

Innovation Factory™

by Orbita97

Improve your Innovation

2009

Portafolio de Workshops sobre
Innovación y Creatividad

Innovation Factory™ Workshops *El Plan de Creatividad*

Taller práctico sobre el papel de la creatividad como herramienta de ayuda a las empresas y su implementación en la compañía

PROPÓSITO

Diseñar un Plan de Creatividad para afrontar los desafíos importantes en la gestión de la compañía

OBJETIVOS

- Conocer los **mecanismos que movilizan la creatividad** en la organización
- Analizar las herramientas que permiten **extraer** el máximo **potencial creativo** con los recursos disponibles de la empresa
- Identificar los elementos clave para la **puesta en marcha de la creatividad**
- Gestionar el **ciclo creativo** para extraer la máxima productividad
- Diseñar un **plan de acción inmediata** para el inicio de las actividades: el **Plan de Creatividad**

A QUIÉN SE DIRIGE

- Propietarios, gerentes, responsables de áreas de negocio

CONTENIDO

- Las barreras a la Creatividad
- Los principios del funcionamiento de la creatividad en un entorno profesional.
- Técnicas de creatividad para la estimulación y generación de ideas.
- El ciclo creativo y sus implicaciones
- El desarrollo de un Plan de Creatividad para la empresa

METODOLOGÍA

- Programa para 20 – 25 personas
- Exposiciones teóricas conceptuales, talleres prácticos y debates
- Propuesta horaria: 9:00h – 13:30h



RESULTADOS ESPERADOS

- Visualización de las **barreras fundamentales** a la explotación de la Creatividad en la compañía
- El conocimiento de unas **herramientas básicas** de rápida y sencilla implementación
- Un **Plan de Creatividad** que define unas **líneas de Acción** para el impulso de la creatividad en la empresa

Innovation Factory™ Workshops *Cómo generar ideas de éxito*

Taller práctico
sobre técnicas de
creatividad

PROPÓSITO

Aprender las técnicas que facilitan la estimulación de la creatividad en las personas de la organización.

OBJETIVOS

- **Entender los bloqueos mentales a la creatividad** como primer paso para poder superarlos.
- **Practicar las técnicas** de creatividad para analizar su efectividad.
- **Seleccionar** aquellas **técnicas** más **adecuadas** a la realidad de cada empresa
- Multiplicar el **potencial creativo** a través de equipos

A QUIÉN SE DIRIGE

- Profesionales de cualquier ámbito de la empresa y líderes de equipo que requieren la Creatividad en sus actividades cotidianas

CONTENIDO

- Técnicas de creatividad para la estimulación y generación de ideas
- Los bloqueos mentales de la Creatividad
- Los principios del funcionamiento de la creatividad en un entorno profesional.
- La creatividad con la que se nace y la que se hace

METODOLOGÍA

- Programa para 20 – 25 personas
- Exposiciones teóricas conceptuales, talleres prácticos y debates
- Propuesta horaria: 9:00h – 13:30h



València 300, entlo 1
08009 Barcelona (Spain)
Tel: 93 272 14 88

orbita97@orbita97.com
www.orbita97.com

RESULTADOS ESPERADOS

- La **práctica** de una serie de **herramientas** para fomentar la creatividad
- El **conocimiento** de las principales **bloqueos a la Creatividad** de las personas en la organización
- La capacidad de escoger **las mejores técnicas** en cada momento

Innovation Factory™ Workshops

Habilidades y comportamientos del empleado innovador

Taller práctico sobre cómo potenciar la innovación en los empleados de la empresa

PROPÓSITO

Conocer las técnicas y herramientas que se pueden utilizar para convertir los empleados en innovadores.

OBJETIVOS

- **Analizar** las **actitudes** y **comportamientos** que hacen innovadores a nuestros empleados
- **Conocer** y **practicar** las **técnicas** y **herramientas** que transforman al empleado en innovador
- Aprender a **identificar** nuestros **empleados** más **innovadores**
- **Entender los tipos de proceso** en la empresa que promueven la Innovación entre los empleados.

A QUIÉN SE DIRIGE

- Responsables de Recursos Humanos, de formación, de desarrollo organizativo, directivos con personal a su cargo y responsables de impulsar una cultura de Innovación en la empresa

CONTENIDO

- Las personas frente a la Creatividad y la Innovación
- Cómo incentivar los cambios de actitud en nuestros empleados
- Nuevos comportamientos: se pueden promover
- Gestionar el día a día: clave del empleado innovador
- La diferencia entre equipos innovadores y equipos de proyecto
-

METODOLOGÍA

- Programa para 20 – 25 personas
- Exposiciones teóricas conceptuales, talleres prácticos y debates
- Propuesta horaria: 9:00h – 13:30h



RESULTADOS ESPERADOS

- La **práctica** de una serie de **herramientas** para promover cambios de actitud
- La capacidad de **identificar** los **comportamientos** que hacen innovadores a nuestros empleados
- Visualizar los **procesos en la empresa** que permita **potenciar la Creatividad y la Innovación** en el empleado

Innovation Factory™ Workshops *Cómo innovar en Marketing y Ventas*

Taller práctico de gestión de la innovación desde la función de Marketing y Ventas

PROPÓSITO

Formar a los equipos comerciales para orientar la Innovación de la compañía al mercado.

OBJETIVOS

- **Desafiar** las formas convencionales de llegar al mercado.
- **Ampliar** las oportunidades de Innovación en la empresa más allá del producto y la tecnología.
- Enfocar las innovaciones con verdaderos 'inputs' del mercado.
- Compartir un **esquema mental** de desafío con todos los equipos de marketing y ventas.
- **Descubrir técnicas** de marketing y ventas adecuadas para la Innovación
- **Proponer planes anuales** que rompan con la inercia histórica de comercialización
- **Ampliar las armas** con las que competir por un cliente a lo largo de su ciclo de vida

A QUIÉN SE DIRIGE

- Directores de negocio, responsables comerciales y miembros de los equipos de Marketing y Ventas de la compañía

CONTENIDO

- Cómo convertir la Innovación en Marketing y Ventas en uno de los motores de crecimiento de la compañía
- Estrechar el contacto con el mercado para que te ayude a renovar el negocio y la oferta
- Aumentar la originalidad de tus propuestas para llegar al mercado.
- Las nuevas tendencias para vender pero de una manera diferente.
- Diferenciarse en mercados saturados
- Competir por un cliente a lo largo de su ciclo de vida

METODOLOGÍA

- Programa para 20 – 25 personas
- Exposiciones teóricas conceptuales, talleres prácticos y debates
- Propuesta horaria: 9:00h – 13:30h



RESULTADOS ESPERADOS

- **Conocimiento de fórmulas** para estrechar el contacto con el mercado y que ayude a renovar el negocio y la oferta
- Un **equipo comercial preparado** para ampliar las oportunidades de Innovación en la empresa más allá del producto y la tecnología
- Una **mayor originalidad** en las propuestas comerciales
- Conocimiento de las **nuevas tendencias comerciales** y de cómo diferenciarse en mercados saturados

Innovation Factory™ Workshops *Técnicas para innovar con el cliente*

Taller práctico
sobre la
importancia del
cliente en el
proceso de
innovación de la
compañía

PROPÓSITO

Aprovechar el enorme potencial de la innovación a partir de un profundo conocimiento de nuestro cliente.

OBJETIVOS

- Aprender a **crear nuevas propuestas de valor** desde el cliente
- Conocer **técnicas** para **detectar nuevas oportunidades** desde la perspectiva de los clientes
- **Traducir** los **problemas en nuevas oportunidades** para sorprender y añadir valor a la oferta comercial
- **Renovar la visión de los mercados** a los que se dirige la empresa y multiplicar las oportunidades de desarrollo
- **Desarrollar una imagen innovadora** ante los clientes para aumentar su confianza y tus ingresos.
- **Enfocar la creatividad** del equipo hacia las prioridades del **mercado**.

A QUIÉN SE DIRIGE

- Propietarios y Directores Generales, Gerentes y Directores de negocio, Directores y profesionales de Marketing y ventas, Directores de Innovación, Directores de nuevos productos y servicios

CONTENIDO

- El protagonismo del factor humano en mercados saturados.
- Las propuestas de valor desde la perspectiva del cliente.
- Nuevas técnicas para explotar las oportunidades desde la dimensión del consumidor.
- Cómo enfocar la creatividad de un equipo hacia las prioridades del mercado.
- Técnicas de búsqueda de la inspiración desde el mercado.
- El proceso de generación de propuestas innovadoras 'customer-centered'.

METODOLOGÍA

- Programa para 20 – 25 personas
- Exposiciones teóricas conceptuales, talleres prácticos y debates
- Propuesta horaria: 9:00h – 13:30h



RESULTADOS ESPERADOS

- El aprendizaje de las **técnicas** de **Creatividad** centradas en el Cliente
- Un **nuevo enfoque de la Creatividad** desde la visión del Cliente
- La comprensión de la relevancia del **cliente como motor de la innovación** y de la diferenciación frente a la competencia