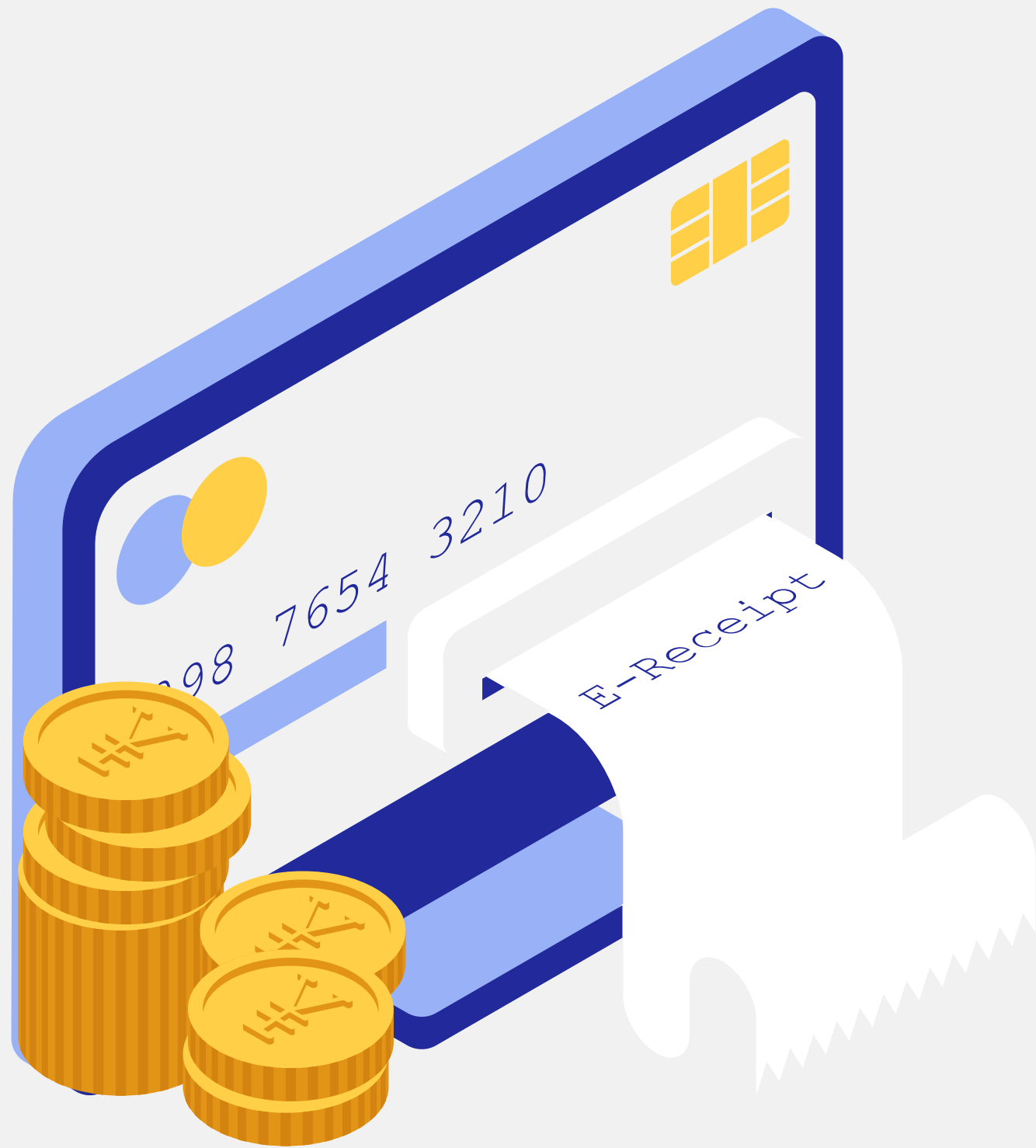


Cómo acelerar el crecimiento de una empresa B2B

# Bases para el Growth Marketing

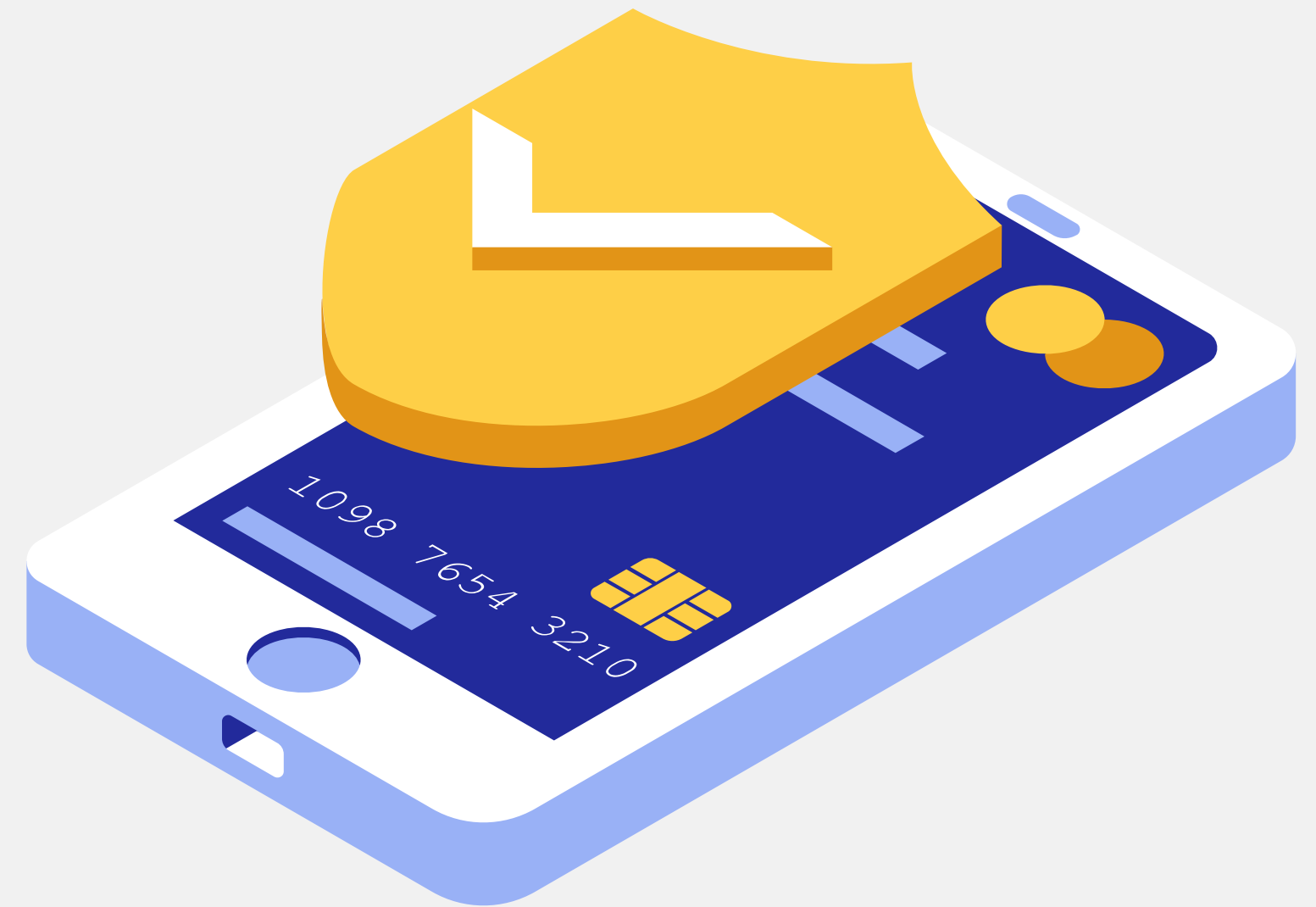


# Implantar Growth Marketing

Si tu empresa B2B persigue acciones y quiere un crecimiento rápido, en las siguientes páginas conocerás las bases para lograrlo.

El primer paso para lograrlo es reconocer qué barreras están impidiendo dicho crecimiento.

Una vez detectadas, el siguiente paso es utilizar una serie de herramientas y técnicas para superarlas.



# Remover Barreras

- Mindset. No están mentalizadas que hay que realizar alguna modificación o cambio. Ya lo digo Einstein, "La locura es hacer una y otra vez lo mismo esperando resultados distintos". Si se quieren resultados distintos, hay que plantear nuevas acciones.
- Enfoque. Seguir con un enfoque de tareas en vez de productividad en la que se busca conseguir un objetivo, se planifica y se trabaja para que el tiempo invertido sea productivo.
- Recursos. Pensar que el Social Selling o Growth Marketing no necesitan inversión porque se hace en Internet donde todo es gratis. Para que un proyecto funcione hay que invertir en herramientas, publicidad y, sobre todo, en talento (contratar o subcontratar) para que el proyecto avance y escale rápidamente.
- Estrategia. Es verdad que se persiguen y se consiguen objetivos a corto, pero la filosofía y acciones de Social Selling o Growth Marketing tienen que planificarse con objetivos y visión a largo plazo.
- Procrastinar. Cualquier implantación, mejora o cambio se ha de incorporar y complementar a lo que ya se hace. Cómo esto suele ser un trabajo extra durante un determinado plazo, se deja para lo último o no se hace porque es prioritario lo actual. El resultado está claro, si no se pone en marcha o arranca algo, nunca se logrará o llegará al destino.

# Priorizar

¿Cuánto tiempo dedicas a planificar y cuánto a hacer tareas urgentes?

Usar un método de organización como la técnica pomodoro, GTD el método Parkinson o la matriz de Eisenhower te puede ayudar a identificar la mejor forma de administrar y gestionar tu tiempo para ser más productivo.

Lo primero, en cualquiera de los métodos, es listar todo lo que se ha de hacer y luego establecer prioridades.

Al priorizar, te vas a dedicar a realizar aquellas tareas que merecen la pena, el tiempo y el esfuerzo para ser más proactivo y menos reactivo ante los eventos urgentes, para evitar aplazar lo más importante.

## Hay que hacer ahora

- Solicitudes de los clientes
- Ventas inmediatas
- Gestionar crisis
- Reuniones con clientes
- Mejoras de procedimientos
- Control de resultados

Actual: % Objetivo: %

## Planificar

- Campañas trimestrales
- Mejora de productividad
- Nuevos mercados
- Lanzamientos de nuevas líneas
- Mejora continua
- Establecer metas y objetivos

Actual: % Objetivo: %

## Delegar o alternativas

- Tareas pendientes que se pueden subcontratar
- Reuniones que no dirigen hacia los objetivos
- Apagar fuegos
- Prioridades no establecidas
- Solicitudes no importantes de los clientes

Actual: % Objetivo: %

## Eliminar o ignorar

- Pérdidas de tiempo
- Charlas y cotilleos
- Procrastinación
- Email irrelevantes
- Preocuparse de lo que ha pasado
- Planificar tareas en vez de acciones productivas

Actual: % Objetivo: %

# Priorizar

"La mayoría de nosotros dedicamos demasiado tiempo a lo urgente y no lo suficiente a lo importante"

Stephen R. Covey,

Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva



## Paso 1

### Importante y urgente

Debes hacer estas tareas ahora. Las quejas de los clientes, procesar nuevos pedidos o reuniones con clientes potenciales son prioritarias

## Paso 2

### Importante y no urgente

Hay que planificar el tiempo para hacerlo. Estas son tareas en las que te debes concentrar para lograr a largo plazo tus objetivos de crecimiento.

Estas tareas te llevarán a donde quieres estar, es el plan estratégico que te mostrará el camino

## Paso 3

### No es importante pero sí urgente

¿Se puede delegar estas tareas a otra persona para que poder concentrarse en las más importantes?

## Paso 4

### Ni importante ni urgente

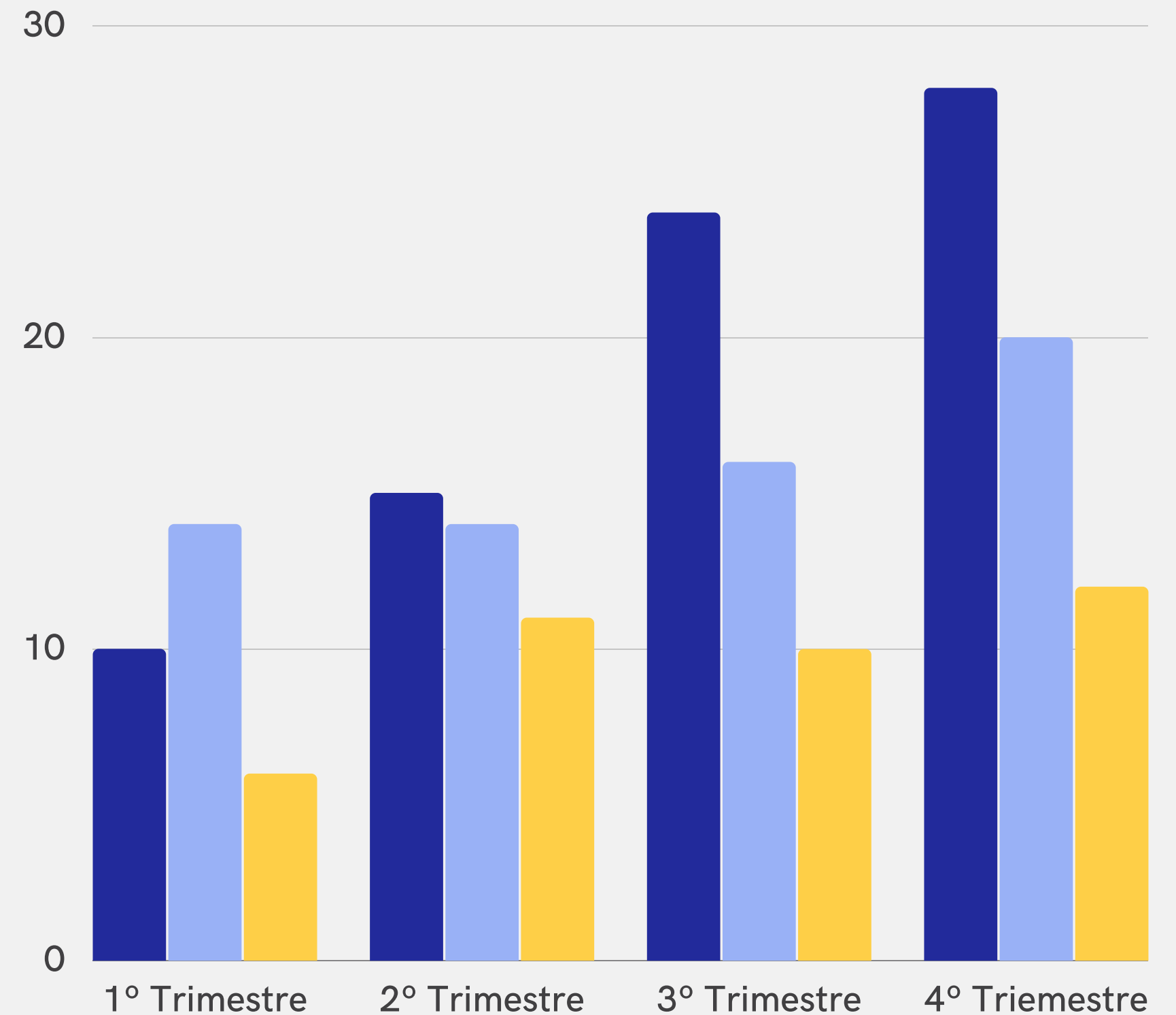
Eliminar o ignorar. Estas son actividades que hacen perder el tiempo y deben ser evitadas.

# Priorizar

A estas alturas, te habrás dado cuenta de que para lograr el crecimiento que deseas, tendrás que hacer algunos cambios.

Para realizar estos cambios, tendrás que salir de la tan renombrada zona de confort, que no es ni más ni menos que enfrentarte a lo que decía Einstein "Locura es hacer una y otra vez lo mismo esperando resultados distintos". Así que plantea como hacer cambios para lograr cambios.

Puede dar miedo, pero para lograr tus objetivos de crecimiento debes estar dispuesto a dar el salto, tomar medidas para cambiar los hábitos y procesos que te impiden crecer.



# Principios de gestión del tiempo

El tiempo es el recurso más escaso. Por lo tanto, hay que valorarlo como lo más importante para organizarse y ser más eficientes.

Aquellas personas que adoptan una visión a más largo plazo suelen tener más éxito y resultados que las solo se centran en el corto plazo.



## Tarea de monos

¿Cuánto tiempo ahorrarías si realmente delegas?

Si la persona que te presenta un problema le facilitas que se ella quién puede resolverlo por sí misma, o alguien más en el equipo, entonces evitarás realizar tareas de monos que no sirven para lograr los objetivos.



## Perdidas de tiempo

A modo general hay 7 elementos clave que hacen perder tiempo: interrupciones telefónicas, visitas inesperadas, reuniones, apagar fuegos, socialización, indecisión y dilación.

Esto se soluciona con bloques dentro de la agenda dedicados a tareas concretas. Bloque de llamadas, reuniones, fechas límites tareas, etc.



## 80/20

La ley de Pareto (805 de los resultados provienen del 20% de las acciones) se cumplen en todos los ámbitos de la vida.

Hay que detectar cuáles son esas acciones para que te centres en realizarlas y el resto delegalas o automatizalas



# Cambiar Hábitos, Rutinas y Acciones No Productivas

Son comportamientos que realizamos de forma automática, lo que nos permite realizar actividades esenciales sin pensar conscientemente en ellas.

Estos hábitos se pueden dividir en tres grupos. El primer grupo son los hábitos que simplemente no notamos porque han sido parte de nuestras vidas desde siempre. Atarse los cordones de los zapatos o cepillarse los dientes, por ejemplo.

Los segundos son hábitos que nos ayudan a mejorar y requieren esfuerzos para implantarlos, como hacer ejercicio, comer bien o dormir lo suficiente.

Los últimos son los hábitos que no son beneficios como fumar, postergar las acciones o gastar demasiado.

## Identifica los desencadenantes

La mayoría de los hábitos son resultados de elementos desencadenantes como pueden ser la ubicación, la hora del día, el estado emocional o las personas que te rodean. Averigua cuáles son

## Identifica la rutina en torno al hábito

¿Qué estás haciendo exactamente cuando haces el hábito que quieres cambiar? ¿cuándo, dónde y con quién? Reconoce los detalles exactos de la rutina alrededor del hábito te ayudará a ser más consciente de tus comportamientos.

## Identifica las recompensas que obtienes de la rutina

Identifica que obtienes de cada hábito y plantea si son beneficios a corto o largo plazo. Los buenos serán los beneficios a largo plazo

## Planifica e implanta lo nuevo

No solo basta con identificar también hay que implantar lo que te va a ayudar a conseguir tus objetivos



# Hábito clave

Es posible que tengas varios hábitos que te gustaría cambiar, pero como se ha comentado con la regla 80/20, focaliza en aquello que va a generar que tu empresa crezca.

Céntrate en una sola acción, en un sólo hábito, hábito clave.

Un hábito clave es aquel que, si lo cambias, tendrá un efecto dominó en los otros hábitos.

Una vez que te concentras en la estrategia de crecimiento, el siguiente paso es replicarla en todas las demás para impulsar el crecimiento.



# ¡MUCHAS GRACIAS!

## Esperamos que hayas aprendido algo nuevo

## ¿Tienes alguna pregunta?

¡Ponte en contacto con nosotros!

[aceleracion@renovapyme.com](mailto:aceleracion@renovapyme.com)

[info@grupodrakkar.com](mailto:info@grupodrakkar.com)

[www.renovapyme.com](http://www.renovapyme.com)

[www.grupodrakkar.com](http://www.grupodrakkar.com)

Paseo de la Castellana, 153 Bajo

