

Wiley Corporate F&A

# Objectives and Key Results

**Driving Focus,  
Alignment, and  
Engagement with OKRs**

**Paul R. Niven  
and Ben Lamorte**

WILEY

## Resumen del libro "Objectives and Key Results"

Paul R. Niven  
Ben Lamorte

Abril 2019

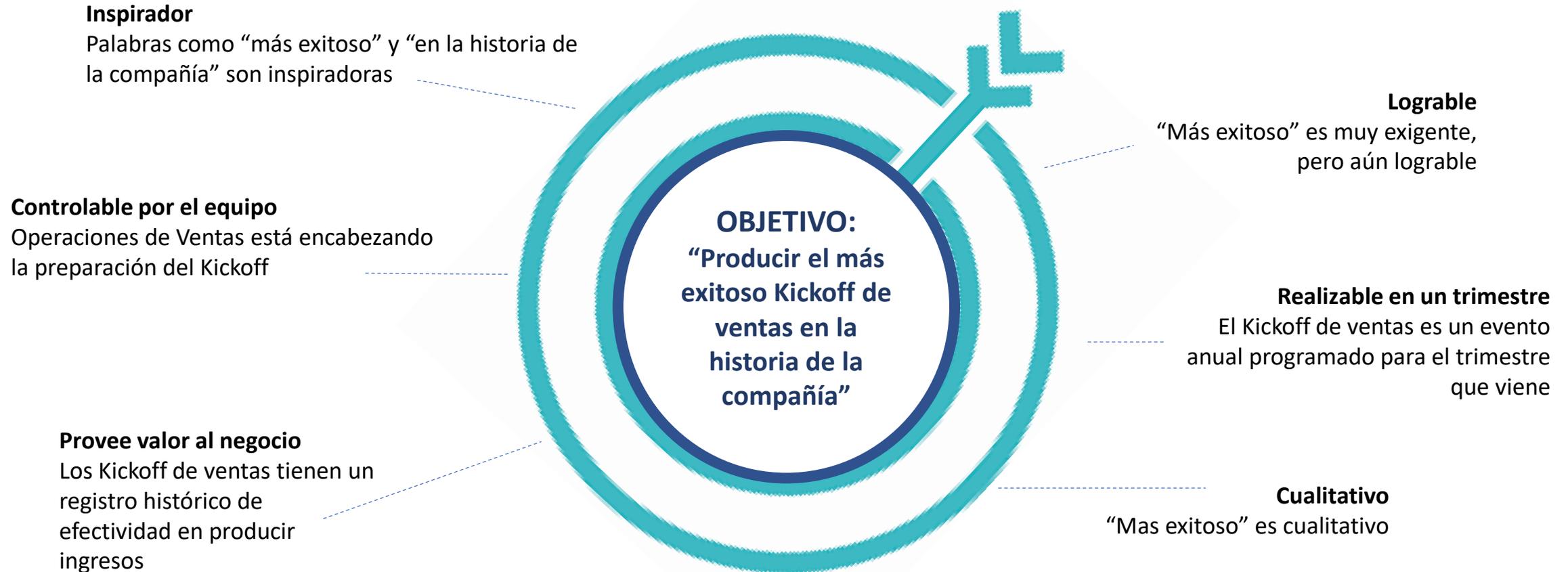
  
PENSUM

# Planteamiento Central del Libro

- Objectives and Key Results (OKR's), metodología utilizada exitosamente por Google, Intel, Amazon y muchas otras empresas en el mundo, constituyen una poderosa herramienta para conectar y alinear las metas de los departamentos, equipos e individuos con la estrategia de la organización.
- Este libro, de los autores Paul Niven y Ben Lamorte, constituye una exhaustiva guía para utilizar los OKR's en forma correcta y efectiva en el cambiante y disruptivo entorno competitivo actual.
- Los autores entregan la siguiente definición para la metodología OKR:
  - "OKR's es un marco fundamental de pensamiento estratégico que busca asegurar que los empleados trabajen unidos, focalizando sus esfuerzos para hacer contribuciones medibles que impulsan a la organización hacia adelante
- Definición de Objetivo
  - Un objetivo es una declaración concisa que describe una meta cualitativa diseñada para impulsar a la organización en la dirección deseada. Responde a la pregunta: ¿"Qué queremos hacer"?
- Definición de Resultado clave
  - Un resultado clave es una declaración cuantitativa que mide el logro de un objetivo. Responde a la pregunta: ¿"Cómo sabremos que hemos cumplido nuestro objetivo"?
- A continuación resumimos lo que los autores consideran un Objetivo y un Resultado clave efectivos.

# Anatomía de un Objetivo efectivo

El Departamento de Operaciones de Ventas creó este objetivo para focalizar a su equipo en la preparación del evento anual de Kickoff de ventas



# Anatomía de un Resultado clave efectivo

Uno de los resultados clave creado por el departamento de Soporte de Ventas para lograr el objetivo anterior

## Impulsa la conducta correcta

Nuestro equipo de Soporte de Ventas se enfocará en encontrar prospectos y coordinar presentaciones

## Específico

Sabemos qué, quién, cuándo y dónde

## Alineado

Estos tipos de presentaciones son exactamente lo que el equipo de vendedores desea, basado en la retroalimentación proveniente del Kickoff del año anterior

## Cuantitativo

El número 30 lo hace cuantitativo



**RESULTADO CLAVE:**  
30 presentaciones individuales de venta de nuestra solución, en Hotel Sheraton, a Directores de colegios, durante la semana del Kickoff de ventas.

## Aspiracional

El Kickoff anterior solo tuvo 10 presentaciones. Este año Soporte de Ventas está estableciendo una meta muy exigente.

## Sentido como propio

Soporte de Ventas creó este resultado clave. No fue un mandato desde arriba

## Permite medir su avance en forma progresiva

Las presentaciones son programadas y preparadas durante todo el período antes del Kickoff