

# Marca Objetivos y Mejora tu Productividad



Os preguntaréis el porqué de la imagen principal y qué barco es... El barco es el buque escuela Juan Sebastián de Elcano, un bergantín-goleta de la Armada Española, que ha acogido desde 1927 numerosas travesías, regatas y navegaciones cumpliendo un papel destacado en la formación de los profesionales de la marina, así como rememorar al personaje con el que fue bautizado.

Y destaco a Juan Sebastián de Elcano, porque es de aquellas personas que se marcaron cumplir sus objetivos propuestos y hacer una de las hazañas más importantes de nuestra historia, él, tras la muerte de Fernando de Magallanes, se convirtió en capitán de la expedición y completó la primera vuelta al mundo en 1522, llegando a San Lúcar de Barrameda, en la nao Victoria, junto con otros 17 supervivientes.

Evidentemente los tiempos y las circunstancias han cambiado, las infraestructuras y los recursos son muy diferentes, no tanto quizás el espíritu y el mensaje que transmitieron estos hombre, trazaron un rumbo y consiguieron llegar a puerto tras dar la vuelta al mundo.

En el ámbito empresarial es vital tener un rumbo trazado y un objetivo a cumplir. Si lo trasladamos a la gestión deportiva el mensaje sería el mismo y en muchas ocasiones ni siquiera se plantea. Es verdad que se habla y comenta en instalaciones y gimnasios de marcar objetivos mensuales, trimestrales o anuales y poder cumplirlos, a veces de forma superficial: hemos de conseguir más altas, hay que facturar más, este verano hemos de evitar que se den menos gente de baja, etc, pero no se lleva a cabo un control, una supervisión y un plan de consecución de los mismos.

Otro aspecto a considerar es la gran relación que existe entre objetivos y productividad, en todos los casos que se plantean objetivos se mejora e incrementa la productividad, fundamentalmente porque tenemos elementos para medirla y valorarla.

Para tal efecto planteo lo siguiente:

### **1. Confección del objetivo:**

La marcación de objetivos consiste en programar e identificar la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a un punto donde queremos llegar.

La marcación de objetivos puede ser desde algo tan global como la consecución de la misión de la empresa, hasta algo tan específico como incrementar los ingresos mensuales de nuestra facturación o aumentar el número de socios en 50 el mes de junio. En cualquier caso los objetivos deben ser alcanzables y realistas, sobre todo en nuestro ámbito relacionado con la mejora de la productividad tan asociado a la venta.

Los objetivos en las ventas se han de caracterizar por ser:

- Precisos: qué queremos conseguir.
- Cuantificables: cuánto queremos conseguir.
- Referirse a un período de tiempo determinado.
- Cuándo (o en qué fases) queremos conseguirlo.
- Ser razonables: ser realistas y compatibles con los recursos disponibles.

A la hora de confeccionarlos podremos hacerlo en función de:

- Volumen de venta en unidades.
- Ingresos por ventas (precio por cantidad).
- Incremento en el volumen de ventas.
- Participación de mercado.
- Número de programas, entrenamientos.
- Número de nuevos clientes.
- Número de visitas.
- Venta media por clientes (en unidades o ingresos).

### **2. Desarrollo y Supervisión del mismo:**

Una vez definidos planteamos el factor tiempo, es decir, de cuánto tiempo disponemos para conseguirlos, definimos también las personas que participarán así como los recursos.

Con esto se organiza un plan de acciones y tareas que en función de la magnitud del objetivo llevará acabo una programación y preparación mucho más laboriosa (imaginaros el proyecto de Magallanes y ElCano).

En objetivos mensuales relacionados con las ventas, nos bastará con definir muy bien el horario de trabajo, las ofertas puntuales así como el material necesario para dar información o llevar a cabo acciones de marketing y directo o telemarketing.

Otra de las partes fundamentales de esta fase será la supervisión del objetivo marcado, para ello utilizaremos planillas de control y evaluación periódica del mismo. En este caso os presento una planilla de control de ventas y acciones comerciales de un equipo de dos personas de una instalación deportiva, que nos permite comprobar el desarrollo de su trabajo en diversas áreas y de esa manera saber su nivel de productividad.

image

Image not found or type unknown

Para el control de los objetivos planteados podremos utilizar:

- Fichas y hojas de seguimiento.
- Utilización de Cuadros de Mando.
- Reuniones Semanales de equipo.
- Supervisión de Objetivos.
- Reportes diarios, semanales, mensuales, etc.
- Sistema de incentivos y remuneración.

### **3. Consecución del mismo:**

Una vez transcurrido el plazo de consecución del objetivo es tiempo de valoración y comprobación de si se ha logrado, en caso negativo será tiempo para analizar el porqué y poder poner soluciones, alternativas o tomar decisiones que nos ayuden a mejorar y alcanzarlo en otra ocasión.

En caso positivo será momento de felicitación y premiar al equipo por el buen trabajo y la consecución de aquello que parecía no posible en un principio. Será tiempo de incentivos y regalos especiales.

Y recordad, será tiempo también para plantear nuevos objetivos que afronten a nuevos retos y metas cada vez más exigentes.

Acabo mi blog de hoy recordando al número 1 en conseguir aquello que se propone, esta semana nuevamente 1º Ranking ATP, ejemplo para todos de esfuerzo, superación, constancia y dedicación, como aquellos marinos españoles de hace 500 años que conseguían gestas imposibles y dejaban boquiabiertos a sus contemporáneos... Es nuestro momento!!

**image**

Image not found or type unknown

**Link to Original article:** <https://www.manelvalcarce.com/blog/marca-objetivos-y-mejora-tu-productividad?elem=90182>