un mejor sistema para responder inquietudes de sus clientes? Programe ahora las siguientes actividades para crear su base de información y desarrollo:



- Lea libros, boletines y blogs que desarrollen sus habilidades y le inspiren acciones de mercadeo nuevas y creativas. ([he aquí una lista de nuestras fuentes favoritas de mercadeo y ventas para pequeños negocios](#))
- Únase a grupos en su industria para mantenerse informado y conectado.
- Busque en la web así como en la blogósfera información publicada sobre usted y sus competidores. Use Alertas de Google (u otras herramientas) para recibir e-mails cada vez que su nombre, el nombre de su compañía o el de sus competidores sea mencionado. Esta herramienta gratuita le ayudará a agradecerle a sus clientes que le admiran y a monitorear las acciones de sus competidores

Cree Metas Inteligentes (S.M.A.R.T.) para estas necesidades de desarrollo y comprometa tiempo y recursos para hacer que dichas acciones se vuelvan realidad.

Una Última Sugerencia de Mercadeo de Año Nuevo.

No se olvide aprovechar el evento de Año Nuevo para ampliar sus actividades de mercadeo. Si su producto ayuda a ahorrar tiempo, dinero o solucionar cualquier otro propósito común de año nuevo, hágaselo saber a sus prospectos (y a la prensa).

Por favor comparta sus historias y reflexiones ya sea vía [e-mail](#) o en nuestro [blog](#). Su retroalimentación es lo que nos ayuda a hacer de las herramientas de RoadMap Marketing ([RoadMap Marketing Toolkit](#)) algo real y relevante.