



Share4Rare

Herramientas & Ejemplos

Tablero de experimentación JAVELIN

Propósito

Lo que hace que hacer un análisis DAFO sea particularmente poderoso es que, con un poco de reflexión, puede ayudarte a descubrir oportunidades que puedes explotar. Y al comprender las debilidades de tu negocio, puedes administrar y eliminar las amenazas que de otro modo te tomarían por sorpresa.

Más que nada, al observarte a ti mismo y a tus competidores utilizando el marco DAFO, puedes comenzar a diseñar una estrategia que te ayude a distinguirte de tus competidores, para que puedas competir con éxito en tu mercado.

Cómo usar un tablero de experimentación Javelin

Puedes usarlo de dos maneras: para romper el hielo y ayudar a "iniciar" la formulación de la estrategia, o de una manera más sofisticada como una herramienta de estrategia seria.

Nota:

Las fortalezas y debilidades son a menudo internas de la organización, mientras que las oportunidades y amenazas generalmente se relacionan con factores externos. Por esta razón, el análisis DAFO a veces se denomina análisis interno-externo y la matriz DAFO a veces se denomina matriz IE.

Fortalezas

- ¿Qué ventajas tiene tu organización?
- ¿Qué haces mejor que nadie?
- ¿Qué recursos únicos o de menor costo puedes utilizar que otros no puedan utilizar?
- ¿Qué ven las personas en tu mercado como tus puntos fuertes?
- ¿Qué factores significan que "obtienes la venta"?
- ¿Cuál es la propuesta de venta única de tu organización?

Considera tus fortalezas desde una perspectiva interna y desde el punto de vista de tus clientes y personas en tu mercado.

Además, si tienes alguna dificultad para identificar fortalezas, intenta escribir una lista de las características de tu organización. ¡Con suerte algunas de estas serán fortalezas!

Al analizar tus puntos fuertes, piensa en ellos en relación con tus competidores. Por ejemplo, si todos tus competidores ofrecen productos de alta calidad, entonces un proceso de producción de alta calidad no es una fortaleza en el mercado de tu organización, es una necesidad.

Debilidades

- ¿Qué podrías mejorar?
- ¿Qué deberías evitar?
- ¿Qué es probable que las personas en tu mercado vean como debilidades?
- ¿Qué factores te hacen perder ventas?

De nuevo, considéralo desde una perspectiva interna y externa: ¿otras personas parecen percibir debilidades que tú no ves? ¿Están tus competidores mejor que tú? Es mejor ser realista ahora y enfrentar cualquier verdad desagradable lo antes posible.

Oportunidades

- ¿Qué buenas oportunidades puedes ver?
- ¿Qué tendencias interesantes conoces?

Oportunidades útiles pueden provenir de cosas como:

- Cambios en la tecnología y los mercados, tanto a gran escala como a pequeña escala
- Cambios en la política del gobierno relacionados con tu campo
- Cambios en los patrones sociales, perfiles de población, cambios en el estilo de vida, etc.
- Eventos locales

Consejo:

Un enfoque útil cuando se buscan oportunidades es observar tus fortalezas y preguntarte si estas abren alguna oportunidad. Alternativamente, mira tus debilidades y pregúntate si podrías abrir oportunidades al eliminarlas.

Amenazas

- ¿Qué obstáculos enfrentas?
- ¿Qué están haciendo tus competidores?
- ¿Están cambiando los estándares de calidad para tu trabajo, productos o servicios?
- ¿La tecnología cambiante amenaza tu posición?
- ¿Tiene deudas incobrables o problemas de liquidez?
- ¿Podría alguna de tus debilidades amenazar seriamente tu negocio?

Consejo:

Cuando se analizan oportunidades y amenazas, el análisis PEST puede ayudar a garantizar que no pases por alto factores externos, como nuevas regulaciones gubernamentales o cambios tecnológicos en tu industria.

Uso del análisis DAFO en la gestión de proyectos y marketing

Si está utilizando el análisis DAFO como una herramienta seria (en lugar de un "acercamiento" casual para la formulación de estrategias), asegúrate de ser riguroso en la forma en que lo aplicas:

- Solo acepta declaraciones precisas y verificables ("Ventaja de costo de \$ 10 / tonelada en el suministro de materia prima x", en lugar de "Buena relación calidad-precio").
- Acorta sin piedad largas listas de factores y prioriza, de modo que pases tu tiempo pensando en los factores más importantes.
- Asegúrate de que las opciones generadas se lleven a etapas posteriores en el proceso de formación de la estrategia.
- Aplícalo en el nivel correcto; por ejemplo, es posible que debas aplicar la herramienta a nivel de producto o línea de productos, en lugar de a un nivel más vago de empresa en general.
- Úsalo junto con otras herramientas de estrategia (por ejemplo, análisis USP y análisis de competencia central) para obtener una imagen completa de la situación con la que estás lidiando.

Ejemplo DAFO

Una nueva pequeña consultoría podría elaborar el siguiente análisis FODA:

Fortalezas:

- Podemos responder muy rápidamente ya que no tenemos trámites burocráticos y no necesitamos una mayor aprobación de la gerencia.
- Podemos brindar una atención realmente buena al cliente, ya que la pequeña cantidad de trabajo actual significa que tenemos mucho tiempo para dedicar a los clientes.
- Nuestro consultor principal tiene una sólida reputación en el mercado.
- Podemos cambiar de dirección rápidamente si descubrimos que nuestro marketing no funciona.
- Tenemos gastos generales bajos, por lo que podemos ofrecer buenos precios a los clientes.

Debilidades

- Nuestra empresa tiene poca presencia o reputación en el mercado.
- Tenemos una plantilla pequeña, con una base de habilidades superficiales en muchas áreas.
- Somos vulnerables si el personal vital se pone enfermo o se va.
- Nuestro flujo de caja no será confiable en las primeras etapas.



Oportunidades

- Nuestro sector empresarial se está expandiendo, con muchas oportunidades futuras para el éxito.
- El gobierno local quiere alentar a las empresas locales.
- Nuestros competidores pueden ser lentos para adoptar nuevas tecnologías.

Amenazas

- Los avances tecnológicos pueden cambiar este mercado más allá de nuestra capacidad de adaptación.
- Un pequeño cambio en el enfoque de un gran competidor podría eliminar cualquier posición de mercado que logremos.

Como resultado de su análisis, la consultoría puede decidir especializarse en servicios de respuesta rápida y de buen precio para las empresas locales y el gobierno local.

El marketing se realizaría en publicaciones locales seleccionadas para obtener la mayor presencia posible en el mercado para un presupuesto de publicidad establecido, y la consultoría debería mantenerse actualizada con los cambios en la tecnología cuando sea posible.

Puntos clave

El análisis DAFO es un marco simple pero útil para analizar las fortalezas y debilidades de tu organización, y las oportunidades y amenazas que enfrenta. Te ayuda a concentrarte en tus puntos fuertes, minimizar las amenazas y aprovechar al máximo las oportunidades disponibles.

Se puede utilizar para "iniciar" la formulación de estrategias, o de una manera más sofisticada como una herramienta de estrategia seria. También puedes usarlo para comprender a tus competidores, lo que puede brindarte la información que necesitas para crear una posición competitiva coherente y exitosa.

Cuando realices tu análisis, se realista y riguroso. Aplícalo en el nivel correcto y complétalo con otras herramientas de generación de opciones cuando corresponda.