



## DE LA A A LA Z DE LAS ACCIONES

<p><b>PRIMERAS IMPRESIONES</b></p> <p>Antes de empezar con los seis pasos, anota tus primeras impresiones, sentimientos y observaciones. Las cosas que te parecen incorrectas, las que te parecen positivas, las que te llaman la atención de alguna manera.</p>
<p><b>PARTE A: INTRODUCCIÓN, DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN</b></p>
<p><b>PARTE B: 6 PASOS</b></p> <p>Paso 1. Definición <b>del área de análisis</b></p> <p>Paso 2. <b>Objetivos</b> de la situación actual y objetivos de la situación futura.</p> <p>Paso 3. Generación de <b>observaciones</b> y <b>problemas</b>.</p> <p>Paso 4. <b>Clasificación</b> de los problemas tras agruparlos por urgencia e impacto. Paso 5. Diseño <b>de acciones</b>.</p> <p>Paso 6. Acordar, documentar y <b>presentar</b>.</p>
<p><b>PARTE C: PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS ACCIONES</b></p>

<p><b>PARTE A: INTRODUCCIÓN, DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA Y ORGANIZACIÓN</b></p> <p><b>Preparación para el éxito.</b></p>			
<p><b>Parte A.</b> Introducción, definición de la estrategia y organización</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La estrategia es acción</li> <li>• Forma un equipo</li> <li>• Partes interesadas</li> </ul>	<p>&gt;Enumera a los miembros del equipo</p> <p>&gt;Involucra a todos los afectados por el proyecto</p>	<p>13</p>

PARTE B: 6 PASOS			
<b>Paso 1:</b> Selecciona lo que vas a analizar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Qué empresa, organización?</li> <li>¿Qué producto/servicio, mercado, canal, segmento de clientes, división, país...?</li> </ul>	> Anota el ámbito de análisis.	31
<b>Paso 2:</b> Establece metas y objetivos en el presente y en el futuro.	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es la meta inmediata?</li> <li>¿Cuál es la meta para el futuro?</li> <li>¿Cómo se define el éxito (teniendo en cuenta el resultado final)?</li> </ul>	> Objetivo inmediato ..... > Objetivo futuro ..... > Objetivo final .....	35
<b>Paso 3:</b> Observa y genera cuestiones.  <i>Esta es la fase crucial, y debes dedicarle la mayor parte del tiempo del que dispongas.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Qué destaca tras una primera revisión (leer, estudiar un caso, escuchar a los clientes, observar a tu alrededor, hablar con personas dentro <b>y fuera</b> de la organización...)?</li> <li>Relaciona las observaciones con los objetivos.</li> <li>Una sensación intuitiva al principio</li> <li>Tómate un respiro y reflexiona sobre cuál es la observación clave.</li> </ul>	> Enumera las observaciones principales: <u>3 aspectos positivos</u> : 1. .... 2. .... 3. ....  <u>3 aspectos negativos</u> : 1. .... 2. .... 3. ....  > Observación clave: .....	39
<b>Paso 4:</b> Clasificar los problemas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las observaciones se clasifican en dos listas: estado «actual» y estado «futuro». Para el estado actual y el futuro, identifica los análisis DAFO. Clasifícalos según su impacto.</li> <li>¿Hay algún tema prioritario?</li> </ul>	> Oportunidades > Fortalezas > Amenazas > Debilidades	51
<b>Paso 5:</b> Diseñar acciones.  <b>La estrategia</b> es una serie de <b>acciones</b> para alcanzar <b>los objetivos</b> . ¿Qué acciones se mantendrán en el presente y en el futuro?	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Tres <u>acciones</u> para mantener la situación actual?</li> <li>¿3 <u>acciones</u> para alcanzar el objetivo futuro?</li> </ul>	Enumera los objetivos actuales y futuros. Identifica posibles futuros diferentes. Enumera las acciones en consecuencia y relaciónalas con los problemas.	59
<b>Paso 6:</b> Acordar, documentar y presentar	<b>Resumen:</b> Problemas, obstáculos y medidas para resolverlos.  5 puntos clave. Discurso de ascensor listo. Acuerdo entre las partes interesadas. Definir los próximos pasos.	Qué, quién y cuándo en una sola página (RACIS).  Informe.	65
PARTE C. CONCLUSIÓN Y CÓMO IMPLEMENTAR LAS ACCIONES			
Planificar cómo implementar las acciones.	Indica <b>qué, quién y cuándo</b> , y una indicación del <b>valor</b> . Si tienes tiempo, repite los seis pasos.	Estrategia inicial de alto nivel	71