

Estrategia de la Espiral



Triángulo de Crecimiento

El primer paso en tu estrategia de crecimiento, tanto para iniciar tu emprendimiento, como para avanzar en cada etapa de la espiral de crecimiento (*Start-Up*, Emprendimiento, Seguimiento, Retadora y Liderazgo) es pensar en los recursos que necesitas para la fase actual y para alcanzar la fase siguiente. Esos recursos serán tanto propios como externos.

Seguidamente, incluye talento en la proyecto o empresa que esté involucrado y aporte todo su potencial para lograr avanzar y crecer. Este talento puede ser interno o externo.

Y por último, trabaja e incorpora las herramientas necesarias para lograr mayor productividad, eficiencia, eficacia, diferenciación y oportunidades de crecimiento estable y sostenido.



Cuadrado de Crecimiento

Una vez definido los elementos que van a conformar tu triángulo de crecimiento, el siguiente paso es el definir cómo se van a combinar los elementos y cómo se van a desarrollar en el futuro.

Para que exista un proyecto empresarial o empresa, esta ha de tener clientes, por lo que hay que definir a quién hay que vender, cómo se le va a vender, qué se le va a vender, cuándo, etc. Los clientes generan ingresos, los ingresos generan beneficios y los beneficios generan recursos para seguir creciendo.

El equipo comprende todo el talento interno y externo de la empresa, o proyecto empresarial, que persiguen un objetivo común, lograr el crecimiento continuo y estable de esta.

Para progresar, aumentar la potencialidad del talento y adaptarse a los continuos cambios del entorno es necesario contar con un plan formativo que facilite incorporar nuevas técnicas, metodologías, conocimientos e innovación para seguir creciendo.

Y por último, incorporar y definir cómo mejorar continuamente, a través de la filosofía Kaizen, que facilita un progreso continuado y estable en el tiempo.



Círculo de Crecimiento

Una vez establecida la estrategia, es el momento de la operatividad, y esta debe ser lo más perfecta posible, por lo que la representamos por el círculo que es lo más perfecto que existe.

Lo primero en el círculo es lograr el máximo de ingresos posibles gracias al talento individual, el trabajo del equipo, las herramientas utilizadas y los clientes seleccionados.

Los ingresos se conformarán en recursos que permitirán invertir en nuevas herramientas, formación y talento, convirtiéndose, mediante la filosofía Kaizen, en la mejora y mayor productividad de todos los elementos del proyecto empresarial o empresa que logran más ingresos, y así sucesivamente.

La conjunción de triángulo, cuadrado y círculo genera la espiral de crecimiento que permite escalar a la siguiente etapa.

Estrategia de la Espiral



START-UP

EMPRENDIMIENTO

SEGUIMIENTO

RETADORA

LIDERAZGO

Herramientas básicas en las etapas de la Espiral

- Mapa de empatía
- Buyer Persona
- Decisión Maker
- Carácter empresarial y ventaja diferencial
- Propuesta de valor MVP
- Sprints
- Design Thinking

- Curva de adopción tipos de clientes
- Customer Journey
- Embudo de conversión
- Cartera de propuestas de valor
- Escalera de valor
- DISC
- Financiación

- BCG
- Ciclo de vida de producto
- Análisis de competitividad
- Cadena de valor
- Ventajas competitivas
- Core Business
- DAFO
- Empoderamiento
- Inbound Marketing
- Outbound Sales
- Automatización

- Matriz de Ansoff
- Benchmarking
- Estrategias de crecimiento
- Innovación
- Unidades de negocio Matriz
- GE/McKinsey

- Innovación abierta

Herramientas complementarias en las etapas de la Espiral

- Curva de adopción tipos de clientes
- Customer Journey
- Embudo de conversión
- Análisis de competitividad
- Inbound Marketing
- Outbound Sales

- Mapa de empatía Buyer Persona
- Decisión Maker
- Propuesta de valor
- Carácter empresarial MVP
- Sprints
- Design Thinking
- Análisis de competitividad
- Cartera de propuestas de valor
- Escalera de valor
- Curva de adopción tipos de clientes
- Customer Journey
- Embudo de conversión
- Análisis de competitividad
- DAFO
- Inbound Marketing
- Outbound Sales
- Automatización

- Mapa de empatía Buyer Persona
- Decisión Maker
- Sprints
- Design Thinking
- Propuesta de valor
- Carácter empresarial MVP
- Customer Journey
- Curva de adopción tipos de clientes
- Cartera de propuestas de valor
- Escalera de valor
- Embudo de conversión
- DISC

- Mapa de empatía Buyer Persona
- Decisión Maker
- Sprints
- Design Thinking MVP
- Carácter empresarial
- Customer Journey
- Embudo de conversión
- Cartera de propuestas de valor
- Escalera de valor
- Curva de adopción tipos de clientes
- DISC
- BCG
- Ciclo de vida de producto
- Análisis de competitividad
- Ventajas competitivas
- Core Business
- DAFO
- Empoderamiento
- Inbound Marketing
- Outbound Sales
- Automatización

- Mapa de empatía Buyer Persona
- Decisión Maker
- Sprints
- Design Thinking MVP
- Carácter empresarial
- Customer Journey
- Embudo de conversión
- Cartera de propuestas de valor
- Escalera de valor
- Curva de adopción tipos de clientes
- DISC
- BCG
- Ciclo de vida de producto
- Análisis de competitividad
- Ventajas competitivas
- Core Business
- DAFO
- Empoderamiento
- Inbound Marketing
- Outbound Sales
- Automatización
- Matriz de Ansoff
- Benchmarking
- Estrategias de crecimiento
- Innovación
- Unidades de negocio
- Matriz GE/McKinsey