



# Curso de pensamiento estratégico creativo

- Máximo de delegados: 8 personas
- Formadores por curso: 2 formadores

*Aprenda a pensar creativamente en torno a una visión de las etapas de planificación y, finalmente, a comunicar esa visión a los demás.*

Este es un curso para cualquier persona involucrada en desarrollar o implementar una estrategia.

Explorará lo que puede hacer para asegurarse de que sus pensamientos más útiles se traduzcan en planes prácticos y comportamientos efectivos.

Lo apoyaremos a través de los pasos de una planificación estratégica efectiva para lograr resultados fundamentados y medibles.

Queremos que todos nos dejen con planes prácticos, concretos y utilizables que se puedan implementar con confianza y entusiasmo.

## Objetivos del Curso

- Presentar el concepto de pensamiento estratégico creativo.
- El efecto de los cambios externos e internos en la estrategia.
- Enfoque paso a paso de la estrategia creativa.
- Dibujo en modelos familiares.
- Herramientas y técnicas prácticas en el camino.
- Identificar objetivos claros.
- Proporcionar una justificación clara para la estrategia futura.
- Creando buy-in con sus compañeros
- Motivar a otros para contribuir al proceso.
- Practicar la venta
- Reflexionar sobre la evaluación de riesgos.
- Opciones preventivas y planes de contingencia.
- Compromiso con sus próximos pasos más útiles.



## Contenido del curso

- ◆ Adaptamos todos nuestros cursos para reflejar las necesidades de los delegados en el día.
- ◆ Incluiremos muchos de los ejercicios que se enumeran a continuación, y cualquier material adicional que los capacitadores consideren relevante.

## Definiendo estrategia

- ◆ El día comienza con una discusión sobre qué es una estrategia y un vistazo a por qué es una buena idea tener una.
- ◆ Llevando las cosas un paso más allá, buscamos formas de optimizar con éxito o socavar inconscientemente los planes mejor trazados.

## ¿Pensamiento estratégico creativo?

- ◆ Entonces, ¿dónde entra la creatividad?
- ◆ ¿Cuál es la diferencia entre pensar estratégicamente y pensamiento estratégico creativo?
- ◆ Sin creatividad, el pensamiento estratégico puede traducirse en planes contruidos a partir de una serie de bloques de construcción predecibles.

## Viejo pensamiento

- ◆ Probados y probados pueden ser sinónimos de cansados y probados.
- ◆ Naturalmente, la experiencia profesional y la experiencia son importantes para la planificación y la estrategia comercial. Irónicamente, esas mismas fortalezas también pueden ser puntos débiles.

## Primeras soluciones

- ◆ Nuestras primeras soluciones pueden muy bien estar basadas en una lógica sólida, experiencia previa o de otra manera en evidencia empírica o selectiva.
- ◆ Quizás también haya un argumento que diga que tales soluciones pueden no ser siempre las mejores.
- ◆ Más bien, simplemente son fáciles o se sienten más seguros porque siguen modelos o patrones preexistentes.

## Patrones

- ◆ Aquí lo invitamos a explorar no solo cuáles pueden ser sus patrones profesionales personales, sino también identificar adecuadamente dónde le sirven mejor.



- ◆ En términos de pensamiento creativo, te ayudaremos a reconocer dónde ya flexionas tus músculos creativos y cómo.
- ◆ Comprender realmente a dónde te han llevado tus instintos y hábitos en el pasado significa que puedes controlarte en el futuro.
- ◆ Ser consciente de cómo se puede desarrollar aún más su estilo de pensamiento natural es vital para mantenerse fresco y atento a las posibilidades futuras.

## La historia clásica

- ◆ Presentaremos nuestro memorable modelo estratégico, respaldado por coloridas ayudas visuales.
- ◆ El modelo toma prestado deliberadamente de las narrativas tradicionales y se sentirá muy familiar para aquellos de nosotros enganchados a las historias, ya sea de la variedad impresa o celuloide.
- ◆ Pero ya sea que le gusten las historias o no, es accesible y directo, y su objetivo es ayudarlo a recordar, más allá de nuestros días de capacitación, cómo abordar sus planes y decisiones estratégicas más efectivas.
- ◆ A lo largo de este curso, exploraremos algunos de sus casos de estudio personales y profesionales reales, aplicando el modelo a su organización o incluso a su vida.

## ¿Qué esta pasando ahora?

- ◆ Para comenzar a planificar cómo avanzar estratégicamente hacia el futuro, es útil comprender lo que sucede internamente y el impacto de las tendencias e influencias externas.
- ◆ Bueno, moverse más allá del antiguo fiel, FODA para desafiar a todos a proporcionar los hechos.
- ◆ Identificamos lo más jugoso, lo más aterrador, lo más atractivo o lo más inspirador para concretar y justificar sus futuras acciones potenciales.

## El futuro

- ◆ A menudo, el bloque más grande para definir una visión para el futuro está siendo atrapado en el Ahora.
- ◆ Dejando a un lado la realidad con firmeza, aquí es donde lo invitamos a romper sus hábitos de pensamiento y a dejar de lado su creatividad para imaginar el ideal de un futuro más grande, mejor y más brillante.
- ◆ Para realmente ampliar su visión futura a proporciones utópicas, nos complacemos en imaginar cómo se vería y cómo se sentiría aquel que trabaja y se beneficiaría de este ideal.



## Objetivo clave

- ◆ Al enfrentarse a los defensores de la rodilla, se presenta un desafío adicional a medida que aportamos un elemento de competencia al procedimiento, así que inicie el reloj al volver a la realidad para examinar qué más puede estar sucediendo actualmente.
- ◆ Este es otro proceso creativo en el que no derramaremos los frijoles por ahora, pero lo ayudará a aclarar sus objetivos clave y por qué puede querer, o incluso necesitar, alcanzarlos.

## Posibilidades prometedoras

- ◆ Así que ahora sabemos hacia dónde nos dirigimos y por qué, además de ser muy claros acerca de dónde empezamos.
- ◆ Para salir de los bloques de partida necesitamos algunas ideas innovadoras para considerar cómo acercarnos al futuro ideal.
- ◆ En un mundo de fantasía (nuestros estudios de entrenamiento a medida) donde todo es posible, se invita a las soluciones de fantasía.
- ◆ Nuevamente, más allá de los primeros métodos, ¿qué más podría asegurar la visión? De lo sublime a lo ridículo, ¿qué podría permitir a la compañía llegar allí?
- ◆ Aquí te liberamos, te animamos a desafiar tus primeras soluciones y ser tu más creativo y productivo.

## Qué sigue

- ◆ Así que ahora tienes muchas ideas y posibilidades nuevas, ¿cómo decidir qué hacer después?
- ◆ Ofrecemos algunas formas sencillas de tomar decisiones y evaluar los riesgos para que usted pueda tomar decisiones informadas y pueda asegurar a otros su integridad profesional.

## Planificación práctica

- ◆ Hay muchas maneras de elaborar un plan. En este ejercicio, los delegados compartirán formas útiles que ya conocen y lanzaremos algunos de los nuestros en la olla para ayudar a que su ideal se convierta en realidad.

## Seguro de calidad

- ◆ Solo para asegurarnos de que el futuro sea lo suficientemente desafiante, lo invitamos a considerar cómo mediría su éxito futuro, así como a considerar los hitos en el camino.



## Haciendo el caso

- ◆ Entonces, usted tiene su plan y ha considerado contingencias, *¿cómo lo venderá a aquellos que necesitan comprarlo?*
- ◆ Nos divertiremos más aquí apoyándolos para que den forma y presenten su mejor argumento para el cambio, revisando algunas de las pruebas que ya habrá recopilado.
- ◆ No solo eso, sino que todo el grupo ofrecerá retroalimentación a cada persona sobre cuál es el argumento más convincente y por qué.

## Los sospechosos de siempre

- ◆ A veces, o si se lee muy a menudo, puede haber obstáculos en el camino, a veces se trata de personas con forma.
- ◆ Ofrecemos a todos una experiencia aquí.
- ◆ Cómo es enfrentarnos a los obstáculos o, de lo contrario, no saber con claridad dónde estamos y adónde supuestamente nos están liderando.
- ◆ Compartiremos una gama de técnicas de facilitación para tratar con aquellas personas que, de otro modo, podrían paralizar o dañar, por ejemplo, aquellos que siempre parecen encontrar razones por las cuales se debe resistir a nuevas ideas o planes.
- ◆ Parte de esta sección puede incluir observar cómo se percibe el riesgo y cómo podemos manejar mejor el riesgo y los sentimientos de otras personas a su alrededor.
- ◆ Le ofrecemos muchas opciones y opciones para ir más allá de '*no podemos hacer eso porque ...*'.

## Motivador

- ◆ Sin duda, uno de los mayores problemas para realizar una estrategia comercial cuidadosamente planificada puede ser que otros no compartan activamente su pasión y entusiasmo por la parte de "hacer".
- ◆ Quizás incluso hayan expresado su acuerdo, pero la realidad es que fue un mero servicio de labios.
- ◆ Practicaremos algunas formas de ayudar a garantizar que las cosas sucedan y que todos se sientan motivados a unirse y seguir haciéndolo.

## Contingencias

- ◆ Los pensadores estratégicos anticiparán la ley de que, a pesar de que sus planes mejor diseñados pueden salir mal, las cosas pueden ir a mejor.
- ◆ Anticipar lo peor es útil en términos de promover sus posibilidades de éxito puede parecer una contradicción en los términos, pero aquí



consideramos todo lo que pueda interferir en su próxima estrategia creativa.

- ◆ Además de pensar en qué estrategias preventivas y qué contingencias podemos querer tener, estableceremos nuestro desafío final para tratar de cubrir todas las bases.
- ◆ Invitando a soluciones de aquellos cuyo estilo es diferente al suyo, también puede verificar su propia clave de flexibilidad creativa para informar sus próximos pasos de desarrollo como estrategia creativo.

## Próximos pasos

- Dependiendo del tiempo y la energía, los colegas pueden comenzar a redactar sus planes estratégicos o compartir cualquier inquietud o inquietud destacada.
- Todo nuestro trabajo será apoyado por consejos útiles y memorias de ayuda para ayudarlo en el mundo real.
- Nuestra intención y pasión es que nuestros días juntos respaldarán su confianza y entusiasmo y apoyarán el lanzamiento de sus próximos planes estratégicos de la vida real, los cuales habrán sido cuidadosamente elaborados, apoyados y ensayados durante nuestro tiempo juntos.
- Los delegados tienen la oportunidad de llevar a casa los repartos utilizados durante el curso.
- También tienen acceso a una página web del curso que contiene:
  - Folletos utilizados durante el curso.
  - Nuevo material de apoyo.
  - Documentos PDF
  - Lectura recomendada
  - Enlaces a nuestros videos favoritos.

Para saber más llámenos puede llamarnos **+34 922 380 921 / +34 608 829 000** o si prefiere puede escribirnos a [hola@nanagonzalez.com](mailto:hola@nanagonzalez.com)