

Offering 2016

Paloma Orozco Amorós

Professional Training & Coaching & Speaker



Índice

Formación

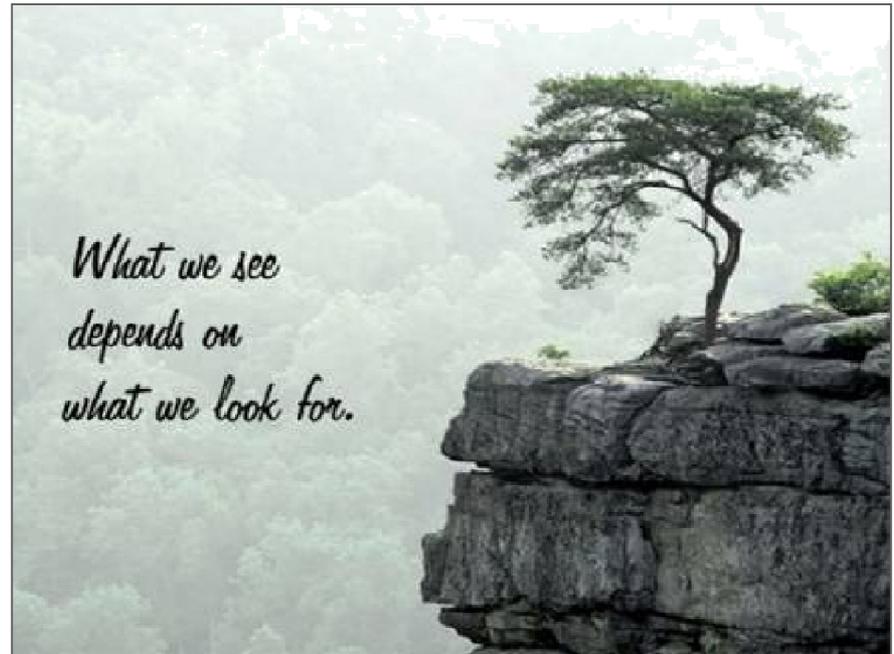
- Metodología
- Talleres y Programas diferenciales

Discovery Sessions

- Sesiones de Coaching
- Conferences
 - ★ Management to Explore
 - ★ Shackleton
 - ★ El autoliderazgo de Miyamoto Musashi
 - ★ Resilience to Discover
 - ★ El efecto Medici
 - ★ Samurái Aikido
- **Ruedas de Creatividad**
- **Otros cursos y talleres**
- **Otros canales formativos**

Resumen de experiencia profesional

Contacto



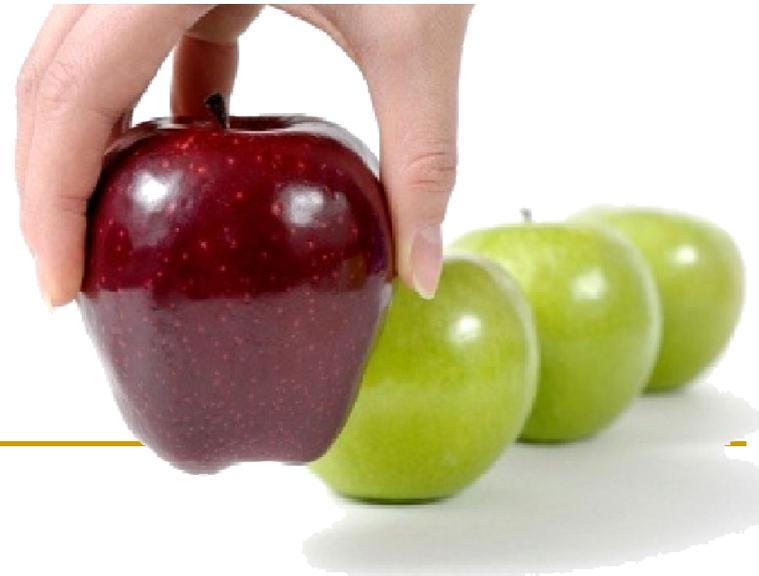
Una Samurái moderna...

- * Aporto **armonía y equilibrio**.
- * **Capacidad de adaptarme** al terreno y entorno de cada cliente con paciencia y respeto.
- * Tengo presente que **los detalles son muy importantes**: lo grande está en lo pequeño.
- * **Me renuevo** de forma constante para perseguir la mejora continua y la **excelencia** como hábito.
- * **Personalizo** cada uno de mis proyectos. Cada uno de ellos es único.
- * **Inspiro** el descubrimiento interior.
- * Soy **creativa** y busco siempre nuevas posibilidades. No creo en las soluciones convencionales.
- * Soy fiel a mi código de **valores**.
- * Me desarrollo **aprendiendo cada día con humildad**.



Valores diferenciales...

- ★ **experiencia real en el mundo de la empresa** y no sólo en formación
- ★ **incorporación** de casos reales y experiencias de vida profesional de la empresa
- ★ **dinámicas adaptadas** a la realidad de los participantes
- ★ **sesión con algunos de los asistentes** a la formación para detección de necesidades y adecuación de contenidos
- ★ **diseño exclusivo** de contenidos, actividades y prácticas de acuerdo a la cultura de la empresa
- ★ **metodología práctica** basada en el aprendizaje por descubrimiento y en técnicas de coaching:
aprender haciendo
- ★ **posibilidad** de realización de actividades previas **prework** y posteriores **postwork** y de sesiones de **coaching** para testar lo aprendido



Formación

Metodología

Basada en cuatro pilares:

➤ **Eutropelia**: Para enseñar, motivar e inspirar el cambio interior de forma lúdica.

➤ **Storytelling**: Para realizar metáforas que induzcan a la reflexión personal a través del análisis de casos de éxito inspiradores y emocionantes.

➤ **Guânxi**: Para favorecer la relación con los otros y potenciar la diferencia personal.

➤ **Kushinda**: Para fomentar la superación de cada uno de los asistentes a la formación. "Vencerse a uno mismo".

Talleres y Programas diferenciales

1. Samurai Seller: 10 estrategias guerreras para la batalla de las ventas
2. Personal Branding
3. Comunicación transformadora
4. Escritura Profesional
5. Storytelling
6. Resiliencia estratégica
7. Motivación
8. Inteligencia apreciativa
9. Elaboración de propuestas comerciales
10. Inteligencia emocional
11. Management to explore
12. Shackleton: Programa de crecimiento profesional en liderazgo estratégico para mandos
13. Lego Serious Play
14. Getting Things Done: el método GTD
15. Team Building: Reto Kaizen
16. Llamadas efectivas: el éxito en la atención telefónica
17. Las cuatro direcciones de la excelencia: el movimiento Shigo Nage de Aikido.
18. Gestión de equipos "de cine"



1. Samurai Seller: 10 estrategias guerreras para la batalla de las ventas

Descripción

- * Los samurais fueron una élite militar que gobernó Japón durante cientos de años. Estaban iniciados en el Zen, que enseña la armonía espiritual y el Bushido (el Camino del Guerrero), su código de honor. Practicaban una serie de principios que les hicieron casi invencibles en la batalla.
- * ¿Qué tácticas podemos aprender de los samurais que nos permitan realizar ventas más eficaces?
- * ¿Qué estrategias pueden enseñarnos para mejorar la comunicación con nuestros clientes?
- * ¿Cómo podemos reinventarnos como comerciales en época de crisis?
- * ¿Manejamos nuestros pensamientos de forma motivadora para alcanzar nuestras metas comerciales?



Objetivos de aprendizaje

- Potenciar las habilidades comerciales de los asistentes.
- Que los asistentes conozcan sus puntos fuertes y puntos a mejorar en términos estratégicos en el área de las ventas.
- Capacitar a los asistentes para adquirir una actitud proactiva manejando pensamientos positivos que les ayudarán a conseguir mejores ventas.
- Practicar un lenguaje transformativo para atraer más clientes.
- Optimización de contactos comerciales.
- Lograr que los participantes realicen presentaciones comerciales más persuasivas.
- Que los asistentes aprendan a potenciar una imagen Shisei de seguridad y fuerza de cara al cliente.
- Lograrán auto incentivarse en esta época de crisis viendo la crisis como una oportunidad.

2. Personal Branding

Descripción

- * Dejar de ser una marca blanca y convertirse en una marca personal es esencial para tomar el control de la percepción que los demás tienen sobre nosotros, para poder crear el impacto que deseemos.
- * Crear, desarrollar y gestionar nuestra marca personal es poner en valor lo que hacemos y lo que somos.
- * Cada persona es una marca. De cómo la desarrollemos y gestionemos dependerá nuestro éxito personal y profesional. Esto requiere la construcción de fortalezas y singularidades personales que nos hagan posicionarnos en la mente de los demás como la opción preferente.



Objetivos de aprendizaje

- Los participantes lograrán identificar su elemento diferencial y conseguirán potenciar sus habilidades profesionales.
- Serán capaces de descubrir, desarrollar y gestionar su propia marca personal.
- Aprenderán a utilizar el Personal Branding para hacerse más "visibles" en el entorno laboral.
- Pondrán a trabajar su propia "marca" con la construcción de fortalezas y singularidades personales y conocerán sus puntos fuertes y puntos a mejorar en términos estratégicos.
- Descubrirán cómo conseguir sus objetivos profesionales y realizar un seguimiento de los mismos con la herramienta del CMIP (Cuadro de Mando Integral Personal).
- Lograrán poner en valor lo que hacen y comunicarlo de forma precisa.
- Aprenderán a manejar sus pensamientos de forma motivadora para alcanzar sus metas profesionales.

3 Comunicación transformadora

Descripción

- * A menudo se piensa que la comunicación es algo natural y espontáneo, de lo cual no hace falta ocuparse especialmente. Por lo tanto, es habitual que en las organizaciones no se cuente con elementos operativos concretos para resolver problemas vinculados a la comunicación, ni se observe claramente que la comunicación dentro de la organización es una herramienta de gestión.
- * La comunicación es la esencia de la actividad organizativa y es imprescindible para su buen funcionamiento.
- * Una buena comunicación mejora la competitividad de la organización, su adaptación a los cambios del entorno, facilita el logro de los objetivos y metas establecidas, satisface las propias necesidades y la de los participantes, coordina y controla las actividades y fomenta una buena motivación, compromiso, responsabilidad, implicación y participación de sus integrantes y un buen clima integrador de trabajo.



Objetivos de aprendizaje

- Comprender y operar sobre el proceso de comunicación que se produce al transmitir la información entre el diferente personal de la empresa.
- Practicar la comunicación emocional, como complemento indispensable para la comunicación instruccional.
- Practicar cómo transmitir confianza, credibilidad y seguridad con las herramientas de la PNL (programación neurolingüística).
- Utilizar un lenguaje positivo que ayude a los asistentes a mejorar la atención con sus colaboradores y proveedores.
- Comunicar de forma más eficaz practicando la persuasión.
- Utilizar técnicas asertivas y descubrir un estilo propio de comunicación.
- Potenciar el nivel de empatía de los asistentes.
- Practicar la escucha activa y la empatía para construir relaciones más sólidas y productivas.
- Practicar el Body Language.

4. Escritura profesional

Descripción

- * El arte de aprender a comunicar de forma persuasiva, de adaptar nuestra comunicación a los demás, de saber impactar con las palabras, es esencial para motivar, persuadir, vender, informar, demostrar, enseñar, provocar una reacción o mover a la acción.
- * La comunicación escrita pone foco en la importancia de transmitir de forma exacta, eliminando errores habituales, estructurando de forma eficaz las ideas y centrando la atención en la búsqueda de un estilo propio.
- * Los asistentes al taller practicarán técnicas de flujo de creatividad para elaborar textos para contenidos web, blogs, informes, e-mails, actualizar historiales profesionales, presentaciones, etc.
- * También se trabajará cómo dar "color emocional" a los textos y cómo hacer frente a mails difíciles.



Objetivos de aprendizaje

- Aportar elementos de reflexión para cimentar una metodología de redacción eficaz de documentos profesionales.
- Aportar elementos creativos para potenciar el pensamiento innovador aplicado a la redacción de documentos.
- Dotar a los asistentes de herramientas para hacer sus documentos más claros, más prácticos y orientados a los objetivos que se pretenden.
- Mostrar como localizar y modificar los errores más frecuentes en la redacción de mail y documentos profesionales, para transformarlos en un instrumento claro y motivador de comunicación.
- Romper bloqueos en la comunicación escrita y transformar las dificultades en ventajas.
- Capacitar a los asistentes para transformar los mensajes en impacto.
- Aprender a transmitir de forma exacta, eliminando errores habituales, estructurando de forma eficaz las ideas y centrando la atención en la búsqueda de un estilo propio.
- Saber utilizar de forma correcta el código de redacción empresarial.
- Lograr que los participantes puedan ser persuasivos en un texto.

5. Storytelling

Descripción

- * El Pentágono utiliza el storytelling para diseñar sus estrategias de crisis. La NASA contrató al guionista Syd Fyeld para que sus científicos relataran sus descubrimientos de manera seductora.
- * Esta técnica que utilizan políticos y empresas para atraer votantes y clientes está en pleno auge en Estados Unidos.
- * El relato, es la herramienta de comunicación más persuasiva en la economía de la atención. La carga emocional de los relatos capta mejor la atención que la simple información.
- * Con los cuentos o historias se reduce la resistencia natural al cambio. Las narraciones sirven para animar a las personas a hablar y mostrar sus miedos, como parte de un programa de acogida o de mentoring, para aplicar las moralejas en la propia vida, para lograr persuadir a los otros, para identificar prioridades...
- * En este taller se utilizan metáforas, que suponen la comprensión del pensamiento desde tres funciones: la reflexión, la emoción y la acción.

Objetivos de aprendizaje

- Aportar claves para utilizar el storytelling en la vida profesional, con el fin de fomentar iniciativas, conseguir que las personas se impliquen en un proyecto, lograr la adhesión a un equipo, reforzar el liderazgo en un grupo de trabajo, saber comunicar quién es uno, transmitir valores.
- Los participantes aprenderán una nueva forma de reencuadrar los conflictos, de crear nuevas soluciones, de orientarse y de orientar a otros hacia el objetivo.
- Aprenderán a utilizar el storytelling como herramienta de comunicación y de cambio usando el recurso narrativo para ejemplarizar acciones concretas y también aprenderán a gestionar de forma simbólica los arquetipos.



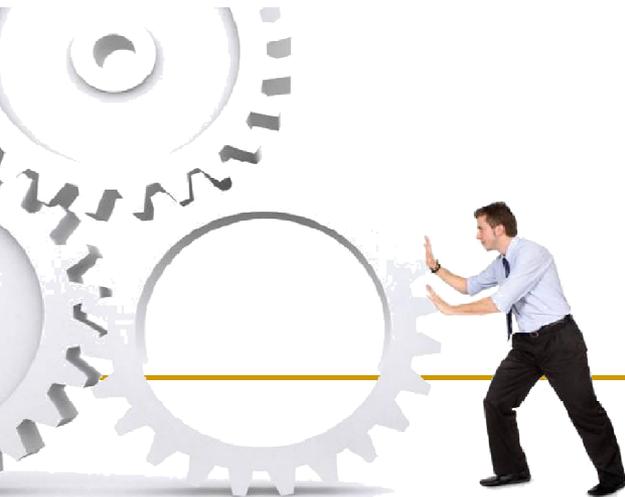
6. Resiliencia estratégica para mandos

Descripción

- * La resiliencia es la capacidad que posee un individuo frente a las adversidades, para mantenerse en pie de lucha, con dosis de perseverancia, tenacidad, actitud positiva y acciones, que permiten avanzar en contra de la corriente y superarlas.
- * La resiliencia estratégica es prepararse para aprovechar conflictos, debilidades y amenazas como fuentes de oportunidad y fortaleza.
- * El éxito ya no depende del impulso, sino de la resiliencia: la capacidad de reinventar los modelos de negocios y estrategias cuando las circunstancias cambian o se complican.
- * La resiliencia estratégica no consiste en reaccionar ante una crisis única o recuperarse de un revés. Se trata de anticiparse y no sólo de adaptarse.

Objetivos de aprendizaje

- Aportar a los asistentes claves para conseguir ser más resilientes personal y profesionalmente.
- Los participantes al taller tendrán que completar un "mapa de ruta" que les llevará a conocer los pilares de la resiliencia, a reconocer qué situaciones les producen estrés y cómo enfrentarse a ellas, los condicionamientos emocionales que actúan como resortes y la manera más eficaz de gestionar las emociones.
- Aprenderán a practicar la reformulación positiva de pensamientos, la técnica de los anclajes emocionales, a superar límites, investigar recursos, relajar tensiones, todo con el fin de ganar en resiliencia en su vida diaria.
- También descubrirán sus potencialidades, trabajarán su equilibrio personal y practicarán la solución de problemas desde una perspectiva creativa.



7. Motivación en tiempos de crisis

Descripción

- * El 40 % de la caída de las ganancias de una empresa es consecuencia de empleados desmotivados. El otro 60% se debe a la recesión económica y a las pocas ventas, o sea, a la crisis.
- * El 44,6% de los trabajadores no trabaja bien si no le tratan bien. Una de las consecuencias de esto es que un 56,9 de las empresas dan a sus clientes un servicio malo en calidad, en precio o en ambas cosas.
- * Hoy en día se buscan líderes no ya que dirijan (mandar hacer), sino que sobre todo, sepan inspirar a sus colaboradores (implicar y con motivar).



Objetivos de aprendizaje

- Dar a los asistentes claves para motivar a sus equipos de trabajo y colaboradores.
- Profundizar en las consecuencias de una mala motivación y cómo manejar situaciones y personas desmotivadas o con actitudes difíciles.
- Proporcionar a los asistentes herramientas para una gestión eficaz de las recompensas y las expectativas de los colaboradores en materia de motivación.
- Analizar y practicar los factores motivacionales y de coaching para la consecución de un equipo de trabajo eficiente.
- Que los participantes al taller tengan una lista de conductas que se deberían premiar y cuál sería la mejor forma de hacerlo y aportarles claves para aumentar la moral de los miembros de los equipos en períodos de incertidumbre.
- Practicar la comunicación motivadora y sus diferentes técnicas.
- Dotar a los asistentes de una metodología en materia de motivación y de automotivación.

8. Inteligencia apreciativa

Descripción

- * La inteligencia apreciativa es la habilidad para apreciar lo positivo y aprovecharlo.
- * Es la capacidad de convertir en acción las oportunidades, identificando determinado potencial que otros no son capaces de ver y superando los obstáculos para convertirlos en desafíos.
- * Enfocarse al éxito personal y profesional, sólo depende de uno mismo, de nuestra actitud.
- * Está comprobado que los grandes líderes tienen una alta Inteligencia Apreciativa, y que es una capacidad que puede aprenderse y desarrollarse.
- * Nuestra percepción de la realidad tiene mucho que ver con cómo decidimos responder.
- * La inteligencia apreciativa te permitirá identificar oportunidades y realizarlas.



Objetivos de aprendizaje

- Incorporar los hábitos mentales de las personas más exitosas que han logrado el éxito personal y profesional.
- Saber re-encuadrar problemas y situaciones para obtener soluciones positivas de alto valor.
- Sacar el máximo rendimiento a nuestro potencial.
- Saber identificar oportunidades.
- Practicar la indagación apreciativa y el diálogo apreciativo para poner en práctica el enfoque creativo de resolución de problemas: descubrir, soñar, diseñar y desplegar tu futuro.
- Desarrollar nuestras competencias apreciativas (pedagógicas, lingüísticas y organizacionales) para conseguir mejores resultados.
- Aprender a utilizar un lenguaje transformador e inspirador.

9. Elaboración de propuestas comerciales

Descripción

- * Las propuestas comerciales representan una gran oportunidad de presentar nuestra oferta.
- * ¿Qué debemos transmitir en ellas?, ¿Cuál es el PVD (propuesta de valor diferencial) que deben contener?, ¿Cuál es el objetivo de cada propuesta?
- * La propuesta comercial es un elemento más de la venta, por eso su contenido es esencial a la hora de captar o fidelizar a un cliente.
- * Nuestra propuesta debe ser diferenciadora, competitiva, emocional e impactante.
- * En este taller se practicarán técnicas que permitan estructurar y priorizar ideas en la propuesta (Mind Mapping), personalizar y transformar nuestra oferta en beneficios para el cliente, redactar de forma eficaz y persuasiva la propuesta comercial, transmitir con imágenes y cómo utilizar los argumentos emocionales en la propuesta.

Objetivos de aprendizaje

- Mostrar cómo localizar y modificar los errores más frecuentes en las propuestas comerciales, para transformarlas en un instrumento claro, motivador y persuasivo de cara a los clientes.
- Aportar elementos creativos y atractivos para mejorar las propuestas comerciales que realicen las asistentes.
- Practicar técnicas de elaboración de propuestas comerciales, orientadas a mejorar la calidad técnica de los documentos.
- Dotar a los participantes de herramientas sencillas con las que hacer propuestas comerciales más innovadoras e impactantes.



10. Inteligencia emocional

Descripción

* Las emociones juegan un papel significativo en nuestras vidas: pueden generar estímulos y energías poderosas para alcanzar objetivos que nos proponemos; pero, también puede generarnos frustraciones profundas que inhiban nuestros pensamientos y acciones.

* En nuestras relaciones con los demás, pueden ser capaces de ayudarnos a transmitir entusiasmo y reclutar seguidores de nuestros proyectos; pero, también pueden generarnos conflictos y rechazos, si no sabemos controlarlas y manejarlas de manera adecuada, es decir, "en forma inteligente".

* El Cociente Intelectual es lo que permite entrar en una organización, pero la Inteligencia Emocional es lo que permite crecer en esa organización y convertirse en líder, por eso desarrollar nuestra inteligencia emocional es esencial.

Objetivos de aprendizaje

- Fortalecer las capacitaciones para la percepción, comprensión y regulación de las emociones propias y ajenas.
- Desarrollar habilidades para canalizar las emociones de cara a una mayor satisfacción personal y eficacia profesional.
- Facilitar la comunicación mediante la inteligencia emocional para construir relaciones productivas.
- Conocer y comprender los beneficios que la inteligencia emocional tiene en el ámbito profesional: toma de decisiones, resolución de conflictos, eficacia, liderazgo, trabajo en equipo, automotivación, creatividad...



11. Management to explore (liderazgo estratégico para mandos)

Descripción

- * La acción formativa está inspirada en la técnica Storytelling: seis historias inspiradoras con sus correspondientes conclusiones prácticas.
- * Cada participante emprenderá un viaje donde se conocerá un poco más a si mismo y donde descubrirá sus potencialidades como líder, inspirado por los personajes que se mostrarán.
- * **Shackleton:** dirigir es decidir
 - * **Amundsen:** planificación, visión y estrategia
 - * **Musashi:** marca personal y valores
 - * **Capitán Scott:** convertir los fracasos en éxitos
 - * **Coronel Hunt:** liderar es innovar
 - * **Livingstone:** nunca rendirse



Objetivos de aprendizaje

- Dar claves para que los participantes puedan desarrollar un liderazgo efectivo de personas.
- Aportar a los asistentes una visión moderna e innovadora de la gestión de personas y potenciar las sinergias entre los participantes.
- Contribuir a que los participantes aprendan a descubrir sus potencialidades y se desarrollen como auténticos líderes capaces de liderar con éxito a sus colaboradores para conseguir alcanzar los objetivos fijados.
- Conseguir que los participantes desarrollen sus habilidades de dirección de personas, conociendo sus puntos fuertes y puntos a mejorar en términos estratégicos en áreas de comunicación, negociación, personal branding, gestión de conflictos, toma de decisiones y motivación.
- Incrementar las habilidades de comunicación del colectivo a todos los niveles.

12. Shackleton: Programa de crecimiento profesional en liderazgo estratégico para mandos

Descripción

- * El programa se compone de 6 sesiones y un total de 40 horas.
- * Está inspirado en el viaje que realizó Shackleton a bordo del "Endurance" junto con sus hombres y en la epopeya que vivieron al intentar regresar con vida.
- * Shackleton tuvo que mantener el ánimo de su tripulación aún habiéndose quedado atrapados en el hielo y sin posibilidad de ser rescatados. Supo gestionar a su gente para que estuviera activa y centrada en su supervivencia. Y nunca se rindió en intentar salvar todos sus hombres.

Contenido de las sesiones

- * Bienvenida a bordo: actividad previa de autoconocimiento para conocer las principales áreas de desarrollo de cada participante.
- * Preparación del viaje: Discovery Session (Storytelling)
- * Yo, como líder: claves para dirigir.
- * En el hielo: trabajar con el equipo.
- * Superar el gran reto: la comunicación en el equipo
- * En la soledad del Polo: encontrar y desarrollar tus capacidades



Objetivos de aprendizaje

- Aportar claves para que los participantes puedan desarrollar un liderazgo efectivo con sus colaboradores.
- Dotarles de herramientas eficaces para reconocer cuál es el mejor estilo de liderazgo dependiendo de la voluntad y madurez de los miembros del equipo, realizando un correcto diagnóstico de la fase por la que atraviesa el equipo.
- Contribuir a que los participantes se desarrollen como auténticos coach de sus equipos.
- Conseguir que los participantes desarrollen sus habilidades de liderazgo de personas, conociendo sus puntos fuertes y puntos a mejorar en términos estratégicos en el área de dirección de equipos de alto rendimiento.
- Conocer la tácticas para adaptarse a las necesidades de comunicación de los diferentes miembros del equipo, dando criterios para dar feed-back de manera eficaz.
- Perfeccionar la técnica de gestión de conflictos.

13. Lego Serious Play

Descripción

- ★ Es una metodología para el desarrollo y la transformación organizacional, basada en el uso de las piezas de LEGO.
- ★ Una poderosa herramienta vivencial diseñada para desarrollar competencias que permiten innovar y mejorar el desempeño del personal de las organizaciones.
- ★ Está basado en investigaciones que han demostrado una conexión directa entre las manos y el área emocional de la mente.
- ★ Acelera el proceso de identificación, análisis y solución de un problema, favoreciendo de este modo la toma de decisiones, acciones concretas y el compromiso de todos los involucrados.



Utilidades

- Los participantes lograrán encontrar rápidamente las respuestas que la organización requiere para alcanzar sus objetivos.
- Cada uno de ellos podrá definir, representar, compartir y acordar su visión acerca del problema que se desea resolver mediante un modelo concreto.
- También reconocer y acordar los puntos en común y proponer diversas soluciones y representarlas en forma comprensible y concreta.
- El modelo que representa sus conclusiones se construye mediante un escenario que simula la realidad, permitiendo una imagen concreta y clara que puede ser fotografiada, filmada o conservada como maqueta, lo que facilita su futuro análisis y reelaboración.
- Para: mejorar el desempeño de un equipo de trabajo, desarrollar y diseñar nuevos productos y servicios, gestionar un problema, gestionar el cambio, establecer un modelo de liderazgo y gestión de personas, diseño y puesta a prueba de un plan estratégico, desarrollo de la creatividad y la innovación, gestión de un proyecto o proceso complejo, para sintetizar lo aprendido en una sesión de formación

14. Getting Things Done: el método GTD (organízate mejor)

Descripción

- * La gestión del tiempo en las Organizaciones es un tema esencial para conseguir la eficacia. ¿Por qué la frase más recurrente cuando hablamos con los directivos es “no tengo tiempo”?
- * La mayor parte del tiempo y de la energía se malgastan porque faltan objetivos, planificación, prioridades, y visiones de conjunto.
- * El tiempo es un recurso, y de cómo lo administremos dependerá no solo nuestro éxito profesional, sino nuestro bienestar personal.
- * GTD es un método de gestión de las actividades cuyo objetivo es lograr que mejoremos nuestra productividad en el trabajo organizándonos mejor.
- * La psicología de GTD se basa en hacer fácil el almacenamiento, seguimiento y revisión de toda la información relacionada con las cosas que necesitas hacer.

Objetivos de aprendizaje

- Planificar agendas de trabajo realistas en entornos cambiantes.
- Realizar un correcto autodiagnóstico sobre cómo cada asistente gestiona su tiempo.
- Capacitar al colectivo para planificar de manera eficiente sus tareas, dotándoles de los conocimientos y herramientas necesarios y facilitándoles una metodología probada y eficaz.
- Potenciar la idea de “flexibilidad”.
- Establecer distinciones entre importancia y urgencia de las tareas aprendiendo a priorizar.
- Analizar y controlar los ladrones del tiempo.



15. Team Building: reto Kaizen (in door/out door)

Descripción

- * No existen recetas milagrosas para lograr el máximo rendimiento de los equipos de trabajo. Pero sí existen técnicas y conocimientos que pueden contribuir a que cada uno de nosotros aporte al equipo elementos diferenciales que lo hagan más eficaz.
- * Con esta acción formativa "Reto Kaizen" se logrará que los participantes reconozcan sus habilidades y responsabilidades en el seno de un equipo de alto rendimiento, así como las de los demás.
- * El enfoque comprende la explotación de diversas actividades que pueden realizarse in door o out door.
- * Aparte del enfoque lúdico, todas las actividades tienen una explotación técnica, basada en las teorías más avanzadas y probadas en materia de Liderazgo y Gestión de Equipos de Alto Rendimiento.
- * Tras la realización de cada una de las actividades, se aportarán los contenidos formativos.
- * El apartado lúdico de las actividades persigue un objetivo pedagógico.



Objetivos de aprendizaje

- Los asistentes potenciarán las sinergias entre ellos y crearán espíritu de equipo.
- Fomentarán la pertenencia a la empresa y a su cultura organizacional potenciando el compromiso.
- Desarrollarán una actitud positiva ante los retos.
- Sentarán las bases para mejorar como miembros de un equipo de alto rendimiento.
- Los participantes recibirán mensajes claros y concretos de cada una de las pruebas que se desarrollen y se llevarán unas conclusiones claras y efectivas sobre cómo ganar eficacia en el trabajo en equipo y como sacar el máximo rendimiento a la gestión directiva a la vez que se consigue el orgullo de pertenencia a la Compañía y se potencia la reflexión personal.

KAI significa Cambio
ZEN significa Bueno

KAIZEN: el cambio para hacer algo mejor

16. Llamadas efectivas: el éxito en la atención telefónica

Descripción

- * La Atención Telefónica ha adquirido un alto rango, consolidándose como una de las relaciones más directas con el cliente.
- * Sin embargo, dar esa calidad de servicio por teléfono, requiere conocer determinadas técnicas especiales que permitan ganar la confianza de los clientes y potenciar la imagen de nuestra Organización. También romper ciertas barreras que hacen que no seamos proactivos a la hora de prescribir a un cliente.
- * Comunicarse con alguien a través del teléfono, en principio hace que la comunicación resulte más complicada ya que no disponemos de nuestro arsenal de herramientas de comunicación no verbal que nos ayuden a comunicar mejor. Solo disponemos de nuestra voz .

Objetivos de aprendizaje

- Conocer los puntos clave en el proceso de Atención y Venta Telefónica.
- Mejorar la eficacia y productividad al teléfono.
- Incrementar la capacidad de escucha activa.
- Profundizar en la importancia de causar una buena impresión proyectando una imagen positiva personal y de organización.
- Sensibilizar sobre la necesidad de ofrecer una adecuada calidad de servicio en la tarea de atender al cliente telefónicamente.
- Mejorar las habilidades comunicativas con el objetivo de mantener una conducta proactiva telefónica con los clientes.



17. Las cuatro direcciones de la excelencia: el movimiento Shigo Nage de Aikido

Descripción

- * Hacer cambios no siempre es fácil. Quizá lo más difícil sea saber cuales son los cambios que hay que hacer.
- * Nos acostumbramos a realizar nuestra tarea de la misma forma sin reparar en que existen otras maneras que nos pueden ayudar a hacer que nuestro trabajo sea más efectivo, gratificante y divertido.
- * Tenemos una energía que podemos orientar a nuestros fines, una energía que se utiliza en las artes marciales para vencer y superar al contrario, aunque la verdadera conquista es superarte a ti mismo.
- * En ese camino hacia la excelencia, los practicantes de Aikido se ejercitan en un movimiento llamado Shiho Nage, en el que se dirigen a las cuatro direcciones que les harán ser mejores.
- * Esas cuatro direcciones son las que trabajaremos y practicaremos en nuestro taller, donde los participantes descubrirán que practicar la proactividad, mejorar la comunicación, saber gestionar mejor un equipo y ejercer un liderazgo más efectivo es la clave para conseguir la excelencia.



Objetivos de aprendizaje

- Mostrar a los asistentes como ser más proactivos para realizar su trabajo de forma más eficiente.
- Aportar una metodología de gestión y dirección de equipos de alto rendimiento.
- Practicar técnicas de comunicación emocional y transformadora que ayuden a los asistentes a mejorar su influencia y persuasión.
- Que los participantes desarrollen sus habilidades directivas y de liderazgo de personas.
- Que los participantes conozcan sus puntos estratégicos de mejora en su trabajo.

Los participantes competirán por ganar diversos cinturones, como en las artes marciales, hasta que al final llegan a conseguir el cinturón negro que les revelará como maestros en la excelencia.

18. Gestiona equipos "de cine"

Descripción

- * La obtención de un producto audiovisual es el resultado del trabajo de un equipo multidisciplinar de profesionales que tienen que saber gestionar un equipo y también determinados recursos.
- * El director no hace el guión, ilumina o monta pero debe tener conocimientos suficientes sobre todos estos aspectos de forma que pueda actuar de forma responsable y tomar las decisiones adecuadas.
- * Así los gerentes también lideran sus equipos de trabajo en las empresas.
- * Obtener un producto audiovisual consiste en idear, evaluar, organizar, presupuestar, realizar y controlar el cumplimiento de los objetivos, asignar roles, gestionar tiempos, personas y recursos, tener imaginación...
- * Los gerentes deben también poseer capacidad para dirigir y coordinar todos los recursos técnicos y personales que han de intervenir en un proyecto.
- * La acción formativa consiste en que los participantes consigan un reto: tienen que realizar una película en equipo. Para ello deben constituir un EAR (equipo de alto rendimiento) que sea capaz de organizarse.



Objetivos de aprendizaje

- Dar claves para que los participantes puedan desarrollarse como gerentes de un equipo de alto rendimiento trabajando de forma práctica los contenidos teóricos.
- Que los asistentes puedan potenciar las sinergias entre ellos y crear espíritu de equipo.
- Conseguir que los participantes desarrollen sus habilidades de gestión de personas, conociendo sus puntos fuertes y puntos a mejorar en términos estratégicos.
- Saber reconocer la fase por la que atraviesa cada equipo y cómo resolver los conflictos que pudieran surgir.
- Aprender a asignar de forma eficaz tareas a cada uno de los miembros del equipo en función de su rol.
- Analizar y practicar los factores motivacionales para la consecución de un equipo de trabajo eficiente.
- Conseguir que los participantes desarrollen sus habilidades de comunicación.
- Dotar a los participantes de una metodología de trabajo en equipo.

Se combinan dos sesiones in-door con una sesión in-door.

Discovery Session

- **Sesiones de Coaching**
- **Conferences**
 - ★ Management to Explore
 - ★ Shackleton
 - ★ El autoliderazgo de Miyamoto Musashi
 - ★ Resilience to Discover
 - ★ El efecto Medici
 - ★ Samurái Aikido
- **Ruedas de Creatividad**
- **Otros cursos y talleres**
- **Otros canales formativos**



Sesiones de Coaching (individuales o grupales)

- * Desde hace unos años, el papel del Coach en las empresas contribuye a la creación de valor.
- * Un estudio de Peer Resources en las 2.000 empresas canadienses más productivas ha revelado que el 66% ha implantado programas de Coaching para contribuir a sus objetivos de negocio: desarrollar el potencial de liderazgo, potenciar el desarrollo profesional de los empleados más recientes, mejorar los planes de sucesión y alimentar la cantera de talento para desarrollar futuros empleados.
- * El aprendizaje continuo, en todos los niveles y áreas de la organización, es necesario para crecer, innovar, mejorar e incluso para sobrevivir.
- * Para alcanzar y sostener el éxito, las organizaciones necesitan empleados capacitados y comprometidos con la misión corporativa, que se impliquen y pongan en juego sus talentos para aportar valor. Por ello se ha de promover una nueva cultura de aprendizaje, que apueste por apoyar el desarrollo de sus profesionales y directivos.
- * Por ello, los programas de coaching, constituyen herramientas poderosas para el crecimiento y desarrollo de los profesionales y, además, con un coste menor que un plan extensivo de formación.



Management to Explore (Conference)



- ★ Una encuesta de Career Builder reveló que el 58% de los gerentes afirma que jamás ha recibido capacitación alguna para ejercer el liderazgo.
- ★ Un estudio de la firma Psychometrics Canadá ha revelado que el 84% de los profesionales consideran que el compromiso de los empleados no depende de ellos mismos, sino que es responsabilidad de los altos directivos y los líderes.

Dirigir hoy en día constituye una gran aventura

- ★ En esta sesión de Management to Explore (2 horas) los asistentes encontrarán las claves personales de la gestión directiva que hay detrás de los exploradores, aventureros y emprendedores que superaron los retos más duros.
- ★ ¿Cómo se pueden aplicar sus herramientas de gestión hoy en día para dirigir a los colaboradores?
- ★ Aprender de Shackleton que dirigir es decidir; de Amundsen la importancia de la planificación y la estrategia; de Scott, que alcanzó el Polo Sur un mes después que Roald Amundsen y que murió junto a sus hombres, cómo convertir un fracaso en un éxito...



Shackleton (Conference)



El ejemplo de Shackleton

✦ Ernest Shackleton ha pasado a la historia como uno de los aventureros y exploradores más inspiradores, no por el hecho de haber sido el primero en llegar a la Antártida o por haber batido algún record, sino como un ejemplo de liderazgo, de gestión de personas y de superación de las más duras dificultades.

La metáfora de su viaje

✦ Los viajes de Shackleton, y especialmente el que realizó a bordo del “Endurance” nos sirven como una metáfora perfecta para que los participantes a su vez se “enrolen” en esta sesión (2 horas) que constituye un viaje de crecimiento profesional (e incluso personal).

✦ Shackleton tuvo que mantener el ánimo de su tripulación aún habiéndose quedado atrapados en el hielo y sin posibilidad de ser rescatados. Supo organizar a su gente para que estuviera activa y centrada en su supervivencia. Y nunca se rindió en intentar salvar todos sus hombres.



Objetivos de aprendizaje

- Dar claves para que los participantes puedan desarrollar un liderazgo efectivo de personas.
- Aportar una visión moderna e innovadora de la gestión de personas y potenciar las sinergias.
- Descubrir potencialidades y desarrollarse como auténticos coach (entrenadores) capaces de liderar con éxito a sus colaboradores para conseguir alcanzar los objetivos fijados.
- Desarrollar habilidades de dirección de personas, conociendo sus puntos fuertes y puntos a mejorar en términos estratégicos en áreas de comunicación, negociación, personal branding, gestión de conflictos, toma de decisiones y motivación.
- Practicar los condicionamientos emocionales y la solución de los problemas desde una perspectiva creativa.
- Ayudar a descubrir a los participantes sus capacidades ocultas, descubriendo en ellos un valor diferencial que les ayudará en su tarea de superación diaria hacia la excelencia.
- Aprender a sacar el máximo partido a nuestros pensamientos. Aprender a pensar de forma positiva y constructiva.

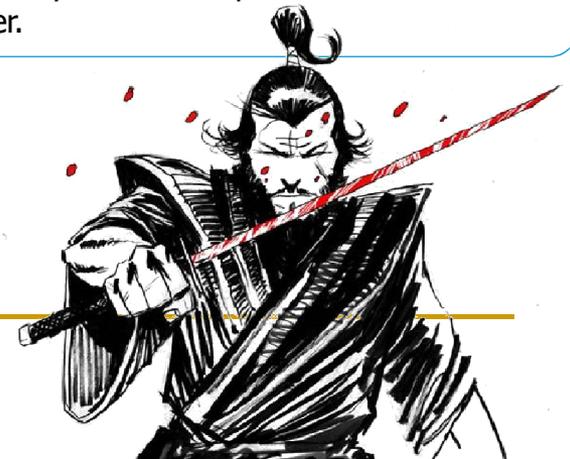
El autoliderazgo de Miyamoto Musashi (Conference)

Descripción

- * El gran samurai invicto Miyamoto Musashi, hizo de sus debilidades grandes fortalezas, creó y potenció una fuerte Marca Personal, siendo precursor del moderno Personal Branding.
- * Musashi recorrió el camino del autoliderazgo siguiendo siempre unos principios de conducta recogidos en el código de honor samurai.
- * Musashi conocía "su negocio". Sabía que no sólo era esencial la capacidad técnica, sino también la emocional.
- * Diseñó estrategias innovadoras para resultar invencible y practicó nuevos métodos de combate porque sabía que si quería conseguir mejores resultados tenía que innovar en sus métodos de lucha.
- * Le movía una curiosidad que le hacía cuestionarse el status quo y desafiarlo. Poseía adaptabilidad y flexibilidad innata. También pasión y fe en lo que hacía. Sabía llegar a una zona de alto rendimiento y maximizar su "ki" (energía).
- * Manejaba de forma positiva y motivadora sus pensamientos porque para él, el triunfo era primero mental. Gestionaba sus emociones de forma eficaz y se mantenía sereno bajo presión.
- * Utilizaba la técnica Ichi-go Ichi-e, para descubrir y crear oportunidades que le hicieran caminar hacia la excelencia cada día.
- * Era un líder para si mismo y para los demás, porque logró vencerse a si mismo.

Objetivos de aprendizaje

- Inspirar a los asistentes para que recorran el camino del autoliderazgo.
- Aportares claves para que se desarrollen como líderes conociendo como poner en valor sus singularidades y cómo transformar las debilidades en fortalezas.
- Capacitar a los asistentes para que manejen sus capacidades hard pero también muy especialmente las capacidades soft.
- Practicar técnicas samurais para ganar en serenidad y potenciar los pensamientos que conducen al éxito.
- Practicar técnicas samurais para ganar en Visión y descubrir oportunidades como líder.



Resilience to Discover (Conference) Resiliencia estratégica para mandos

- * La resiliencia es la capacidad que posee un individuo frente a las adversidades, para mantenerse en pie de lucha, con dosis de perseverancia, tenacidad, actitud positiva y acciones, que permiten avanzar en contra de la corriente y superarlas.
- * La resiliencia estratégica es prepararse para aprovechar conflictos, debilidades y amenazas como fuentes de oportunidad y fortaleza.
- * El éxito ya no depende del impulso, sino de la resiliencia: la capacidad de reinventarnos cuando las circunstancias cambian o se complican.
- * La resiliencia estratégica no consiste en reaccionar ante una crisis única o recuperarse de un revés. Se trata de anticiparse y no sólo de adaptarse.



La sesión está inspirada en la técnica **Storytelling**: seis historias inspiradoras con sus correspondientes conclusiones prácticas.

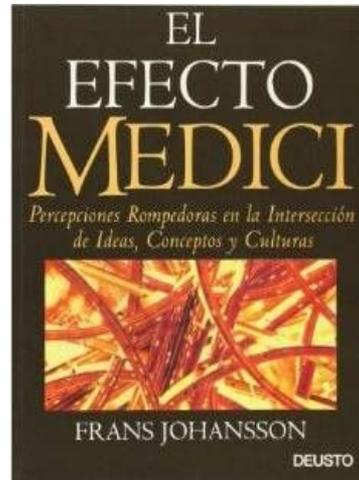
- * **Shackleton**: la contrariedad es un estímulo para el esfuerzo.
- * **Amundsen**: la resiliencia necesita proactividad, coraje y visión.
- * **Miyamoto Musashi**: los pensamientos adecuados hacen superar los retos.
- * **Capitán Scott**: convertir los fracasos en éxitos.
- * **Coronel Hunt**: el mayor reto consiste en superarse a uno mismo.
- * **David Livingstone**: la resiliencia implica no rendirse.



El efecto Medici (Conference)

El libro de Johansson

- * Johansson escribió este best seller, en alusión al boom de creatividad que ocurrió en Italia en el siglo XV.
- * Los Medici, una poderosa familia de banqueros, financiaron a investigadores, pensadores, artistas, arquitectos y científicos que amalgamaron sus conocimientos y dieron lugar al Renacimiento, una explosión de ideas creativas que llegaron más lejos de lo esperado para las distintas disciplinas.



Contenido de la sesión

- Analizaremos qué es la innovación y la importancia que tiene para los emprendedores y las empresas.
- Aportaremos ejemplos de empresas innovadoras que han utilizado la creatividad para generar nuevos productos y servicios.
- Daremos claves para ser una referencia en el mercado utilizando técnicas de diferenciación basadas en el Personal Branding.
- Demostraremos cómo mezclando e hibridando se puede estimular la innovación.

- * Cuando uno se para en la intersección de campos científicos o de culturas se pueden combinar conceptos ya existentes para que surja un número mayor de ideas extraordinarias: la innovación surge en zonas de frontera.



Samurái Aikido (estrategias guerreras de comunicación y motivación eficaz)

¿Por qué el Aikido?

★ Porque recoge el espíritu Samurái a través de su Código de Valores (Bushido).

Los aikidokas...

★ Practican el arte marcial de los antiguos samurais como una vía de mejora personal.

★ El Aikido es “el camino de la energía y de la armonía”.

★ Las técnicas y tácticas principales desde las cuales se desarrolla el Aikido fueron las artes marciales de los guerreros samurais.

★ Los combates se desarrollan con una armoniosa técnica. No existen competiciones deportivas. Se trata de vencerse a uno mismo.

★ En Aikido se trabaja con un compañero: Uke es el atacante; Tori, el que recibe el ataque. Los papeles de Uke y Tori son intercambiados.



Contenido de la sesión

- La acción formativa adopta el formato de Discovery Session, una sesión interactiva e inspiradora donde se trabaja de forma práctica las estrategias de comunicación y motivación que seguían los guerreros japoneses samurais a través de la práctica del arte marcial Aikido.
- ★ Los asistentes experimentarán y practicarán esas estrategias con un maestro de artes marciales, Francisco Macías, 5º Dan de Aikido, practicante de más de treinta años en este arte.
- ★ Paloma Orozco, coach y formadora trasladará “lo vivido” por los participantes a su mundo laboral.
- ★ También experimentarán la práctica de Mindfulness, que hace referencia a la Atención Plena o Presencia Mental.
- ★ Los asistentes se llevarán claves muy prácticas e inspiradoras que les servirán para mejorar su comunicación tanto personal como profesional y para sentirse más motivados a la vez que se refuerza el orgullo de pertenencia a la Compañía y se potencia el espíritu de equipo.

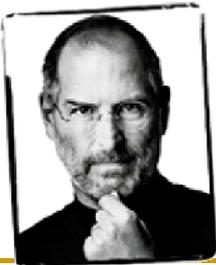
La sesión tiene una duración de 3 horas.

Ruedas de Creatividad

- * Las empresas compiten en un mundo de cambio económico y tecnológico que se está moviendo más rápido que nunca. La habilidad de adaptarse, tomar decisiones rápidamente en situaciones de alta incertidumbre y dirigir a través del cambio es crítica. Para tener éxito, las empresas necesitan personas creativas, innovadoras y flexibles.
- * La creatividad puede desarrollarse y las empresas pueden explotar sus recursos creativos.
- * Cada persona tiene capacidades creativas. Estas capacidades son el recurso más importante que cualquier compañía posee; explotándolas se llama a una innovación cultural dentro de toda la organización, no sólo en los departamentos creativos.



“**La creatividad simplemente consiste en conectar cosas**”



Steve Jobs

- * Las ruedas de creatividad son un medio de “conectar” con la creatividad de las personas en el seno de las empresas.
- * Se utilizan para buscar ideas y sacar nuevos productos o para reinventar los servicios que ofrecen las empresas. También para generar nuevas ideas que aporten soluciones innovadoras y creativas.

Ruedas de Creatividad

Descripción

- * Los asistentes practicarán lo que se conoce como “rueda de creatividad”, donde en un tiempo límite y por equipos, practicarán las técnicas creativas más adecuadas para conseguir dar respuesta al foco o focos creativos planteados.
- * Cada equipo trabajará el foco creativo con una técnica diferente. El formador conducirá la rueda creativa procurando canalizar la energía creativa de los participantes.
- * Los asistentes terminarán el taller reforzados y con una sensación de éxito, dado que han sido capaces de crear soluciones creativas e innovadoras implicándose con su equipo.
- * Las técnicas seleccionadas van orientadas a estimular y explorar la producción creativa de los participantes: producción de volumen de ideas, pensamiento metafórico, descubrimiento de oportunidades, producción de ideas por combinaciones, producción de ideas por oposición a lo existente.

Objetivos de aprendizaje

- Trabajar sobre la Creatividad y su aplicación práctica en la empresa.
- Aprender a potenciar el pensamiento innovador y el pensamiento lateral.
- Descubrir claves para poder desarrollar ideas y ponerlas al servicio de las empresas.
- Identificar y desarrollar un proceso lógico que facilite la generación de ideas creativas que permitan la construcción de procesos de trabajo más eficientes.
- Practicar técnicas creativas para generar nuevas ideas, productos y servicios.
- Analizar la viabilidad de las ideas a través de una herramienta: CDI (Cuaderno desarrollo ideas).
- Facilitar que los participantes desarrollen relaciones profesionales que permitan el intercambio de ideas y que repercutan en su mejora profesional.



Otros Cursos y Talleres

■ INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

- Las Técnicas Creativas al servicio de la empresa
- Creatividad en manuales de producto y de procesos

■ COMUNICACIÓN

- Habilidades de Comunicación
- Taller de portavoces
- Presentaciones de impacto
- PNL: la transformación personal para el éxito

■ HABILIDADES COMERCIALES

- Venta emocional en tiempos de crisis
- Habilidades comerciales
- Orientación y atención al cliente
- Clienting: diseño de estrategias con clientes



Otros Cursos y Talleres

■ HABILIDADES DIRECTIVAS

- Liderazgo estratégico
- Proactividad: cómo lograr los resultados esperados
- El arte de dirigir y motivar equipos de alto rendimiento
- Los roles de Belbin: Sacar el máximo partido al equipo de trabajo
- Negociar con éxito
- Gestionar y prevenir conflictos
- Análisis creativo de problemas y toma de decisiones

■ RECURSOS HUMANOS

- Evaluaciones del desempeño retadoras y creativas
- Taller de búsqueda de empleo



Otros canales formativos

- PÍLDORAS FORMATIVAS
- CURSOS Y GUÍAS ON LINE
- EDICIÓN DE LIBROS Y VIDEOS FORMATIVOS
- SESIONES DE VISUAL THINKING
- SESIONES OUT DOOR

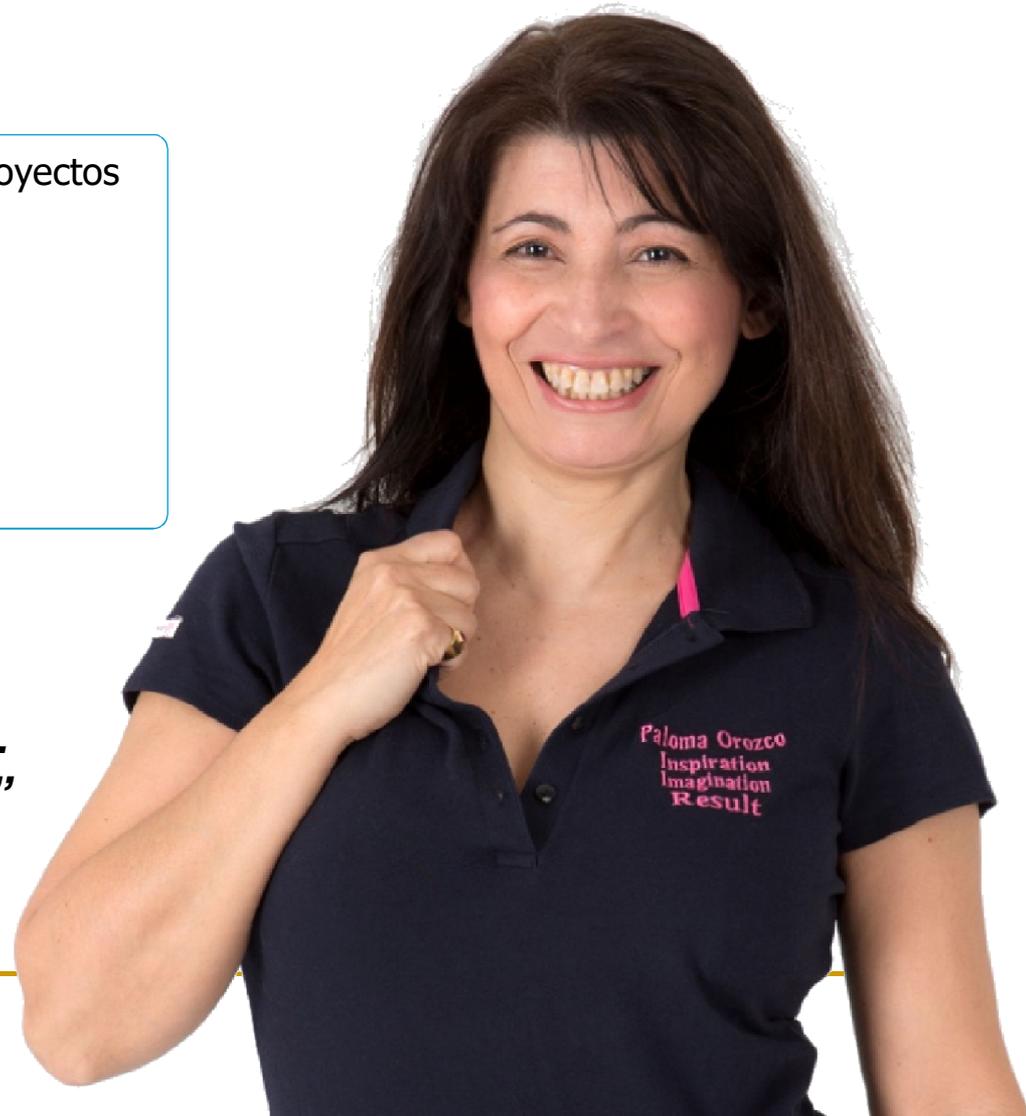


Resumen de experiencia profesional

Paloma Orozco Amorós
en números

- * 15 años de especialización en empresas y proyectos
- * 160 clientes asesorados
- * 150 proyectos ejecutados
- * Experiencia en 12 sectores
- * Proyectos realizados en 9 países

***"Dímelo y lo olvidaré,
muéstramelo y lo recordaré.
Involúcrame y lo entenderé"***



-
- Ejerce como formadora, consultora, speaker y coach.
 - Abogado, periodista, publicista, técnico comercial y de marketing, editora y escritora.
 - Ha formado a la alta dirección de grandes corporaciones internacionales y ha asesorado a numerosas Pymes para potenciar sus recursos humanos.
 - También ha liderado ruedas de creatividad para empresas y emprendedores, ha organizado eventos colaborativos para desarrollar nuevos productos y empresas y ha orientado en empleabilidad a colectivos específicos y socios de colegios profesionales.
 - Es profesora en la Escuela de Organización Industrial (EOI). Además lleva a cabo sus actividades docentes en ICADE (MBA) y en la Universidad Nebrija (donde imparte la asignatura de Competencias profesionales). Lleva impartiendo más de quince años formación en diferentes áreas.
-
- La mayor parte de su trayectoria profesional se desarrolla en medios de comunicación formando y dirigiendo equipos de ventas y dirección: Dial Madrid, Cadena SER (directora de publicidad), Allied Dunbar (directora de organización para España), Onda Cero (directora comercial y de operaciones especiales), Europa FM (directora comercial y de antena), Grupo Vocento (directora comercial y de Operaciones Especiales para televisión, prensa, radio e Internet), Globalhenares (gerente y directora del periódico y de otras revistas asociadas).
-
- Tiene su propio programa de radio en Capital Radio: “Rock and Talent”, donde cada martes de 13.00 a 14.00 horas habla de rock y talento para toda España, con una audiencia de más de 100.000 oyentes.
 - Ha publicado 33 libros con varias editoriales. Algunos de sus libros están traducidos a varios idiomas, como “Historias de la otra tierra” (editorial Anaya), del que se han vendido más de 200.000 ejemplares.
 - Ha obtenido 18 premios literarios por su personal forma de narrar.
-

Contacto

Paloma Orozco Amorós

C/ Alcalá 406

28027 Madrid

paloma.orozco@yahoo.es

687 477 552

<http://es.linkedin.com/in/palomaorozco/>

<http://palomaorozco.blogspot.com.es/>

Enseñanzas samuráis para la vida

Un código de honor y de servicio actual

Paloma Orozco Amorós
Ilustrado por A. Guerrero

