DECÁLOGO BÁSICO DE LA BUENA GESTIÓN EMPRESARIAL

Enrique Escobar
Country Manager de Iberia
y Latam de Talentia Software

No se puede alcanzar el éxito empresarial si antes no dominamos los cimientos; es decir, si primero no logramos alcanzar la excelencia en la gestión de la organización. Consejos de este tipo pueden parecer lógicos, pero sorprende comprobar cuántos CEO pretenden triunfar sin aplicarlos. Y, más aún, sin aplicarlos todos de manera simultánea. Por ello, aquí mostramos un decálogo básico de la buena gestión empresarial:

1 **La estrategia es tan importante como el plan financiero.** Hay que tenerla clara desde mucho antes de crear una empresa. Y, al plantearla, se debería poder responder, entre muchas otras, a preguntas básicas como: ¿por qué y para qué se va a crear la empresa?, ¿hacia dónde se pretende que se encamine?, ¿con qué valores y principios ha de funcionar?, ¿cuáles van a ser las normas que rijan la empresa y el empresario?

2 **El público objetivo como salvador.** En él están los compradores y clientes potenciales más fieles. Desarrollar ampliamente estrategias de fidelización y destinar todos los recursos posibles a definir, segmentar e identificar a ese público objetivo es de las mejores inversiones que se podrán realizar.

3 **No descuidar la logística.** Sobre todo si la empresa va a dedicarse a fabricar y distribuir un producto físico. Antes de dar el primer paso, hay que tener claro dónde y cómo va a fabricarse el producto, dónde se almacenará, cómo serán los canales de distribución, cómo se controlará el *stock*, etc. Y, por supuesto, cuáles serán los costes de todo ello, para que el plan financiero no tenga "fugas" y sea coherente.

4 **La atención al cliente marca realmente las diferencias.** Sin importar si se trata de un mercado digital o analógico, no dejamos de relacionarnos con otras personas. Es importante que el cliente ocupe la posición más relevante en el día a día de la empresa. Si le cuidamos, él cuidará a la empresa. Será prescriptor y hará el trabajo de varios departamentos de Márketing y Publicidad de manera gratuita.

5 **Conocer el mercado como la palma de la mano.** Es la manera más efectiva de saber si el producto –si la empresa– tiene futuro. ¿Existe demanda del producto? ¿Es un mercado estable? ¿Hay muchos competidores? ¿Cómo se comportan? Si ninguna de estas cuestiones es un misterio, existirán más posibilidades de éxito.

6 **Utilizar la inteligencia financiera para planificar el "aterrizaje".** Cuando se trata de irrumpir en un mercado determinado, no se puede improvisar. Con la ayuda de software de gestión financiera, se podrán controlar los aspectos clave para esta fase tan delicada: precios, descuentos y promociones, contacto y datos con proveedores, etc. Si la estrategia es la apropiada y el software es de calidad, se podrán monitorizar todos los datos clave en la vida

Este documento es cortesía de Harvard Deusto. https://www.harvard-deusto.com
Copiarlo o publicarlo es una infracción de los derechos de autor. Para cualquier consulta contacta con info@harvard-deusto.com.

Artículo en colaboración con
talentia Software

de la empresa. Tanto a la hora de "aterrizar" en el mercado como en el resto de su ciclo vital.

7 **La organización y la estructura de la empresa deben ser sólidas.** Salvo que se trate de un proyecto de emprendimiento unipersonal, hay que tener claro cuántos departamentos conforman la estructura de la empresa, cuáles son sus funciones y responsabilidades, cuán larga y compleja es la plantilla y el impacto que su trabajo tiene en la evolución empresarial.

8 **Los recursos humanos deben ser eso, humanos.** Al igual que ocurre con los clientes, nunca hay que olvidar que los recursos humanos son personas que trabajan en la empresa para lograr el mismo objetivo. Hay que transmitirles esas metas, pero también estar atentos a sus necesidades y mantenerlos motivados e implicados. Trabajar juntos debe permitirles mejorar como personas y como profesionales, y deben saberlo, además de disponer de vías para lograrlo.

9 **No tener miedo a la tecnología,** porque convivimos con ella como una aliada, y darle la espalda sería negar la realidad. Y no aliarnos solamente mediante software de gestión financiera: cualquier innovación y aplicación tecnológica que pueda ayudarnos a ser mejores debe ser considerada como una inversión de futuro e innovación.

10 **Sin un plan financiero no somos nada.** Es sorprendente conocer cuánta gente se lanza al charco con una empresa sin tener claro cuál y cómo es su plan financiero. O sin contar con uno apropiado. En esta tarea, un adecuado uso de herramientas de inteligencia financiera también puede resultar clave.

Haz clic y comparte:
www.harvard-deusto.com

"Decálogo básico de la buena gestión empresarial".
© Planeta DeAgostini Formación, S.L.

Este documento es cortesía de Harvard Deusto. https://www.harvard-deusto.com
Copiarlo o publicarlo es una infracción de los derechos de autor. Para cualquier consulta contacta con info@harvard-deusto.com.