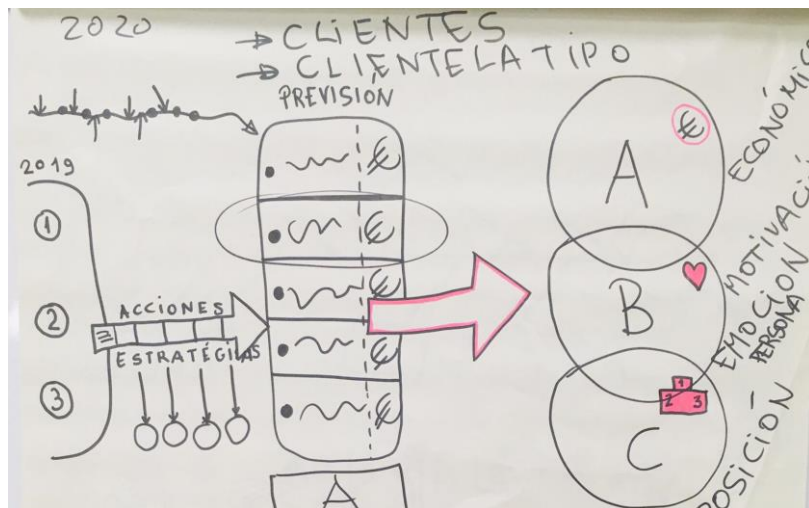


Getxo >MEETING<

Getxo MEETING 16 de enero de 2020

¿Una estrategia para 2020? ¡Marchando!

Si necesitas determinar objetivos y marcarte una estrategia para este 2020, sólo tienes que seguir leyendo y completar los sencillos ejercicios que te planteamos a continuación.



Paso 1. Empieza por el final. Escribe objetivos para 2020.

De tres tipos. Económico, de bienestar y de posicionamiento de tu empresa.

- A. Económico. Una cifra de ingresos anuales. Ni un “tirar por lo bajo” ni tampoco marcar unos objetivos irrealmente ambiciosos. Busca el equilibrio y comprométete con la cifra.
- B. Bienestar. De nada sirve cumplir objetivos económicos si llegas a final de año con un desgaste psicológico o físico excesivo. Es necesario marcarse objetivos o determinar prioridades para el autocuidado, pues es esa persona, tú, la que sustenta el negocio y lo desea sustentar el año que viene también –y no *pinchar*-. Dicho de otra forma, si tú estás bien, tu empresa podrá estar bien. Un ejemplo de este tipo de objetivos de bienestar sería *“este año voy a trabajar sólo de lunes a viernes”* o *“voy a priorizar trabajos rentables que me gusten”*; o *“Un día al mes voy a tomarme cuatro horas de trabajo libres para inspirarme”*.

- C. Posicionamiento: Deseas que tu público, tu comunidad, a final del año 2020 entienda que tu empresa es cada día más Se trata de cómo deseas que sea vista tu empresa, cómo te quieres posicionar con respecto al resto.

Paso 2. Acciones clave de 2019

Plasma sobre papel tres aspectos que has conseguido en 2019 que te van a ayudar en este 2020. De este modo tomarás conciencia de que no estás empezando de cero sino que llevas un trabajo hecho.

Paso 3. Previsión por cliente/a.

Tomando la cifra de ingresos que te has marcado para 2020, realiza una lista de clientes/as y cuánto vas a facturar con cada uno/a. Si trabajas con particulares, puedes hacer una lista con “tipo de clientela”. La suma de ingresos previstos ha de corresponder, lógicamente, con los objetivos económicos que has trazado en el primer paso.

Paso 4. Marca una línea temporal

Desde el paso 2 (Acciones clave de 2019) hacia el paso 3 (Previsión por cliente/a). Debes enumerar las acciones concretas que vas a realizar para conseguir lo que te has propuesto. Un detalle: algunas acciones pueden ser muy complejas y deben ser divididas en varias. Por ejemplo tener un nuevo catálogo o dossier, una web nueva o temas de ese tipo implican cuatro acciones intermedias para conseguir llevarlas a cabo. Ten en cuenta que más vale tener una lista de muchas acciones fáciles que un listado corto de temas complejos de abordar.

Llevar a cabo este ejercicio puede despertar emociones de todo tipo. Comprometerte contigo es necesario, pero a veces puede resultar incómodo. Afrontar esas sensaciones y realizar este ejercicio sobre papel puede ser muy interesante, sobre todo de cara a momentos futuros en los que haya oportunidades que se crucen en tu camino. Si tienes un plan trazado te será más simple reconocer si esas supuestas oportunidades te alejan o te acercan de tu objetivo.