
OKR's o KPI's

¿Qué es un OKR?



**OBJECTIVES &
KEY RESULTS**

Ejemplo

Vendes parrilladas en internet:

Quieres que aumentar los ingresos a 1 million este trimestre (objective).

Tus Key Results podrían ser:

- Mejorar posicionamiento Google por la palabra clave 'comprar parrilladas'
- Hacer una campaña de rebajas por 20% en 2 periódicos nacionales

Objetivos (Os)

- Es lo que quieres lograr
- Trimestrales y Anuales
- Deben ser medibles con uno o mas KR's
- Pueden ser Operativos o Aspiracionales
- Se pueden aplicar en cascada hacia abajo o transversalmente

Key results (KRs)

- Sirven para saber si estás cumpliendo o no el Objetivo
- Es la métrica que mide el Objetivo
- Si no se utiliza como métrica entonces el KRs es un Hito (fecha en la que el Objetivo se debe cumplir)

Tácticas

- Los KRs informan el “Qué” y las Tácticas informan el “Cómo”
- Deben ser planificadas para cada Key Result

4 Reglas del OKR

- Ponlos anualmente y cada tres meses

Tres meses y un año son margen de tiempo donde puedes efectivamente conseguir algo. Los mismos margen de tiempo son utilizados por evaluar las compañías.

- No tener demasiados

5 Objetivos con 4 key results cada uno es tu máximo cada tres meses. Tener más solo te distraerá de las cosas más importantes.

- Hazlas un poco desafiantes

Estudios demuestran que la gente que pone objetivos desafiantes, logran mas. Imagina de llegar al 70-80% de tu objetivo desafiante.

- Un Key Result necesita tener un numero

Los números permiten de evaluar objetivos y crear un proceso de arrendamiento.


Voy a lograr

{Objetivo}

medido por

{Key Results}

La clave del éxito está
en *Reviews* y *Check-
ins* semanales y
Feedback continuo



Empresas utilizando OKRs

Google

LinkedIn

intel

amazon

facebook

ORACLE



theguardian UBER

Spotify

GoPro
Be a HERO.

Atlassian

Dropbox

Ejemplo de OKR

Objetivo: Mejorar la experiencia del usuario en el sitio web	0.7
Resultados Clave:	
Aumentar el porcentaje de clics en un 25%	0.8
Incrementar la tasa de conversión en un 15%	0.7
Aumentar las ventas en un 10%	0.6
Reducir las quejas y reclamaciones a la mitad	0.7

Mejores prácticas

3

objectives at
any time

3

key results
per objective



Set quarterly



Reviewed
monthly or weekly



Public and online
in front of all
employees

70%

Sweet spot to
achieve % of
the results

¿Qué es un KPI?

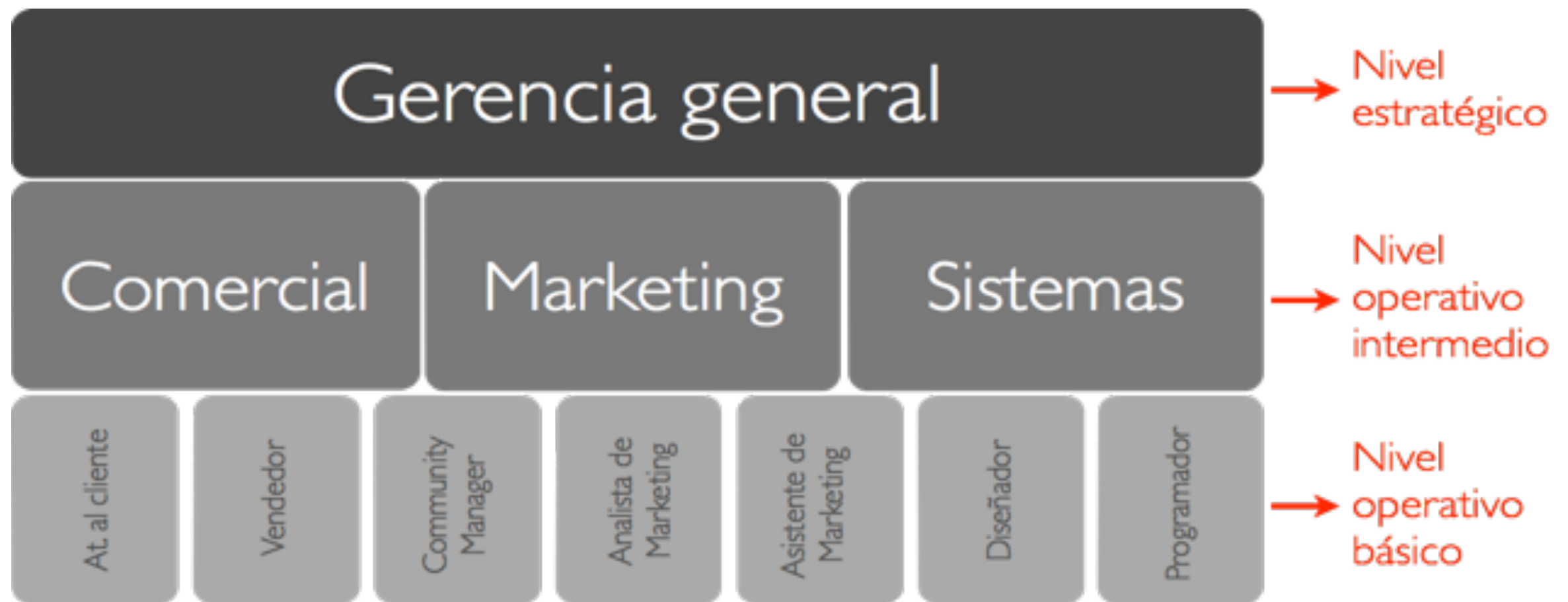


KEY
PERFORMANCE
INDICATOR

¿En qué se diferencian?

Los objetivos de los KPI son habitualmente factibles y representan el producto de un proceso o proyecto ya existente, mientras que los objetivos de los OKR son en cierta medida más agresivos y ambiciosos.

Tener en cuenta los Niveles de información



EJEMPLO



MISION: Convertirse en el mejor distribuidor de entretenimiento global, ayudando a los creadores de contenidos a encontrar audiencias globales.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Estrategia 1:

Suscripciones c/ prueba gratis 30 días

Vender abonos

Meta:

\$4MM / mes

Facturación

nuevos

suscriptos

Meta:

100 nuevos / semana

Retención de
abonados

Meta:

30 meses promedio

Meses de permanencia

Life Time Value (LTV)

Meta:

+ \$74.92

Estrategia 2:

Fidelizar usuarios con excelente contenido

Fidelización

Meta:

1MM por semana

videos vistos

Frecuencia por usuario

Meta:

25/ mes