

Qué son los OKR y cómo implementarlos

INDICE

01. Qué son los OKR

02. Objetivos estratégicos Q3 Y Q4

03. Implementación OKR

04. Preguntas y respuestas



01.

ADSFactory
Una empresa del grupo convierte^(*)

QUÉ SON LOS OKR

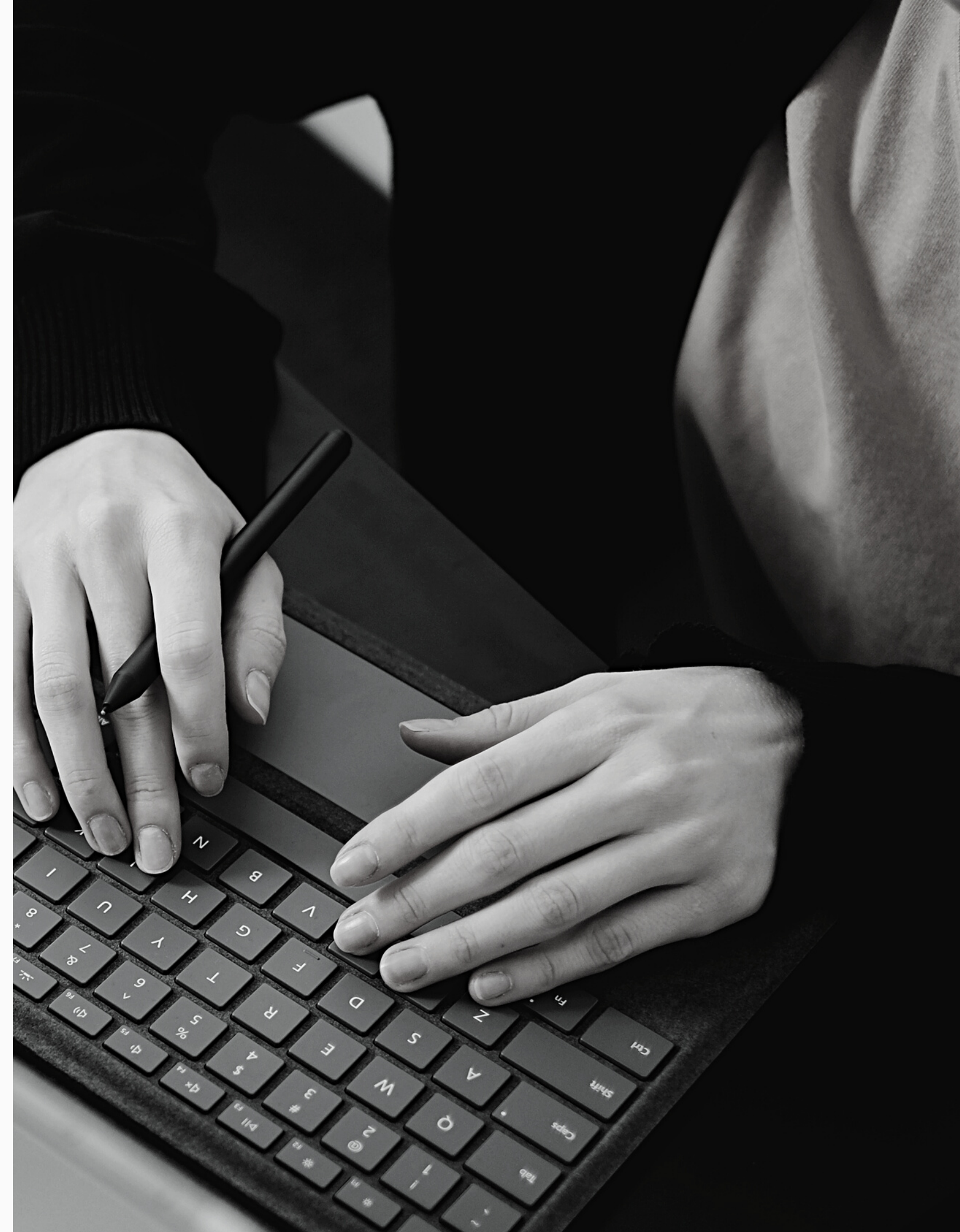
OBJETIVOS Y RESULTADOS CLAVE

- Metodología para definir objetivos estratégicos y trabajar en ellos (OKR, KPI, V2MOM, SMART)

- Ownership y trabajo colaborativo

- Claridad y enfoque de esfuerzos

- Comprender y priorizar lo más importante para la organización



CÓMO LOS OKR AYUDAN A LOS EQUIPOS Y A LOS INDIVIDUOS:

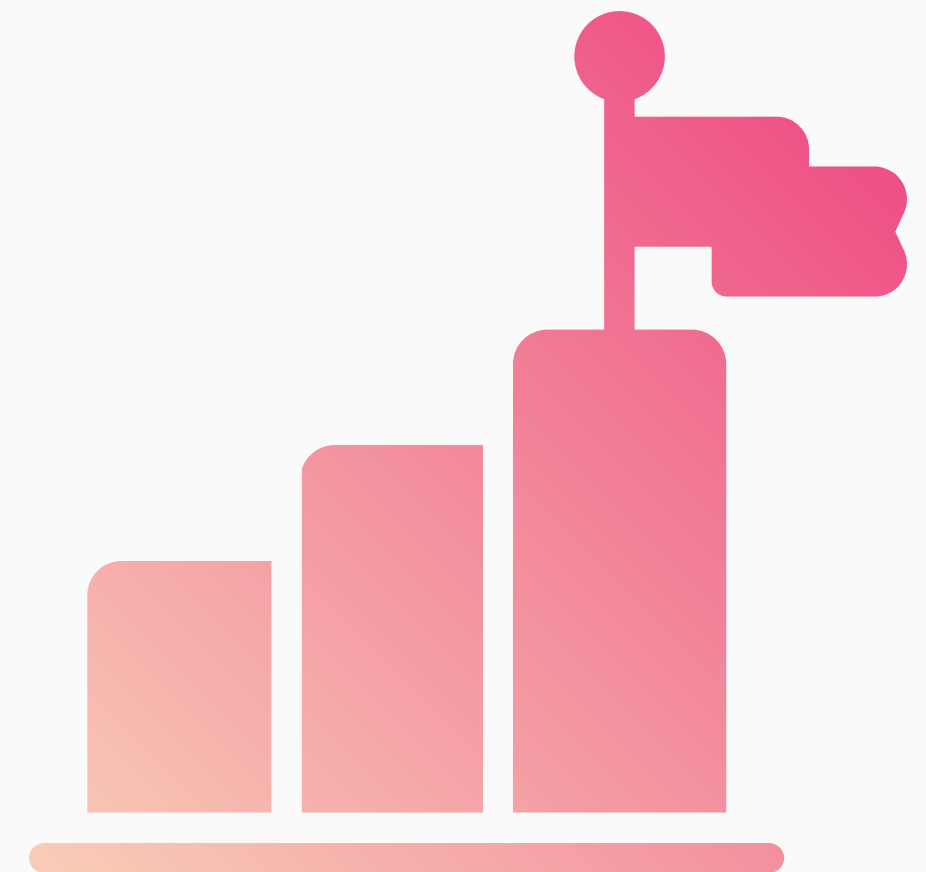
"Una meta sin un plan es tan sólo un deseo"

Objectives

Key

Results

ADS



OBJETIVO

Hacia dónde queremos o necesitamos ir?

**Afirmación positiva, aspiracional, que
mueve a la acción**

Cualitativo



"I am here to put a man on the moon" Mr. Joe (NASA, 1961)

ADS

RESULTADO CLAVE

Acciones que a medida que se ejecutan me acercan a alcanzar el objetivo

El owner requiere autonomía, habilidades y recursos

Cuantitativo: Realista!

"Si no es medible, no es un KR" JM



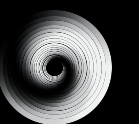
O: COMENZAR UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE

KR1. Realizar el plan nutricional de 90 días de Nutrillermo

KR2. Quemar al menos 300 calorías diarias haciendo ejercicio

KR3. Asistir a 4 clases de yoga al mes

kR4. Beber 8 vasos de agua al día



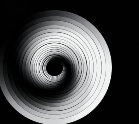
**OE: INCREMENTAR LOS
INGRESOS POR VENTAS
EN 15% EN EL AÑO
ACTUAL**

**O: INCREMENTAR ORDENES DE
LOS CLIENTES ACTIVOS**

**KR1. Recoger feedback de 20 clientes y 3 vendedores para
identificar qué está siendo confuso o complicado**

**KR2. Crear 5 visuales para comunicar los beneficios de adquirir
el upgrade del servicio**

**KR3. Diseñar 4 sales pitches diferentes para enfocar cada nicho
atendido**



CÓMO ESCRIBIR UN OKR PODEROSO

→ 1.Reconocer un problema o reto a nivel de organización, área o proceso

Esto implica identificar situaciones que impiden el crecimiento, el cambio o un resultado esperado

Qué queremos cambiar?

Qué nos impide crear el escenario ideal

Ej. La rotación de personal es alta, estamos perdiendo talento valioso.

EN ESTA FASE NINGUNA IDEA ES UNA MALA IDEA



CÓMO ESCRIBIR UN OKR PODEROSO

→ 2. Priorizar

Diferentes técnicas MOSCOW, Eisenhower, Rise..

Cuáles retos no se pueden perder de vista?
Cuáles problemas se deben resolver de inmediato?

→ 3. Plantear estos retos o problemas como objetivos

- Queremos más clientes
- Para qué?
- Para ser más rentables
- Para qué?
- Para abrir más franquicias
- Para qué?
- Para ser una de las Big Four

ALINEACIÓN DEL EQUIPO: TODOS CONOCEMOS LAS COORDENADAS DEL VUELO, LAS ESCALAS Y EL DESTINO

OBJETIVOS

Propulsan la organización hacia adelante

Describen qué se quiere hacer y hacia dónde se quiere ir

Identificado el problema se empieza a trabajar en una solución

La rotación de personal es alta, estamos perdiendo talento valioso



"Atraer y retener el mejor talento de la industria"



ADS

02.

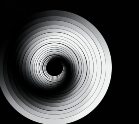
ADSFactory
Una empresa del grupo convierte

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS ADS FACTORY Q3 & Q4

DRIVERS

Aplicar las 3E en nuestros
proyectos de trabajo:

E Excelencia
Eficacia
Estandarización



OBJETIVO 1

DIVERSIFICAR LAS FUENTES DE INGRESOS DESARROLLANDO SERVICIOS DE ALTO VALOR

p1.

Diseño de productos
Done With you ()

p2.

Dash 2.0 (Jeef)

p3.

Desarrollo de SAAS (Joel)

p4.

Ads on demand

p5.

Proyecto Franquicia

ADS

OBJETIVO 2

CRECER SOSTENIDAMENTE AUMENTANDO LA VISIBILIDAD Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

p1.

Creación
departamento de
ventas (Joel)

p2.

Proyecto Branding
(Mili)

p3.

Proyecto Redes sociales
(Andriuska)

p4.

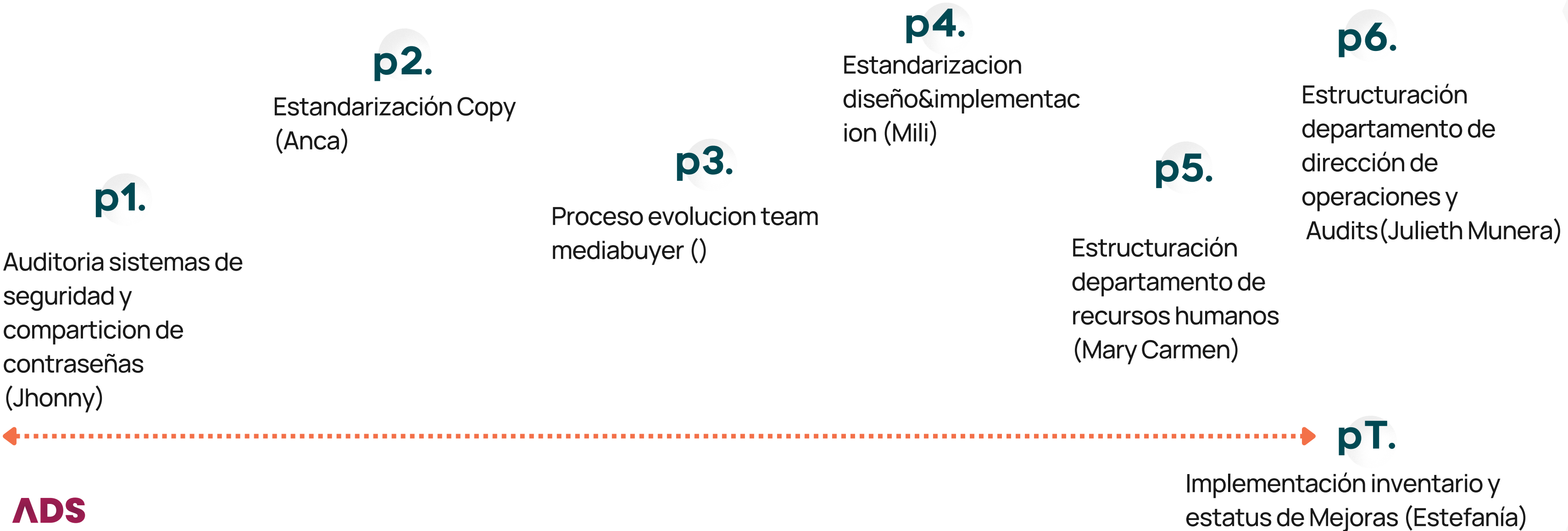
Onboarding cliente
(Mariana)

p5.

Maximizar partners
(Joel)

OBJETIVO 3

EVOLUCIONAR ESTANDARIZANDO PROCESOS Y ALCANZANDO LA EXCELENCIA



03.

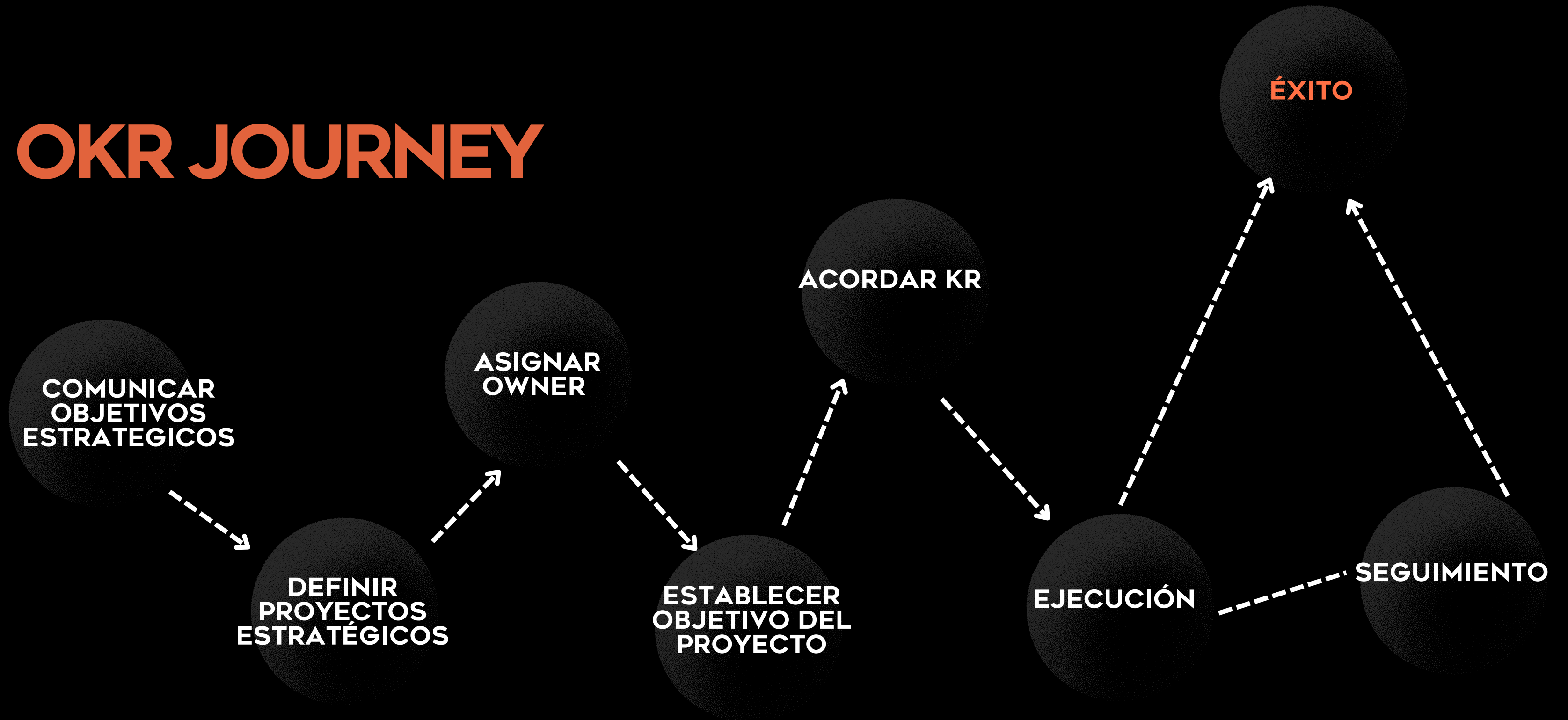
ADSFactory
Una empresa del grupo convierte^(*)

Objetivos 2022



IMPLEMENTACIÓN OKR

OKR JOURNEY



- Se plantean los objetivos: Enfoque, claridad y consistencia. Deben ser trimestrales
- Se agrupan los proyectos bajo los objetivos estratégicos
- Cada proyecto tiene un responsable (owner) que tiene que velar por los resultados clave
- El owner debe tener autoridad, autonomía, recursos
- KR Medible: % de completado, escala de 0 a 10, (SI/NO), # (usuarios por día, US completadas, \$ventas, etc)

SEGUIMIENTO

- Cada semana (Status asana)
- Cada 15 días (1 on 1: 5 minutos)
- Cada mes (Accountability meeting: 15 minutos con stakeholders. Afinar?)
- Cada trimestre (Presentación y reporte final)
- OKR CHAMPION

MODUS OPERANDI: DOCUMENTAR KR Y HACER FOLLOW UP

OBJETIVO(S) Q3												OBJETIVO(S) Q4																																			
JUL				AUG				SEP				OCT				NOV				DEC																											
W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4																								
FASE DE PLANEACIÓN 1. DEFINICIÓN DE LOS OKR GERENCIALES 2. BRINDAR ORIENTACIONES CLAVE 3. DEFINIR LOS OBJETIVOS ESTRATEGICOS 4. DEFINIR LOS KR Y METAS POR PROYECTO																																															
FASE EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO 5. DEFINIR ACTIVIDADES PRINCIPALES 6. SEGUIMIENTO QUINCENAL 7. PROCESO DE AFINAMIENTO 8. CIERRE E INICIO DEL SIGUIENTE Q																																															



ADS Factory

Mucho más que una agencia