

¿DIRIGES TU NEGOCIO...

O

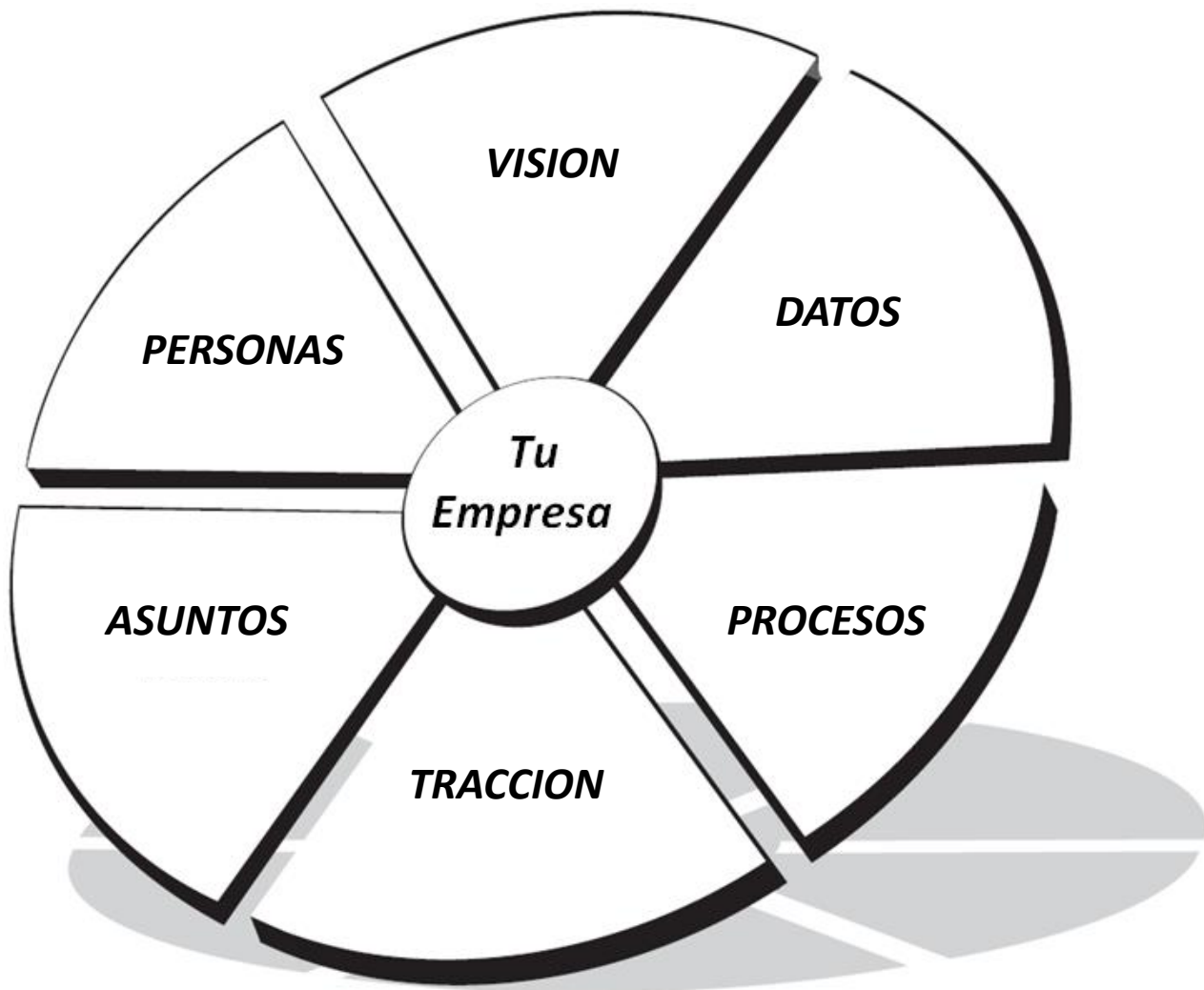
...TU NEGOCIO TE
DIRIGE A TI?



NOTAS

[illegible]

EL MODELO EOS



EL MODELO EOS



ORGANIZADOR VISION / TRACCION

NOMBRE EMPRESA:

VISION

VALORES FUNDAMENTALES CORE VALUES	1. 2. 3. 4. 5.	IMAGEN EN 3 AÑOS
ENFOQUE CENTRAL (CORE FOCUS)	Propósito / Causa / Pasión: Nuestro Nicho:	Fecha Futura: Facturación: € Beneficio: € Números: <u>Como será?</u>
META 10 AÑOS		
ESTRATEGIA MARKETING	Mercado Objetivo / "La lista": 3 Únicos: 1. 2. 3. Proceso Aprobado: Garantía:	



ORGANIZADOR VISION / TRACCION

NOMBRE EMPRESA:

TRACCION

PLAN 1 AÑO	ROCAS	LISTA ASUNTOS																															
Fecha Futura: Facturación: € Beneficio: € Números: Metas para el año: <table border="1"> <tr><td>1.</td></tr> <tr><td>2.</td></tr> <tr><td>3.</td></tr> <tr><td>4.</td></tr> <tr><td>5.</td></tr> <tr><td>6.</td></tr> <tr><td>7.</td></tr> </table> Ponerse en la última casilla y apretar "Tab" para añadir una nueva fila	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	Fecha Futura: Facturación: € Beneficio: € Medibles: Rocas para el trimestre: <table border="1"> <tr><td>1.</td></tr> <tr><td>2.</td></tr> <tr><td>3.</td></tr> <tr><td>4.</td></tr> <tr><td>5.</td></tr> <tr><td>6.</td></tr> <tr><td>7.</td></tr> </table> Quien <table border="1"> <tr><td></td></tr> <tr><td></td></tr> <tr><td></td></tr> <tr><td></td></tr> <tr><td></td></tr> <tr><td></td></tr> <tr><td></td></tr> </table> Ponerse en la última casilla y apretar "Tab" para añadir una nueva fila	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.								<table border="1"> <tr><td>1.</td></tr> <tr><td>2.</td></tr> <tr><td>3.</td></tr> <tr><td>4.</td></tr> <tr><td>5.</td></tr> <tr><td>6.</td></tr> <tr><td>7.</td></tr> <tr><td>8.</td></tr> <tr><td>9.</td></tr> <tr><td>10.</td></tr> </table> Ponerse en la última casilla y apretar "Tab" para añadir una nueva fila	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
1.																																	
2.																																	
3.																																	
4.																																	
5.																																	
6.																																	
7.																																	
1.																																	
2.																																	
3.																																	
4.																																	
5.																																	
6.																																	
7.																																	
1.																																	
2.																																	
3.																																	
4.																																	
5.																																	
6.																																	
7.																																	
8.																																	
9.																																	
10.																																	

EJEMPLOS DE VALORES FUNDAMENTALES

- Muestra una excelencia inequívoca
- Se esfuerza constantemente por alcanzar la perfección
- Gana
- Hace lo correcto
- Tiene compasión
- Muestra honestidad e integridad
- Ansía conseguir logros
- Es entusiasta, enérgico, tenaz y competitivo
- Fomenta la creatividad y las habilidades intelectuales
- No elude su responsabilidad
- Atiende al cliente por encima de todo lo demás
- Trabaja duro
- Nunca está satisfecho
- Está interesado en mejorar de forma continua
- Primero, ayuda
- Hace gala de su profesionalidad
- Fomenta las iniciativas individuales
- Está orientado al crecimiento
- Trata a todo el mundo con respeto
- Proporciona oportunidades según los méritos; a nadie le corresponde nada por derecho
- Tiene creatividad, sueños e imaginación
- Tiene integridad personal
- No es cínico
- Exhibe modestia y humildad a la vez que confianza
- Presta una atención desmesurada al detalle y la coherencia
- Se compromete
- Comprende el valor de la reputación
- Es divertido
- Es justo
- Fomenta el trabajo en equipo

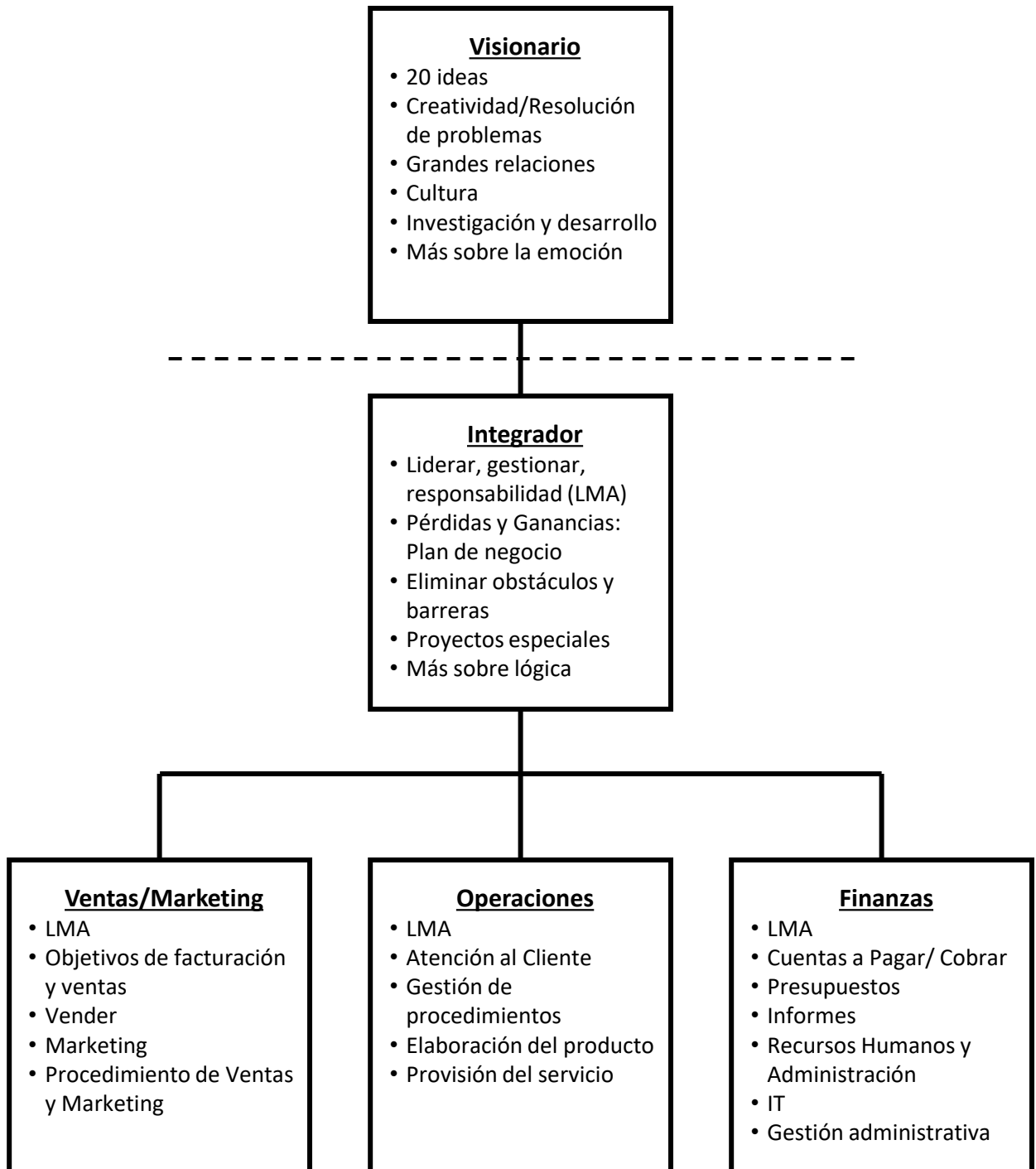
EL ANALIZADOR DE PERSONAS

NOMBRE

Puntuación mínima									

Puntuación: + +/- -

ORGANIGRAMA DE RESPONSABILIDADES



GWC

¿Están las personas de tu empresa en el puesto adecuado?

Si no es así, te sentirás frustrado, ellas se sentirán frustradas y, como resultado, nunca podrás delegar y elevar por completo. Siempre te verás obligado a hacer su trabajo y no podrás *soltar la raíz*.

Puesto

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Para que alguien esté en el puesto adecuado, dé un paso al frente y en última instancia aprovechar la oportunidad que has creado como líder, debe comprender, querer y ser capaz de asumir ese trabajo. Si la respuesta a alguna de estas tres cuestiones es «no», no sucederá nunca... en un 99,9% de las veces.

Pregúntate lo siguiente:

G (get it) ¿Lo comprende?

Si No

☐ ☐

- ¿Conectan todas las neuronas de su cerebro cuando se lo explicas y hace el trabajo?
- ¿Comprende todos los pormenores del puesto?
- No todo el mundo los comprende, y eso no tiene por qué ser malo. Simplemente, significa que él o ella debe estar en un puesto diferente.

W (want it) ¿Lo quiere?

☐ ☐

- ¿De verdad quiere hacer ese trabajo?
- ¿Se levanta todas las mañanas con ganas de hacerlo?
- No puedes pagarle, motivarle, forzarle o rogarle que lo quiera. Tiene que quererlo por sí mismo o por sí misma.
- A veces, las personas comprenden el trabajo y tienen la capacidad de hacerlo, pero simplemente no lo quieren.

C (can do it) ¿Es capaz?

☐ ☐

- ¿Tiene la capacidad mental, física, espiritual, emocional, el tiempo y el conocimiento suficientes para hacer el trabajo?
- A veces, este aspecto es negociable. Si no lo quiere o no lo comprende, no hay más que hablar, pero un problema de capacidad se puede resolver, aunque es poco habitual. Si crees que esa persona puede obtener la capacidad y estás dispuesto a invertir el tiempo, los recursos y la energía para que la obtenga, adelante. Sin embargo, la mayoría de empresas en proceso de crecimiento no se pueden permitir el lujo de esperar de uno a tres años para que alguien sea capaz de hacer el trabajo, y necesitan ocupar ese puesto de inmediato.

www.igostrategy.com | www.eosworldwide.com

EJEMPLOS DE NÚMEROS

Ventas y Marketing

Nuevos leads
 Oportunidades (#, \$ o ambos)
 Llamadas de ventas
 Reuniones de ventas / presentaciones
 Propuestas
 Negocios cerrados
 Porcentaje de negocios cerrados
 Otras ventas (accesorios, garantías...)
 Facturación esperada
 Facturación real
 Facturación acumulada hasta la fecha
 Errores (de estimación, de pedidos...)
 % recibido del precio propuesta
 Coste de las ventas
 Páginas vistas
 Clicks
 Cupones canjeados
 Walk-ins/Call-ins
 Solicitudes de información
 Conversiones web

Operaciones:

Run rate/Unidades por hora
 Errores
 Problemas/quejas de los clientes
 Tasa de defectuosos
 Roturas y desperdicios
 Basura, inventario
 Envíos
 Tasa de uso (mano de obra o maquinas)
 Valoración de los clientes
 Solicitudes de garantía
 Horas extras
 Horas no facturables
 Coste por unidad
 Salario medio por hora

Finanzas

Facturación semanal
 Saldo de Tesorería
 Cuentas a cobrar
 Cuentas a cobrar >45
 Cuentas a pagar
 Errores (input, facturación...)
 Margen bruto acumulado YTD
 Margen neto acumulado YTD
 Satisfacción de los empleados
 Actividad del sistema (IT)
 Bajas de los empleados
 Empleados impuntuales
 Empleados fuera de los objetivos
 Puestos vacantes
 Nóminas

EI ISSUES SOLVING TRACK

Empieza con tu lista de Asuntos Pendientes e identifica los tres más importantes. Después, sigue la vía para resolver asuntos pendientes.

Paso 1: Identificar

- El problema reconocido raramente es el verdadero *issue* (asunto pendiente).
- Para encontrar el *verdadero asunto*, tendrás que profundizar e indagar.
- No avances hasta que no hayas identificado claramente el verdadero asunto.
- Cuando hayas identificado el verdadero asunto, empieza a hablar de ello, sin desviarte ni lo más mínimo de cuál es el verdadero asunto hasta que se resuelva (sin salirse por la tangente).

Paso 2: Debatir

- Todo el mundo debe expresar sus ideas, pensamientos, preocupaciones y soluciones al verdadero asunto pendiente, en un ambiente abierto y honesto.
- Analizad y debatid.
- Todo el mundo debe poner las cartas sobre la mesa y decir lo que piensa, pero solo una vez. Si lo dices más de una vez, se convierte en politiquero.
- Cuando todo el mundo esté mirando en la misma dirección y el debate empiece a resultar redundante, es el momento de buscar la solución.
- Si no se pierde de vista el bien común, la solución siempre es simple, aunque a veces no es fácil y otras veces es muy dura.

Paso 3: Solucionar

- Es más importante que te decidas que lo que decides... Así que ¡decídetelo!
- La solución debe verbalizarla alguien hasta que oigas el dulce sonido del acuerdo.
- A veces tendrás que volver al paso de debatir después de verbalizar la solución, porque el asunto no se ha resuelto del todo.
- Cuando todo el mundo esté de acuerdo, o al menos puedan aceptar la decisión, alguien deberá identificar las medidas de acción y añadirlas a la lista *To-Do*, para poder confirmar que se complete hasta la siguiente reunión semanal.

* Regla de oro: En un equipo sano, en ocho de cada diez ocasiones todo el mundo estará de acuerdo con la decisión. Sin embargo, en dos de cada diez ocasiones no lo estarán, y el Integrador tendrá que tomar la decisión final. Las decisiones por consenso no funcionan, y acabarán rápidamente con tu empresa. En estas situaciones no todo el mundo quedará contento, pero mientras hayan sido escuchados y el equipo mantenga su buena salud, podrán vivir con ello y tendrán que apoyar la decisión. De aquí en adelante, tendrá que haber un frente unido que vaya hacia delante.

LOS PROCESOS CENTRALES

- **Proceso de las personas**
- **Proceso de Marketing**
- **Proceso de Venta**
- **Operaciones**
- **Proceso Financiero**
- **Proceso de Satisfacción del Cliente**

LA REUNIÓN DE NIVEL 10

Agenda semanal

Día: _____

Hora: _____

Orden del día:

Transición 5 minutos

Cuadro de Mando 5 minutos

Revisión de Rocas 5 minutos

Clientes y Empleados 5 minutos

Lista To-Do 5 minutos

*Escribe el resultado final deseado
en el recuadro de la derecha.
En los recuadros que hay a la izquierda*

IDS / Asuntos 60 minutos

*Escribe el resultado final deseado
en el recuadro de la derecha.
En los recuadros que hay a la izquierda*

Conclusión 5 minutos

Repaso de *To-Do's* (tareas) acordados

Comunicación en cascada

Puntuación (1-10)

HERRAMIENTAS BASICAS

- **Organizador Visión /Tracción (V/TO)**
- **Organigrama de Responsabilidades**
- **Rocas**
- **Ritmo de Reuniones**
- **Cuadro de Mando**

LOS LIBROS DE EOS

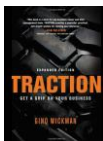
¿Quieres saber más y tener mejores resultados con tu empresa?

Para implementar EOS (Entrepreneurial Operating System) de forma óptima en tu organización cada persona del equipo debe tener la información adecuada. A través de los 5 libros de EOS la empresa entera (equipo directivo, mandos intermedios y empleados) entenderá sus responsabilidades y como apoyar mejor la empresa para tener éxito.

Aquí es como hacerlo

Libro

Para quien es



Traction



Para todos



Rocket Fuel



Para el Visionario y el Integrador



Get a Grip (a fable)



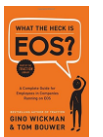
Para el equipo directivo



How to Be a Great Boss



Para directivos, mandos intermedios y supervisores



What the Heck is EOS?



Para todos empleados, mandos intermedios y supervisores

Visita la página web www.eosworldwide.com para más informaciones y empezar a implementar EOS en tu empresa hoy.

[illegible]

NOTAS

[illegible]

NOTAS

NOTAS

igostrategy

Gestión de Empresa.
Así se hace.

Jörg Lahmann

www.igostrategy.com

Tel.: +34 – 629.59.44.14

jorg@igostrategy.com

Skype: jorg.lahmann

<https://www.linkedin.com/in/jorglahmann/>



Helping organizations clarify, simplify and achieve their vision

www.eosworldwide.com

Go to our website for a complete profile of all our EOS Implementers.