



"Facilitadores en las Tendencias Globales"
www.globalenterprisehome.com

7 Empresas que Hacen Todo Bien

"Hay empresas que hacen una cosa bien. Hay empresas que hacen algunas cosas bien. Luego están las empresas que lo hacen todo bien."



Ruben Dario Castillo Serna

En el 2018, siete compañías se distinguen por puntuar mucho más allá de la mayoría del paquete en cada una de las cinco categorías que se ubican en el Top 250 de Administración, un ranking compilado por el Drucker Institute de las principales compañías estadounidenses con mayor efectividad.

El ingrediente secreto: Un Enfoque Centrado en el Cliente

Estas son las siete empresas:

Overall rank

Apple Inc.	1
Intel Corp.	5
Accenture PLC	7
Procter & Gamble Co.	9
3M Co.	12
Nike Inc.	15
Edwards Lifesciences Corp.	39

Email: ceo@globalenterprisehome.com
Movil: (57) 315.5778669
Cali, Colombia



"Facilitadores en las Tendencias Globales"
www.globalenterpriseshome.com

Como grupo, no son las siete empresas mejor calificadas en general, pero son las únicas que obtuvieron una desviación estándar o más por encima de la media en las cinco categorías: satisfacción del cliente, compromiso y desarrollo de los empleados, innovación, responsabilidad social y finanzas; entre los cientos de empresas examinadas por el Instituto Drucker.

Es imposible decir exactamente por qué estas empresas obtuvieron tan buenos puntajes en todas las categorías. Pero hay una pista: de las cinco categorías, fue la satisfacción del cliente donde estas estrellas de gestión se diferenciaron más como grupo en comparación con los puntajes de las 20 principales empresas en general, según un análisis realizado por el Instituto Drucker.

Ranjay Gulati, un profesor de la Escuela de Negocios de Harvard, dice que no es sorprendente que las empresas que sobresalen sean particularmente competentes en la satisfacción del cliente.

Las compañías que están más centradas en el cliente **innovan** de maneras más poderosas, lo que lleva a empleados más comprometidos y un sólido desempeño financiero, dice. A diferencia del estado financiero de una empresa, que refleja los beneficios recientes y el rendimiento de ventas, la satisfacción del cliente es un indicador especialmente revelador "si está buscando una bola de cristal para el futuro", dice.

Conocer al Cliente

En algunas de estas firmas altamente enfocadas en el consumidor, se alienta a los empleados a seguir a sus clientes para comprender mejor sus necesidades. En 3M, por ejemplo, eso llevó a un científico integrado en un hospital a darse cuenta de que las enfermeras extraían con frecuencia los vendajes para inspeccionar las heridas. La observación llevó a 3M a desarrollar vendajes médicos transparentes.

P & G, cuyo ex director ejecutivo AG Lafley consideraba al Sr. Drucker un consultor confidente y a menudo le repetía que "el consumidor es el jefe", al igual que tiene una larga tradición de enviar empleados a las casas de los clientes. Damon Jones, quien trabajó en la división de afeitado del gigante

Email: ceo@globalenterpriseshome.com
Movil: (57) 315.5778669
Cali, Colombia



"Facilitadores en las Tendencias Globales"

www.globalenterpriseshome.com

de bienes de consumo desde 2009 hasta 2013, recuerda haber realizado docenas de visitas domiciliarias para ver cómo los clientes se afeitan, un proceso que, según dice, ayuda a P&G a atender mejor las "necesidades de los consumidores no articuladas" que no se captarían regularmente. grupos de enfoque. (Ese proceso, dice, le permitió a la compañía observar que mientras los hombres se autoinformaban usando unas 30 pasadas para afeitarse, la cifra real estaba más cerca de 100).

El fabricante de dispositivos médicos Edwards Lifesciences, mientras tanto, ha intentado construir una cultura centrada en el paciente encontrando oportunidades para recordarles a los empleados el propósito de su trabajo, incluso invitando a los pacientes a conocer a los equipos que produjeron sus implantes. "Saber el impacto que tiene en la vida de un paciente específico, es un motivador increíble", dice el CEO Mike Mussallem.

En Intel, la Directora de estrategia, Aicha Evans, dice que un enfoque más orientado al cliente ha ayudado a la estrategia pivote del fabricante de chips después de décadas de vender productos centrados en PC. "Estábamos estancados", dice ella.

Ahora, dice ella, la empresa está haciendo más para entablar un diálogo con los clientes para tratar de averiguar cómo analizar y almacenar mejor sus datos. Hace unos años, por ejemplo, Intel comenzó a contar con expertos técnicos que participaban en las primeras reuniones con los clientes, además de representantes de ventas más tradicionales.

Tales mecanismos enfocados en el cliente, dice ella, son claves. "De lo contrario, construirá lo incorrecto, o tal vez, como mínimo, copiará otros, lo que significa que no es un diferenciador".

Otras tácticas que han adoptado estas empresas estelares incluyen llevar clientes a las instalaciones de la empresa para realizar sesiones de lluvia de ideas, como en el caso de la empresa de servicios profesionales Accenture, que organiza talleres internos sobre diseño y pensamiento para clientes. La clave para la satisfacción del cliente, dice la CEO de Norteamérica, Julie Sweet, es "tratar a los clientes como si fuera una relación".

Email: ceo@globalenterpriseshome.com

Movil: (57) 315.5778669

Cali, Colombia



"Facilitadores en las Tendencias Globales"
www.globalenterprisehome.com

La Influencia de los Consumidores Crece

Jiekun Huang, profesor asociado de finanzas de la Facultad de Negocios Gies de la Universidad de Illinois, dice que la satisfacción del cliente puede generar grandes dividendos. Su investigación encuentra, por ejemplo, que las calificaciones más altas de satisfacción del cliente en Amazon.com conducen a un mejor desempeño de las existencias.

Roger Martin, quien asesora a los CEOs de Fortune 500 sobre la estrategia, dice que más compañías se están dando cuenta de este hecho. Durante la expansión corporativa en los años 80 y 90, las compañías "se hicieron realmente grandes y llenas de sí mismas", dice Martin, quien es el director del Instituto de Prosperidad Martin en la Escuela de Administración Rotman de la Universidad de Toronto. Más recientemente, dice, las empresas han prestado mayor atención a la experiencia del cliente, inspirada por el éxito de empresas como Nike y Apple, ambas conocidas por su obsesión con los clientes. Ambas firmas se han clasificado entre los mejores empleados en la lista del Instituto Drucker durante los últimos tres años, al igual que 3M y P&G.

El Sr. Martin dice que no es casual que muchas empresas particularmente emprendedoras hayan sido iniciadas por personas que anteriormente habían trabajado en la misma industria. Cita el ejemplo de Salesforce.com Inc., CRM 1.70%, cuyo fundador Marc Benioff impulsó el modelo de software como servicio después de trabajar en ventas para Oracle Corp. y escuchar quejas sobre la necesidad de pagar grandes tarifas de licencias por adelantado.

"La innovación fluye más naturalmente de aquellos más cercanos al cliente", dice Martin.

Base Evidencial de Estudio

La Administración Top 250 incluye a las principales compañías de los EE. UU. De un universo de 752 empresas que cotizan en bolsa que se incluyeron en un estudio del Instituto Drucker. Para ser incluidas en el universo de estudio, las compañías cumplían con estos criterios: formaban parte del Índice Total del Mercado de Valores de los EE. UU. De Dow Jones o del Índice Compuesto 1500 de S&P (o ambos) y también tenían acciones que eran un componente del Índice de S&P 500. tenía una

Email: ceo@globalenterprisehome.com
Movil: (57) 315.5778669
Cali, Colombia



"Facilitadores en las Tendencias Globales"

www.globalenterpriseshome.com

capitalización bursátil de \$ 10 mil millones cuando se tomaron instantáneas para el estudio Drucker en junio de 2018 o al menos \$ 3 mil millones en ingresos a partir de marzo de 2018. Todos los datos recopilados por el Instituto Drucker fueron los más recientes disponibles al 30 de junio. 2018.

Conclusiones y Recomendaciones

La Sensatez en reconocer que Los clientes no son solo una cifra; el retener y/o fidelizar , nos permite conocer nuevas opciones que generaran innovaciones y permanencia en un mercado que cada día es más competido para cualquier negocio....Ya Hizo los pequeños Empujones desde adentro?

"El punto no es que lo imposible sea posible solo para unos Pocos; si aplicamos diligentemente los pasos detallados en la Capacitación, en realidad es posible para todos nosotros" Steven Covey

Cordialmente,

Rubén Darío Castillo Serna

ceo@globalenterpriseshome.com / rubendariocastillo@hotmail.com

Cel. 315.5778669 Colombia

"Facilitadores en las Tendencias Globales"



Twitter/LinkedIn: RDCASTILLO1

Email: ceo@globalenterpriseshome.com

Movil: (57) 315.5778669

Cali, Colombia