

EVALUACIÓN DE LA ORIENTACIÓN PERSONAL AL MERCADO

INSTRUCCIONES

Como es sabido, la orientación personal del responsable máximo de una empresa determinará la orientación total de la organización.

También es sabido que las empresas pueden estar orientadas a la producción, a las ventas, a las operaciones, a las finanzas o al mercado.

También se ha repetido infinidad de veces que dadas las circunstancias en que se desenvuelven las empresas en los mercados modernos, la única que garantiza la estabilidad y crecimiento de la empresa durante muchos años es la **orientación al mercado**, ya que es la única manera para que real y efectivamente la empresa satisfaga las necesidades, deseos y expectativas de los consumidores o usuarios de sus productos y servicios y alcance, de esa manera, una alta participación de mercados; hecho que, a su vez, se traduce en mayores ventas, más altos ingresos, más altos niveles de rentabilidad a largo plazo y, finalmente, un mayor potencial de crecimiento y prosperidad.

El consumidor o usuario constituye el inicio y el fin de todo el ciclo operativo de cualquier empresa. Una empresa sin consumidores o usuarios, sencillamente, deja de existir.

NOTA: Este **Diagnóstico** está diseñado para el responsable máximo de la empresa (dueño, empresario, directivo o ejecutivo). El mismo está integrado por **20 declaraciones** que usted debe calificar en una escala de 0 a 5.

- a) Si usted considera que, en **su caso personal**, la declaración no se corresponde con **su** realidad, haga un círculo alrededor del **1 = Totalmente falso**.
- b) Por el contrario, si cree que **sus** actitudes se corresponden por completo con la declaración, haga un círculo alrededor del **5 = Totalmente cierto**.

Si cree que su posición personal no se sitúa en ninguno de esos extremos, haga un círculo alrededor de uno de los números intermedios: **2, 3 ó 4**.

EVALUACIÓN DE LA ORIENTACIÓN PERSONAL AL MERCADO

1 = Totalmente falso.

5 = Totalmente cierto.

1	Me preocupo de que tanto yo (personalmente) como mis colaboradores más directos participemos activamente en todas las actividades de marketing de la empresa.	1	2	3	4	5
2	Tanto yo como mis colaboradores más cercanos nos sentimos responsables de los resultados de venta (buenos o malos) que logra la empresa.	1	2	3	4	5
3	Me ocupo de atender personalmente las quejas o de que lo haga un miembro de la más alta jerarquía.	1	2	3	4	5
4	Me ocupo de conocer personalmente la mayor cantidad posible de clientes.	1	2	3	4	5
5	Le exijo a mis colaboradores más directos, no importa el área en la que trabajen, que establezcan contacto continuo con los clientes.	1	2	3	4	5
6	Tanto yo como mis colaboradores más directos nos preocupamos de conocer, con el mayor detalle posible, nuestros mercados y las necesidades, deseos y expectativas de los consumidores, usuarios o clientes de la empresa.	1	2	3	4	5
7	Me preocupo personalmente de los planes que se elaboran para el lanzamiento de nuevos productos o servicios o para la modificación de los actuales.	1	2	3	4	5
8	Sé, con precisión, lo que vende la empresa y a quién le vende (ventas en dinero, en unidades, por productos o servicios, por áreas geográficas, por vendedor, por clientes principales, etcétera).	1	2	3	4	5
9	Participo activamente en las reuniones con la agencia de publicidad.	1	2	3	4	5
10	He elaborado o he participado en la elaboración de una estrategia de marketing clara y precisa para la empresa.	1	2	3	4	5
11	Me he preocupado de que la estrategia de marketing sea conocida por todo el personal clave de la empresa (incluyendo producción y finanzas) y no sólo por el personal de marketing.	1	2	3	4	5
12	Participo activamente en el desarrollo de nuevas formas y tácticas de marketing.	1	2	3	4	5
13	Me reúno, por lo menos, una vez por semana con los responsables del área de marketing y ventas.	1	2	3	4	5
14	Asisto regularmente a las reuniones que se realizan con los vendedores.	1	2	3	4	5

EVALUACIÓN DE LA ORIENTACIÓN PERSONAL AL MERCADO

Continuación

1 = Totalmente falso.

5 = Totalmente cierto.

15	Me preocupo, activamente, por mantenerme informado sobre todo cuanto acontece en el sector de negocios de la empresa (actividades de los competidores, nuevos productos, cambios de precio, campañas publicitarias, etcétera).	1	2	3	4	5
16	Participo activamente en la revisión de todo el material que llegará, de una forma u otra, a nuestros clientes.	1	2	3	4	5
17	Me he preocupado de transmitir a todo el personal la idea de que nuestro principal objetivo como empresa es la de lograr consumidores, usuarios o clientes altamente satisfechos.	1	2	3	4	5
18	Cada vez que debo tomar una decisión interna, aunque no sea en el área de marketing, preveo las repercusiones que podría tener esa decisión en los consumidores, usuarios o clientes.	1	2	3	4	5
19	Acostumbro a evaluar la empresa desde "el exterior", desde la óptica de los consumidores, usuarios o clientes.	1	2	3	4	5
20	Apoyo, al cien por cien, los esfuerzos que se hacen en la empresa para estimular la consolidación de una cultura claramente orientada al mercado.	1	2	3	4	5

EVALUACIÓN

- La puntuación máxima es de 100.
- Sume la puntuaciones que ha obtenido en el **Diagnóstico** y divida, en términos de tanto por ciento, su puntuación personal entre el total máximo posible (=100).
- Si su puntuación personal se sitúa por debajo del **70 por ciento** debe ir pensando seriamente **en revisar algunas de sus actitudes** respecto al marketing.
- Centre su esfuerzo de cambio en los aspectos en los que ha obtenido una calificación más baja.