

Líder de Bombardier comparte el éxito de un plan estratégico



Sathyamurthy Kumaraswamy, general manager at Bombardier Transportation, compartió con estudiantes del Tec de Monterrey, campus Estado de México, la clave para lograr un plan estratégico exitoso.

03/05/2019

Mariana Perales | campus Estado de México

El **General Manager de Bombardier Transportation**, Sathyamurthy Kumaraswamy, se reunió con estudiantes del **Tecnológico de Monterrey**, campus Estado de México, para compartir con ellos su visión sobre el **plan estratégico** y la importancia que éste tiene dentro de una empresa.

El encuentro tuvo lugar como parte del programa '**Leadership Voices**' de la Escuela de Negocios del Tecnológico de Monterrey en la Región Ciudad de México.



Durante la charla mencionó los seis puntos más importantes al momento de hablar de Planeación Estratégica.

1. Establecer prioridades: ¿qué es lo que se necesita hacer en el negocio y ¿qué es lo que tengo que desarrollar para la gente?

“La clave está en innovar y cuidar las necesidades del cliente”, señaló.

Poner atención a cada parte de mi producto para saber cómo le haré para producirlo y para satisfacer las necesidades de mi cliente.

“Si queremos desarrollar un producto es necesario cuidar desde el diseño y todos los elementos necesarios”, agregó.

2. Marketing adecuado para los productos: evitar el caso de Motorola.

“Apple y Samsung hacen innovación, mucho marketing de sus productos e implementación de tecnología. Apple tiene un atractivo sistema predictivo.

“La clave de la planeación estratégica es buscar la rentabilidad del producto, definir quién lo va a comprar y cuidar al cliente una vez establecido (tener en cuenta sus necesidades)”, enfatizó.

3. Fortalecer y tener una estrategia de operaciones: optimizar procesos, evolucionar con la tecnología para ayudar al tiempo de producción y entrega.

“El producto que será entregado tiene que ser fabricado en el momento justo y tenerlo listo a tiempo en tiendas”, explicó.

4. Asegurar que los empleadores están trabajando hacia objetivos

comunes: para empezar las metas individuales de cada uno deben coincidir con el resto de la compañía. Todos deben estar alineados a la meta principal.

“El plan de la empresa siempre debe ser comunicado a los empleados para que todos trabajen en la misma meta en común, si la gente no la conoce o fallan en la meta, le fallarán al cliente”,

5. Establecer un acuerdo sobre los clientes / resultados previstos: mejora continua de procesos pero asegurarse que todo sea medido; para hacer esto, es necesario la planeación, ¿qué es lo que tengo que mejorar?, ¿mi desempeño será mejor?

6. Evalúa y ajusta la dirección de la organización en respuesta a un entorno cambiante: la tecnología evoluciona todo el tiempo y la gente quiere cosas nuevas, pregúntate ¿cómo puedo ser mejor?, ¿qué va a necesitar el usuario en un futuro?

“Gracias a estos pasos les será posible tener resultados, el verdadero éxito en los negocios es que el `core value´ no cambia, solo se adapta a las necesidades de los clientes”, puntualizó.



Para finalizar compartió con los estudiantes las cuatro preguntas básicas que siempre se deben hacer para tener un **plan estratégico** exitoso en cualquier industria.

¿A quién voy a venderle?, ¿Qué puede hacer mi producto por mi cliente?, ¿Por qué hacerlo? y ¿Cómo puedo anticiparme al futuro?

“El plan estratégico es muy importante, y el marketing es la clave”, finalizó.