



# CREA TU KIT DE COMUNICACIÓN

## DÍA 2: OBJETIVOS

Déjame adivinar: ya te cansaste de proponerte objetivos y por alguna u otra razón... ¿no los cumpliste?

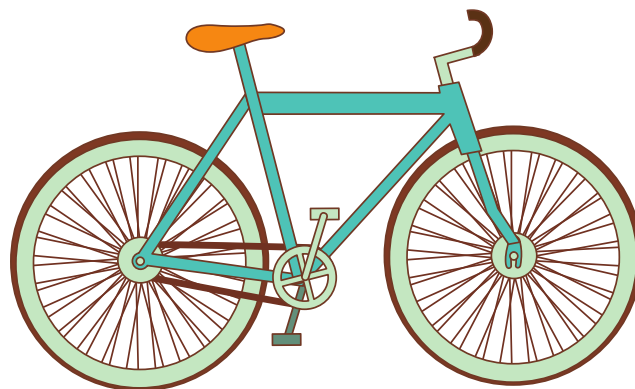
Comencemos por el inicio: ¿qué es un objetivo o una meta?

"Es el resultado deseado que una persona o un sistema imagina, planea y se compromete a lograr: un punto final deseado personalmente en una organización en algún desarrollo asumido. Muchas personas tratan de alcanzar objetivos dentro de un tiempo finito, fijando plazos."

Ahora veamos cómo podemos establecer objetivos de una manera inteligente.

Pero antes... quiero que te detengas un momento a pensar en tus prioridades. Piensa que tu vida está representada por una bicicleta. La rueda delantera corresponde al ámbito personal; y la rueda trasera, al ámbito profesional.

En cada una de estas ruedas establecerás tus prioridades; que a diferencia de los objetivos, son elecciones que realizas por gusto, conveniencia u otros motivos.





# CREA TU KIT DE COMUNICACIÓN

## EJERCICIO 1: PRIORIDADES

Utiliza cada una de las ruedas de tu bicicleta para medir cómo está siendo tu paseo por la vida.

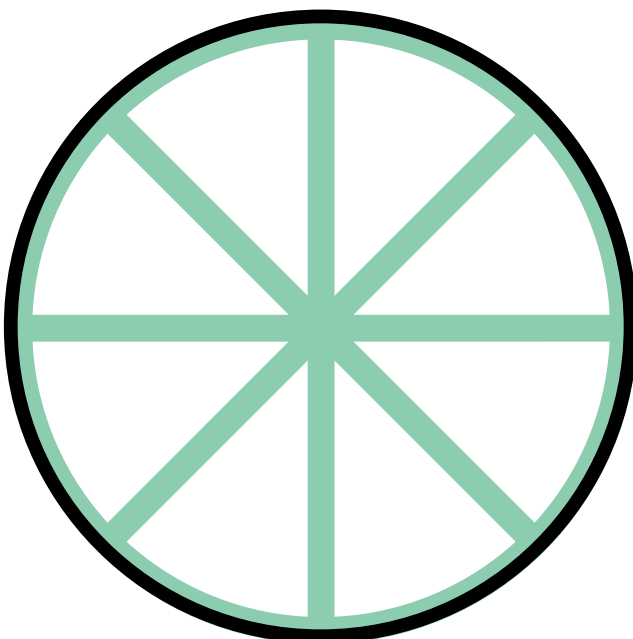
En cada rueda podrás elegir entre 4 a 8 prioridades, debes ponerle un nombre a cada prioridad.

Luego deberás puntuar del 1 al 10, cómo está cada una de estas prioridades en tu vida; siendo 1 = pésimo y 10 = excelente.

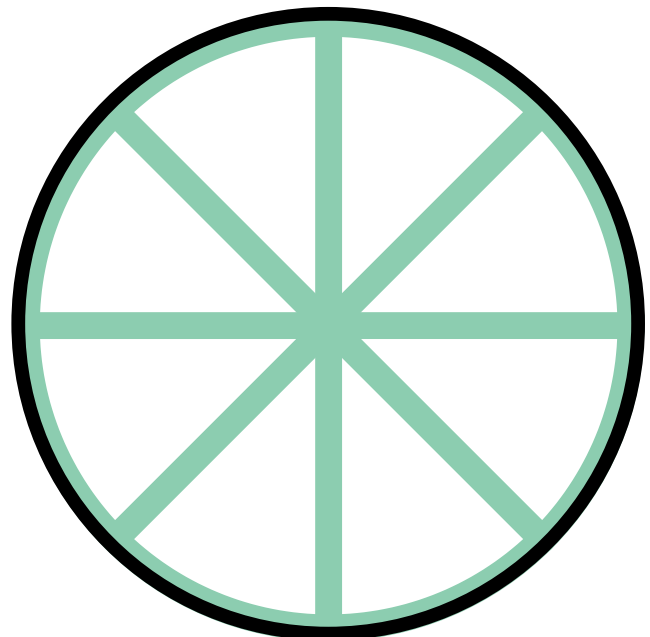
Te recomiendo que pintes o sombrees esta rueda con tu puntuación, como en el ejemplo que verás en el video.

### Prioridades profesionales

profesionales



personales





# CREA TU KIT DE COMUNICACIÓN

## EJERCICIO 2: OBJETIVOS SMART

### ¿CÓMO ES UN OBJETIVO SMART?

**S**

eEspecífico

**M**

Medible

**A**

Alcanzable

**R**

Relevante

**T**

Temporal

**Específico:** debe comenzar con un verbo que invite a la acción, redactado en forma positiva, definiendo lo que quieres lograr. Responde al qué.

**Medible:** debe contener cifras que puedas medir en porcentajes. Responde al cuánto.

**Alcanzable:** debe poder ser realizable de acuerdo a los recursos que tengas disponibles para invertir de acuerdo a tus posibilidades reales. Responde al con qué.

**Relevante:** debe estar alineado a tu filosofía y valores; ser motivador para ti y generarte un desafío. Atrévete a plantearte objetivos que te desafíen, que te motiven y te saquen de tu zona de confort. Responde al para qué.

**Temporal:** debe contener plazos de concreción a corto, mediano y largo plazo. Deberás definir a partir de cuándo, hasta cuándo, en cuánto tiempo querrás lograrlo, cuánto tiempo destinarás en cada etapa. Responde al cuándo.



# CREA TU KIT DE COMUNICACIÓN

## EJEMPLOS DE OBJETIVOS SMART

### ¿CÓMO ES UN OBJETIVO SMART?

**S**

e**Specifico**

**M**

**Medible**

**A**

**Alcanzable**

**R**

**Relevante**

**T**

**Temporal**

Incorrecto: No quiero trabajar muchas horas por día.

Correcto: Trabajo un máximo de 6 horas por día, 5 días a la semana.

Incorrecto: No quiero vivir con lo justo ni privarme de nada.

Correcto: Gano U\$S xxxxx.- al mes / al año y genero un ahorro de U\$S xxxxx.-

Incorrecto: Voy a hacer ejercicio.

Correcto: Me ejercito durante 45 minutos, 3 veces a la semana.

Incorrecto: Quiero tener más clientes.

Correcto: Genero una estrategia de comunicación y contacto a XX potenciales clientes cada día, de lunes a viernes.

Incorrecto: Quiero ganar más dinero.

Correcto: Establezco un esquema de servicios con valores premium e invierto 20 minutos al día, 3 veces por semana, en buscar prospectos en LinkedIn.



# CREA TU KIT DE COMUNICACIÓN

## EJERCICIO 3: OBJETIVOS ECONÓMICOS

Con este ejercicio quiero especialmente pedirte que no te juzgues, ¿de acuerdo? Es importante que recuerdes lo que te he dicho en el video.

Para este ejercicio quiero que te regales unos minutos para diseñar cómo sería tu vida, bajo ciertas condiciones: vas a incluir desde cómo te vistes, hasta dónde y cómo vives, qué comes, con quién te relacionas, qué haces en tu día a día.

SITUACIÓN 1: tus ingresos se mantienen estables hasta 2031.

SITUACIÓN 2: tus ingresos se duplican para 2022.

SITUACIÓN 3: en diciembre de 2025 ganas 6 veces más que hoy.

Ahora volvemos a la realidad, y quiero que detalles cuál es tu ingreso hoy y si proviene de un sólo recurso o se compone de varios.

Piensa en las inversiones que quieres realizar a futuro: casa, vehículo, viajes, negocios, mercado bursátil, criptomonedas, otros.

Ahora piensa cuál crees que sería tu ingreso ideal para 2021, 2026 y 2031.

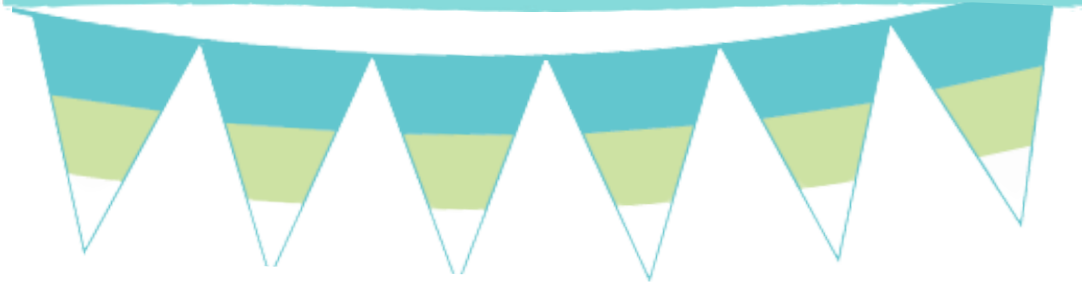
Veamos cómo lograrlo con el siguiente ejercicio.





# CREA TU KIT DE COMUNICACIÓN

## EJERCICIO 4: TU GUIRNALDA DE VENTAS



Si es la primera vez que te decides a trabajar como profesional independiente, es probable que comiences un único servicio que aún debes desarrollar.

En cambio, si ya tienes experiencia, es probable que tu guirnalda sea más amplia.

No te compares con otros en este momento, sólo pon el foco en crear tu mejor opción para tu situación actual.

Comienza con un servicio que quieras vender, te haga feliz y ayude a los demás. Elige con cuál comenzarás. Estos son los pasos:

- 1) Ponle un nombre.
- 2) Detalla en qué consiste.
- 3) Estima cuántas horas invertirás en brindarlo.
- 4) Ponle un precio.
- 5) Ahora piensa qué podrías agregar para que se convierta en Premium.
- 6) Quítale algo para que sea más económico.

¡Listo! Ya tienes tu primer banderín de tu guirnalda de ventas.



# CREA TU KIT DE COMUNICACIÓN

## ¡FIN DEL SEGUNDO DÍA!

¿Cómo te ha ido en este segundo día?

Si quieres contármelo, estaré encantada de leerte.

También puedes comentarlo en tus redes sociales y etiquetar a @kitdecomunicacion para que otras personas también se beneficien.

Si crees que estos ejercicios pueden ayudar a alguien más, sugiérele que se registre en [www.kitdecomunicacion.com](http://www.kitdecomunicacion.com) para participar de este curso gratuito.

En el día 3 detallarás quiénes son tus prospectos, qué necesidades tienen y cómo podrás ayudarlos para que deseen convertirse en tus clientes.

¡Qué tengas un hermoso día!

Hasta mañana,  
Vero

*El servicio en sí mismo es insignificante; empieza a tener significado cuando desde la marca o desde el discurso social se "dice" algo. Las organizaciones y profesionales ya no deben vender servicios. Sino que deben ofrecer soluciones, beneficios y valores.*