

PERFIL DE FORTALEZAS

Empresas y OSFL

Este formulario puede utilizarse como guía para las primeras deliberaciones, Puede ser ampliado o adaptado para ciertos rubros de acuerdo a las necesidades particulares de la empresa u organización sin fines de lucro..

El análisis comprende cuatro áreas:

- Trabajar en determinar que se ha realizado hasta ahora y además, lo que podría realizarse
- Analizar que problemas se han resuelto exitosamente
- Describir las visiones, deseos y las metas
- Investigar qué relaciones y que imagen existe en el mercado

Anotar en forma de punteo y pensamientos que se te vengán a la cabeza (primero coleccionar, luego evaluar)

1. Propiedades y Servicios

- ¿cuáles productos y servicios generamos y cuáles podríamos producir?
- ¿en qué se diferencian estos productos y servicios de nuestros tres principales competidores (calidad, precio, etc.)
- ¿en qué área poseemos la mayor participación de mercado?
- ¿qué es lo que más le gustaría hacer dentro de mi trabajo y para qué es más apropiada mi empresa?

2. Experiencias de Solución de Problemas

- ¿cuáles problemas internos se solucionan o han solucionado mejor?

- ¿cuáles problemas conocidos de clientes podrían resolverse?

3. Visiones y Metas

- ¿cuál es la filosofía de la empresa?
- ¿cuáles son sus pretensiones de metas incumplidas?

4. Relaciones e Imagen

- ¿con cuáles Grupos Objetivo tiene o tuvo la empresa relaciones especialmente buenas?
- ¿qué es lo que esperan los clientes de nosotros, para lo que tenemos el perfil de propiedades?
- ¿cuáles son sus relaciones útiles (clientes, medios, proveedores, etc.)?

¿Cuáles son los próximos pasos con relación a las fortalezas especiales?

1. Fortalezas Absolutas

Basándose en el punteo anterior, anotar todas las fortalezas que se le hayan ocurrido y seleccionar intuitivamente las que le parezcan más relevantes.

2. Fortalezas Relativas

Fortalezas relativas en relación a los competidores. Preguntarse ahora, qué tan fuertes son estas propiedades en relación a un competidor representativo (Escala del 0 al 100 – ver abajo).

3. Grupos Objetivo

Valorar las fortalezas desde la perspectiva del Grupo Objetivo. Las diferencias respecto a su valoración será el primer cuestionamiento de cómo nos vemos nosotros respecto a cómo nos ven los demás, especialmente un Grupo Objetivo.

4. Mayores Fortalezas

Determinar las mayores fortalezas y más prometedoras, sorteando las mejor valoradas a través del casillero (= perfil de fortalezas). ¿Cuáles son las más relevantes? ¿Es posible deducir un rendimiento superior como resultante de una combinación de fortalezas individuales?

5. Combinación de Fortalezas

Estimar el grado de identificación personal. Si es bajo o nulo, será necesario investigar otras combinaciones. Solo lo que haga con agrado y motivación, también lo hará bien y será el resultado de su estrategia.

6. El Perfil de Fortalezas	0	50	100
• • • • • • • • • • • • • •			

Escalas: 0 = totalmente bajo el promedio de los competidores
50 = en el promedio de los competidores
100 = especialmente fuerte en relación a competidores