

1. Igual le va al Equipo Ejecutivo que al resto de la empresa.

Los integrantes del Equipo, entienden sus diferencias, prioridades y estilos.

El equipo se reúne fuera de la oficina cada tres meses para ideas estratégicas y renovaciones.

El equipo se divierte junto.

2. Todos se alinean con la prioridad #1 a cumplirse en el trimestre para que prospere la empresa.

5 prioridades (Rocas) están identificadas y en orden para el trimestre.

Un Número Crítico está identificado y alineado con la prioridad #1.

Un Tema se establece trimestralmente y aporta Prioridad Clave/Número Crítico actualizado.

Se coloca un Tablero con el Número Crítico y se anuncia el Tema.

Todos los empleados saben cuál será la Celebración/Recompensa.

3. El ritmo de comunicación se establece. La Información se mueve en forma exacta y rápida.

Todos los empleados están en algún tipo de Junta Diaria (Huddle) y semanal.

Las Juntas caen como cascada de gerentes a empleados o vice versa.

4. Cada departamento asigna a una persona con control para asegurar que se logren las metas.

Ingresos (PyG), Flujo de caja y Balance General, son Estados que tienen las personas asignadas a cada rubro.

Se crea un Tablero de Control.

5. La Retroalimentación y anotaciones de los empleados se sistematiza para eliminar obstáculos e identificar oportunidades.

Los problemas/ideas/recomendaciones de los empleados, son recolectados semanalmente.

Hay un proceso sistematizado para proponer objetivos y oportunidades.

Tarjetas de agradecimiento son firmadas semanalmente por el Director General.

6. Reporte y análisis de la Retroalimentación del Cliente son datos tan frecuentes y exactos como los financieros.

Todos los empleados están involucrados en recolectar la información de los clientes.

Hay una persona asignada para el control de la retroalimentación del cliente.

Todos los principales líderes se comunican semanalmente al menos con un cliente.

7. Valores Fundamentales están „vivos“ en la organización.

Los Valores Fundamentales son descubiertos y definidos.

Las Historias se comparten a los empleados que representan los valores.

Los Valores Fundamentales son incluidos en el proceso de evaluación y reconocimiento.

8. Un entendimiento claro de la posición de la empresa en el mercado, empuja la Planeación Estratégica, Ventas y Mercadotecnia.

La Promesa de Marca y el Mercado (Arenero) son claramente definidos.

La organización se alinea alrededor de 5 estrategias clave (Fuerza/Capacidades) para crecer.

9. Todos los empleados pueden reportar en cualquier momento su productividad y cómo se compara con sus metas.

Las Métricas (Indicadores Clave de Actuación) son identificadas para la organización.

Medidas semanales de cada individuo/equipo se muestran claramente y se revisan.

10. Una „Sala de Situaciones“ se establece para las Juntas Semanales del Comité Ejecutivo.

Las Métricas están claramente representadas y los objetivos bien especificados.

La información está presentada gráficamente para ayudar a todos visualizar las tendencias.

Valores Fundamentales, prioridades, y mapas de mercado también están presentados en las paredes.