



The New Business mindset

Todos los días cambian las maneras de entender y hacer negocios.

La capacidad para manejar la incertidumbre, los cambios, la innovación, apertura y la flexibilidad son las ventajas competitivas reales de nuestro negocio. Todo lo que la mente del nuevo estratega, director o responsable del crecimiento de cualquier organización debe tener está en este programa vea más allá y adapte su mente a lo que pueda venir.

Fear management

El miedo paraliza. Nos nubla la mente y nos convierte en autómatas. No pensamos bien cuando estamos bajo sus efectos. No creamos porque orgánicamente el miedo no lo permite. El lado oscuro del miedo, el que vive en nosotros no nos permite avanzar o tomar decisiones por no encarar nuestra principal fobia: el fracaso. Por miedo a fracasar ni siquiera lo intentamos, y esa sensación o actitud dentro de una empresa o en un director puede ser fatal.

¿Qué sucede cuando encaramos nuestros miedos empresariales?

¿Cuándo comenzamos a pensar diferente, a atrevernos a un poco más?

Es imposible no sentir miedo, pero es posible dominarlo al entenderlo y gestionarlo...



Rethinking the future



Este programa está relacionado con las innovaciones y la creatividad.

Se suele pensar que la creatividad solo está destinada a genios o a personas con un altísimo índice o coeficiente intelectual, esto no es necesariamente así de hecho no lo es, ya hoy la creatividad inclusive no nace de una sola persona si no nace de la sinergia y la interconectividad e interrelación de las personas dicho de otra manera, los equipos son los que generan creatividad puertas adentro de la organización y no necesitan salir a buscar creatividad o copiar otras cosas.

Las herramientas y las necesidades son únicas y de allí y sus conocimientos de las problemáticas nacen los avances, solo después nace la creatividad.

Una organización que comienza a generar creatividad posiblemente está dando sin duda su primer paso hacia el fortalecimiento de ventajas competitivas duraderas y difícilmente copiable en el tiempo. No hay que olvidar que solo se puede copiar lo que es un estándar, y precisamente la creatividad no responde a estándares, sino mas bien a momentos, soluciones y apuestas por persona y modelos novedosos y únicos.

Doing the future mindset: innovation

La innovación es el gerundio de la creatividad. De nada nos sirve tener lotes de ideas si no somos capaces de al menos discernir cuales son las mejores e intentar llevarlas a cabo.

Las organizaciones que generan innovación son aquellas que comienzan a destacarse no importa en qué sector, porque buscan constantemente ofrecer nuevos servicios, nuevos productos a nuevos mercados, básicamente porque conocen realmente hacia donde van y empiezan a establecer un factor que es importantísimo hoy en día para poder atraer segmentos que son la generación de propuestas de valor.

¿Que entregar? ¿cómo ser percibidos como una empresa que constantemente está preocupada por satisfacer necesidades no solamente actuales si no futuras a nuestros clientes indistintamente en el mercado que estemos?

La innovación a diferencia de la creatividad es un proceso que si bien no se rige por parámetros rígidos, si es necesario conocer de alguna manera cómo se innova en el mundo. La innovación plantea la interrogante que es trabajar y gestionar algo en una zona gris. La innovación no es de llegar de un punto A a un punto B en forma directa, la innovación es llegar de un punto A a un punto desconocido que puede ser B y luego de B a G, manejando entropías y caos, y esto se logra teniendo organizaciones en las cuales hay libertad para ser creativos, que escuchan, que son tolerantes y con un liderazgo fuerte en términos de poder manejar incertidumbre.

The mind into strategies

En el mundo de hoy conocer o entender estrategias no nos convierte en personas estratégicas. Copiar es lo último que se necesita dentro de las organizaciones pero si es realmente importante entender y conocer como otras empresas mediante un razonamiento innovador basado en creatividad han empezado a plasmar sus estrategias para lograr conseguir o posicionarse en los mercados que quieren de acuerdo al producto o servicio que ofertan.

Este módulo lo que busca es representar la manera de cómo generar negocios antes de la estrategia del océano azul y como hoy a partir de este libro y de los modelos de negocios innovadores se entiende lo estratégico. No se refiere a replicar estrategias, es conocer la base o la plataforma de pensamiento para desde allí lanzar nuestras organizaciones con estrategias innovadoras y maneras de pensar diferentes para lograr capturar más y mejor segmento de mercado.



Effective communications for effective people

La comunicación es más importante que las estrategias, que los lineamientos, que el marketing, prácticamente que todo. Y las razones son porque sin saber cómo comunicar desde una idea hasta un producto es muy probable que esa acción no llegue bien al destinatario que se ha determinado.

Desde una oficina o desde una sala de reunión, si no sabemos cómo definir o cómo distinguir códigos en la cual se entienda perfectamente la idea a transmitir, esta definitivamente llegara mal.

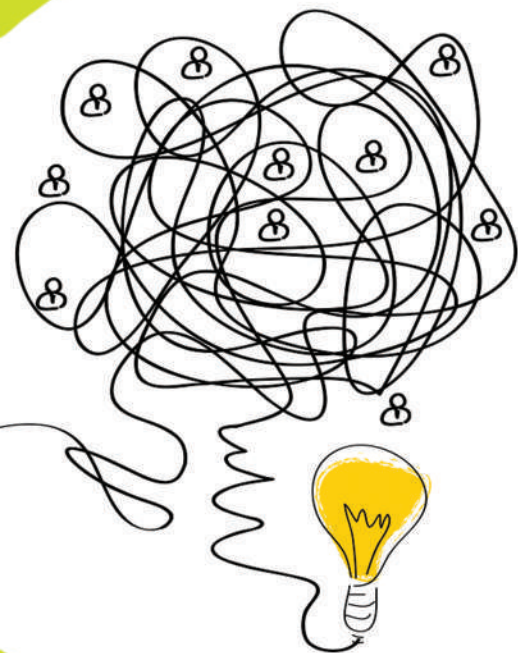
¿Qué tal si no somos capaces de, teniendo un producto estrella transmitir o comunicar realmente lo que queremos de este producto? muy posiblemente nos encontramos con el problema de que no nos entiendan y se pierda la oportunidad de crecer y posicionarlo de manera correcta.

Este módulo persigue la comunicación no en 360 grados si no en coordenadas esféricas, en términos de comunicación interna y externa: comunicación escrita, oral y no verbal. Además revisa la comunicación que hoy se da a través de las redes sociales o chats.

Toda persona que quiere ser realmente entendido tiene que saber cómo comunicar sus pensamientos de la forma adecuada a la persona adecuada en el momento adecuado.



The chaos leadership



El liderazgo al día de hoy y posiblemente para no cambiar nunca más, ya no se basa en órdenes militares como solía ser hasta hace muy poco tiempo. El liderazgo hoy se centra en la posibilidad y en la capacidad que tienen las personas para lograr aglutinar a su alrededor otras, no porque les crean si no porque este líder natural les genere la confianza para que las personas puedan crecer y formar parte de algo mucho más grande que ellos mismos.

Esto se llama liderazgo lateral, esto es el liderazgo cuando el caos, cuando la incertidumbre es la regla.

No se puede liderar hoy en normas rígidas, muy al contrario, el liderazgo tiene que ser flexible, dinámico, líquido.

Este programa se enfoca abiertamente a cómo generar liderazgo dentro del liderazgo y como empezar a delegar y a facultar a las personas para que los equipos las organizaciones empiecen a crecer siempre con sentido de a pertenencia siempre con sentido de identificación pero con la libertad para crear y para innovar dentro de este liderazgo.

The New Era: CIO (chief innovation officer)



- ¿Quién se encarga de innovación hoy en día en las organizaciones?
- ¿Cuál es el tipo de liderazgo?
- ¿Qué tipo de persona se requieren para llevar adelante un proceso de innovación?
- ¿Qué debe saber, cómo manejar la innovación?
- ¿Cómo liderar a las personas?
- ¿Cómo entender que la innovación es una inversión que si bien nos genera resultados a corto plazo a mediano y a largo plazo no solamente reintegra la inversión sino que también posiciona y mejora la competencia?

Este último capítulo del programa se refiere a cómo es el retrato robot del jefe de innovación dentro de una organización, lo que debe saber, lo que debe considerar, los métodos, los nuevos desafíos al manejar tecnologías junto a las personas y a procesos.

La nueva era dentro de una organización consciente de ello es aquella donde se involucra toda, sus personas, sus actividades, sus sistemas, en la confirmación de la innovación como llave de todo.

(AUTO) Motivation & Delegation skills

La base de estos temas están en un cambio de enfoque en el liderazgo y la manera en que hoy se ven y conciben las organizaciones y la dinámica de equipos de alta eficiencia.

Adicionalmente, en el proceso de motivación inteligente y real de las personas propicia que cada persona tenga la seguridad y confianza en sus capacidades y las de su grupo, sentir bienestar (concepto de happiness y caricias positivas), sentido de pertenencia y establecer un estado de innovación y toma de decisiones conscientes que afianzan en resumen a los procesos de facultación y a la delegación.



The Learning
GROUP

Tel: (502) 2493-7623

info@thelearninggroup.com

Blv. Rafael Landívar 10-05 Zona 16. Paseo Cayalá, Edificio R8, Oficina 303
www.thelearninggroup.com



The Learning Group, S.A.



@thelearninggroup



The Learning Group, S.A.