

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

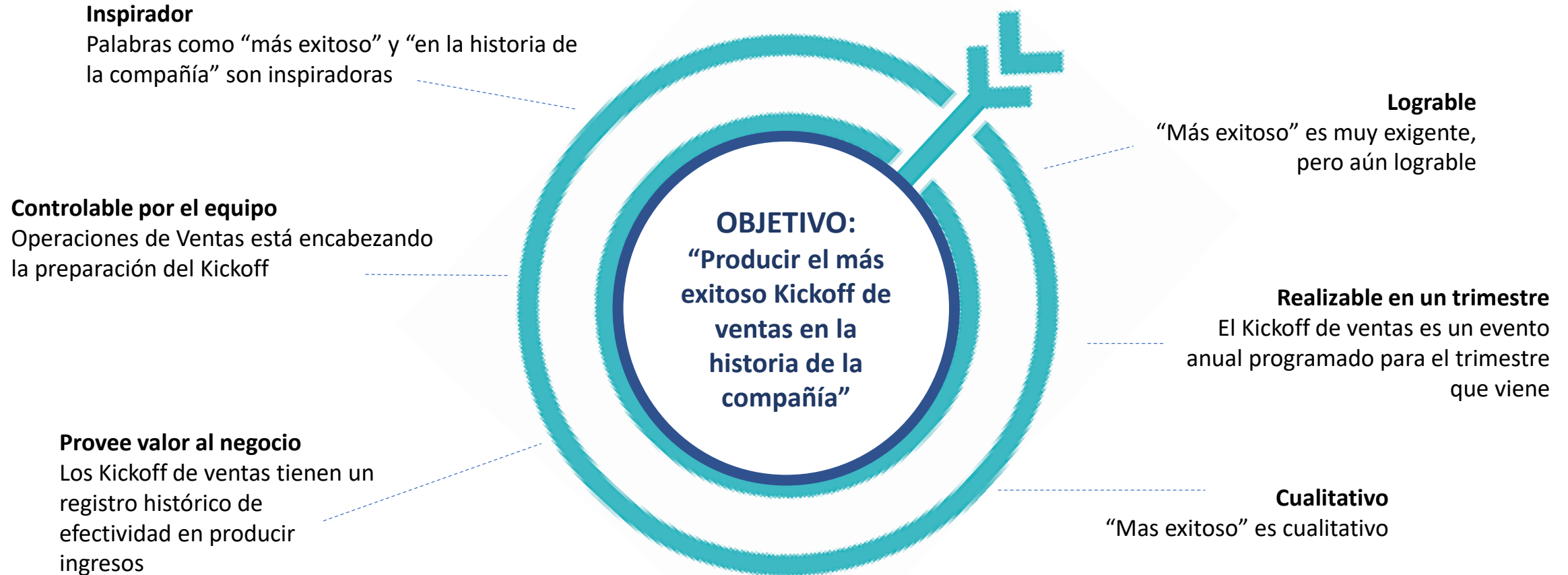

PENSUM

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