

Rethinking

Workshop Emprendimiento

Andalucía Open Future



gottraining 

Rethinking AOF_ Acciones y objetivos

El workshop en emprendimiento busca facilitar, desarrollar y generar las competencias necesarias para canalizar el proceso emprendedor desde una idea a un modelo de negocio sostenible

Entre los objetivos principales se encuentra el desarrollo del pensamiento creativo para la búsqueda de soluciones reales, conocimiento de herramientas de desarrollo lean, investigación de mercado, competencias y habilidades de los emprendedores, entre ellas, el trabajo en equipo, utilización de herramientas de marketing y comunicación, desarrollo de estrategias de captación de clientes sin olvidar el conocimiento de las bases administrativas y especial atención a contabilidad y finanzas

Metodología - Formato workshop

Cambiar el enfoque de la formación desde el punto de vista deductivo al inductivo conlleva un trabajo no siempre fácil ni cómodo de realizar. El 90% de los cursos o clases que hemos recibido a lo largo de nuestra vida siguen el mismo esquema: Teoría - ejemplo, teoría - ejemplos... Restando espacio constantemente a la curiosidad científica.

Con este taller, buscamos dar un giro de 180° y comenzar desde la experiencia, para ello, no solo hay que conocer los contenidos, si no que hay que saber estructurarlo y presentarlo de manera adecuada. Promover y conseguir una motivación futura y predisposición por parte de los participantes a continuar su aprendizaje, creando un interés intrínseco por conocer y desarrollar sus propias competencias.

Timing y distribución de contenidos

Se desarrolla en diferentes módulos de contenidos destinados a dar la visión, el conocimiento y las habilidades necesarias para el desarrollo del perfil de una persona emprendedora

Finalizando con un último módulo orientado a la realización de un análisis 360 de cada participante/equipo con el fin de evaluar el trabajo realizado.

Programa 90/30 - 80h presenciales / 10h investigación / 30h desarrollo personal

Se propone un calendario de trabajo semanal, atendiendo a 8+1 módulos considerados esenciales para conseguir las herramientas y habilidades necesarias para la canalización de la idea al modelo de negocio.

Se propone la realización de los módulos durante la tarde de los viernes en horario de 16-20h y la mañana de los sábados en horario de 10-14h durante 10 semanas, ofreciendo al participante la posibilidad de ir realizando las acciones específicas durante la semana.



Trabajo de desarrollo personal. Rethinking

- ▶ Desarrollo de un proyecto plan de negocio ajustado a las ideas desarrolladas durante las jornadas incluyendo:
 - ▶ Lean Canvas Model.
 - ▶ Estudio de mercado y segmentación y clientes.
 - ▶ Plan de Comunicación y Marketing.
 - ▶ Plan Económico y financiero.
 - ▶ Estudio de viabilidad a corto y medio.
 - ▶ Estrategia de captación y ventas.
 - ▶ Estudio de escalabilidad y futuro
 - ▶ Presentación y diseño.

Evaluación participantes

- ▶ Los diferentes consultores elaborarán un feedback final del plan y modelo presentados.
- ▶ Feedback global de todos los participantes.
- ▶ Feedback de empresas y emprendedores participantes.

Evaluación consultores

- ▶ Con el fin de mejorar y aprender, estableceremos una evaluación 360 donde todos los participantes tendrán acceso a evaluaciones y propuestas de mejora hacia la metodología utilizada, así como los consultores y los contenidos desarrollados en las diferentes sesiones.

Semana 1 - ¿Tienes una idea? Dime que problema resuelves - Lean Startup

Es hora de plasmar la idea en un papel, de empezar a discutirla, una primera visión, soñar con los resultados y volver a bajarlos a la realidad. En esta fase son importantes los ejercicios de divergencia creativa y lateral thinking para promover el pensamiento divergente y poder trabajar sobre la hibridación de conocimiento.

- La creatividad y la innovación disruptiva.
- Pensamiento divergente y porcentaje de genios.
- Paradigmas de la creatividad.
- La innovación y la hibridación de conocimiento.
- En marcha: Protocolos design thinking para la búsqueda de soluciones.
 - Lateral thinking.
 - Empathy models.
 - Hibridación.
 - Copia, combina, transforma.
 - Half-banked.
- Lean Startup como modelo de aprendizaje.
- Usos y desusos de Lean Canvas.

Fecha:

Consultores: Emilio Solís y Daniel Tellez



Semana 2 - Customer development y Modelos de Validación.

Diríamos que lo que define el éxito de la innovación es la capacidad de llevar las ideas a la práctica, no simplemente el hecho de tener ideas.

“En el campo empresarial, la búsqueda de soluciones o pasar de las ideas a la acción es vital para poder destacar en un mercado laboral cada vez más competitivo.”

Siempre y cuando el modelo esté basado en el cliente y no el propio producto/servicio.

En este momento, el Ciclo Lean “crear, medir, aprender” nos ayuda y el análisis de clientes lo completa.

- ▶ Plan de acción.
- ▶ Customer Development.
- ▶ Delimitación de Target.
- ▶ Análisis de población.
- ▶ Análisis de mercado y posibles modelos de negocio.
- ▶ Herramientas y diseños de validación.
- ▶ Primera prueba real... Get out of the building! The truth is outside
- ▶ Validación y Conclusiones.

Fecha:

Consultores: Emilio Solís

Semana 3 Modelos de aprendizaje - Prototipos.

“Nadie quiere malgastar el tiempo y el dinero construyendo un producto que nadie pagará, por eso, lo primero, sal de la oficina y habla con tus clientes.” V. Blagojevic

Afirmaciones tan obvias como ésta son a menudo olvidadas cuando entramos en la vorágine del desarrollo.

“Un MVP es la versión de un producto nuevo que permite a un equipo recolectar la máxima cantidad de conocimiento validado sobre clientes con el menor esfuerzo posible” Eric Ries

Tres son las palabras mágicas que aquí aparecen que nos dan la clave para comenzar: MVP, Prototipo e Innovación.

- Modelos de MVP: De la idea al prototipo.
- Conceptualización y Deconstrucción.
- Prototipado - Piensa con las manos.
- Idea y puesta en marcha.
- Trabajando la innovación en Equipo.
- Pivotar como herramienta de aprendizaje

Fecha:

Consultor: Jaime Aranda

Semana 4 - Habilidades personales y management en equipo.

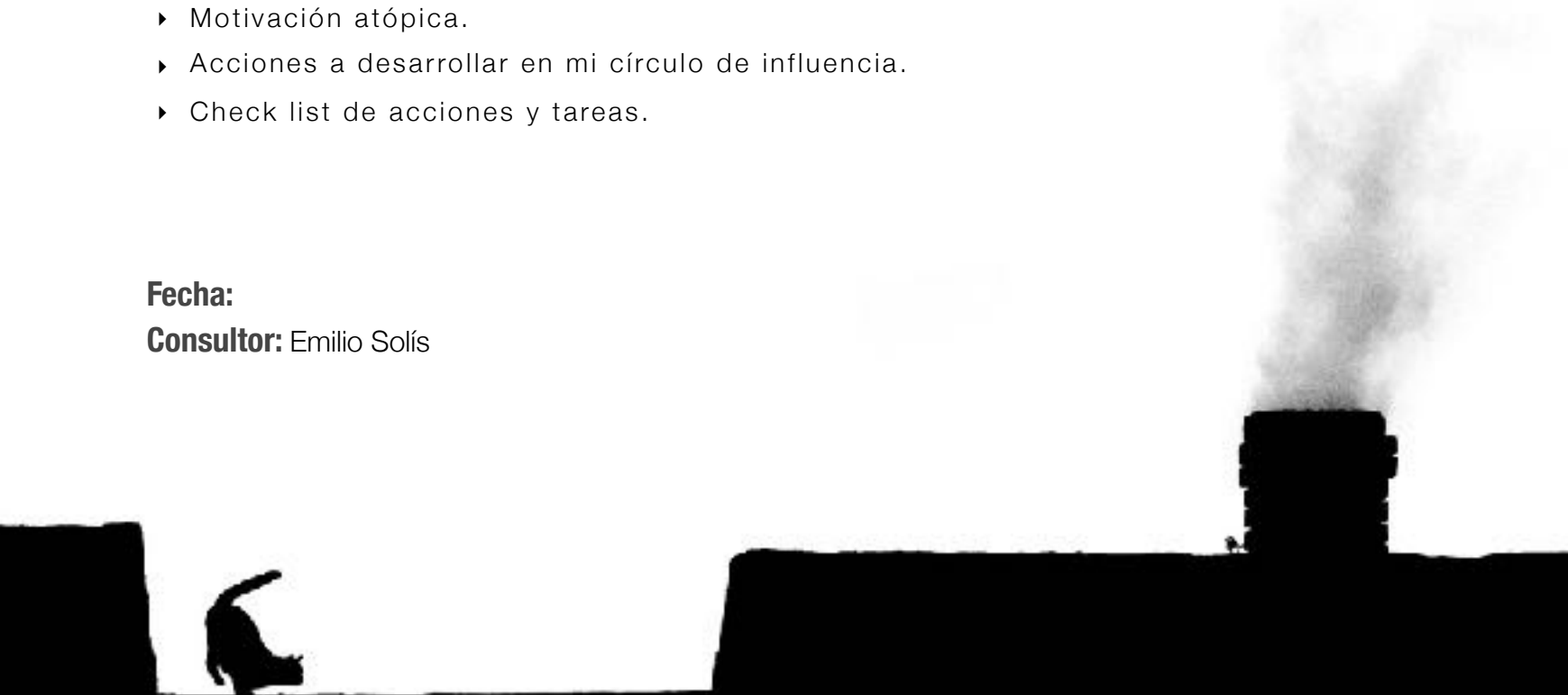
Hablamos de desarrollo de actitudes y habilidades. Se trata de fomentar competencias que estén ligadas a la capacidad de resolver problemas de una forma innovadora, de ser más creativo, más crítico y autónomo a la hora de afrontar un conflicto, de gestionar el trabajo en equipo o del riesgo; hablamos de responsabilidad, de motivación, de capacidad de planificar y organizar o de evaluar lo que hacemos.

Además, se analizarán cuáles son los comportamientos clave que marcan el día a día de un emprendedor y como atacar los procesos para mejorar la eficiencia personal y la motivación intrínseca.

- ▶ Bases científicas de la motivación - La presión social y la alineación de objetivos.
- ▶ Fenómenos grupales.
- ▶ Motivación atópica.
- ▶ Acciones a desarrollar en mi círculo de influencia.
- ▶ Check list de acciones y tareas.

Fecha:

Consultor: Emilio Solís



Semana 4 - Potenciando tu marca personal en las redes

La marca personal es parte de nuestra identidad y queramos o no trabajarla, va a estar presente en el mundo 2.0. Es por ello que debemos conocer la *cosa de internet* y lo que implica en nuestras vidas, consciente e inconscientemente.

A pesar de que nadie somos nuestros mejores vendedores o *promocionadores*, en el mundo digital se desconoce el alcance de nuestras acciones y la productividad que brindan algunas plataformas y herramientas para ello. Diferenciarnos, obtener mayor visibilidad y nivel de penetración es nuestro objetivo y por ello se hace necesario conocer el medio donde esto sucede y obtener los resultados adecuados.

- ¿Qué es la *cosa de Internet*?
- Posicionamiento
- ¿Qué es la reputación online?
- Plan de marketing personal
- LinkedIn profesional

Fecha:

Consultor:



Semana 5 - Plan de marketing digital y comunicación.

El éxito de una empresa, incluso de un emprendedor, está en su capacidad para mostrar sus servicios o simplemente ideas. Pero los productos o servicios no son lo que son, sino lo que nosotros decimos que son.

Obtenerlos es una recompensa emocional que condiciona su próxima elección. Analizaremos algunos sistemas para trabajar eficazmente en el mundo de la comunicación, la imagen digital, las primeras rutinas y la utilización de las redes sociales, solo cuando sea necesario.

- ▶ Imagen corporativa en el mundo digital. ¿Un logo?...
- ▶ Facebook, o como convertir "amigos" en clientes.
- ▶ Twitter, en busca del Trending topic perdido.
- ▶ Una imagen vale más que una red social (Instagram, Pinterest,...).
- ▶ LinkedIn, cuando la cosa se pone seria.
- ▶ Blog corporativo, tu casa, tus normas.
- ▶ Marketing de captación.

Fecha:

Consultor: Carlos M. Guevara

Semana 5 - Métricas e indicadores: Medir, medir y medir.

Aunque suene sencillo intentaremos diferenciar medición, métrica e indicador, 3 conceptos que hemos de tener al día para conocer la trayectoria de mi proyecto y su viabilidad.

Las Metricas son un medio para entender, controlar, predecir y probar el desarrollo del proyecto. e aplica las métricas para poder evaluar si el avance es en el sentido adecuado.

Se aplican a todo ciclo Lean permitiendo descubrir y corregir errores potenciales y pivotar sobre los mismos.

- ▶ Métricas de Adquisición
- ▶ Métricas de Activación
- ▶ Métricas de retención
- ▶ Métricas de beneficios
- ▶ Métricas de referencias
- ▶ Coste de Adquisición, Ciclo de Vida de un Cliente...

Fecha:

Consultor: Daniel Tellez



Semana 6 - Plan económico financiero y estructura administrativa.

El Plan económico-financiero debe recoger toda la información de carácter económico y financiero referente al proyecto, principalmente para determinar su viabilidad económica. Se trata de analizar si el proyecto reúne la rentabilidad, solvencia y liquidez necesarias para llevarlo a cabo.

Se trata, en definitiva, de establecer un posible modelo de desarrollo económico-financiero viable en tiempos de incertidumbre, o al menos, lo más real posible.

El Plan económico-financiero resultará de vital importancia a la hora de pedir financiación, ya que deberá demostrar una base de la viabilidad de la idea y que generará fondos suficientes para reintegrar la deuda y satisfacer los intereses de la financiación.

- ▶ Constitución de la empresa y planes administrativos.
- ▶ Aplicaciones en el plan de empresa.
- ▶ La contabilidad en los pasos justos.
- ▶ Plan económico y financiero.
- ▶ Planes de viabilidad y soporte.
- ▶ Planes de financiación y viabilidad.
- ▶ Cálculo de costes sencillos.
- ▶ Guía de nomenclatura básica.

Semana 7 - Análisis de viabilidad en la entrada de inversores y plan de marketing para la financiación.

Los objetivos en este módulo están enfocados a que los asistentes, promotores de Startups, entiendan a la perfección, desde la perspectiva legal, qué significa la entrada de nuevos inversores en su proyecto. Se explicará que los nuevos inversores exigen ciertos requisitos que un promotor de un proyecto no está acostumbrado a tener ni ofrecer a su entorno. Hacer hincapié que, con la entrada de inversores, la sociedad tiende a profesionalizarse, puesto que así lo exigen las nuevas circunstancias, marcando éstos objetivos claros de ventas, alcances... en tiempos muy determinados. Esto deja de ser un juego.

- ▶ Diseño de planes y escalabilidad
- ▶ Análisis y modelos e viabilidad
- ▶ Modelos de financiación.
- ▶ Crowdfunding y micromecenazgos.
- ▶ ¿Qué es un nuevo inversor?
- ▶ Derechos y obligaciones del nuevo inversor
- ▶ ¿Qué exigen los nuevos inversores?
- ▶ ¿Qué se aporta a los nuevos inversores?

Fecha:

Consultor: Alberto Jorge Cerrudo y Alberto Pérez Sola y Carlos M. Guevara

Semana 8 - Experiencias, éxitos y fracasos... ¿Y ahora qué?

La motivación que lleva a las personas emprendedoras a emprender solo la conocen aquellas ideas que en algún momento se plasmaron en un papel y que, de un modo u otro, se intentaron poner en marcha.

Las experiencias, éxitos y fracasos de las personas constituyen una fuente inagotable de conocimiento de un sistema al que nosotros llamamos “**amprender**: *aprender emprendiendo*”.

Este sistema de aprendizaje se basa en aprender a equivocarse rápido y barato, en conocer los errores, en compartir experiencias y en proporcionar herramientas que ayuden al éxito en nuestros intentos de poner en marcha una idea.

- ▶ 9:00 Por confirmar (FoodMessenger)
- ▶ 9:50 Por confirmar (Open Webinars)
- ▶ 10:40 Por confirmar (Chicfy)
- ▶ 12:00 Por confirmar (Walkspain)



Semana 8 - Salud, estrés y emprendimiento

El ritmo actual de trabajo acelerado al que estamos sometidos en nuestro día a día deriva en fenómenos que afectan al bienestar laboral, la productividad, el ánimo o el propio humor, convirtiéndose en una de las principales causas de pérdida de productividad y malestar general.

En entornos de emprendimiento estos hechos se acentúan por lo que se hace preciso el uso de herramientas de fácil control y sencilla aplicación directa en el puesto de trabajo. La sensibilización en cuestiones de productividad y salud laboral pasa por conocer las causas y los efectos derivados de malas praxis y del estrés asociado dentro y fuera de las organizaciones.

- ▶ El estrés y las nuevas tecnologías.
- ▶ Relaciones interpersonales y estrés.
- ▶ Analizando mi propio MAD Day.
- ▶ Autodiagnos del Burn Out: estrés, distrés, eustrés...
- ▶ Planing saludable.

Fecha:

Consultor: Daniel Puchades



Semana 9 - Innovación comercial y experiencia de usuario - Storytelling.

Para comprender las características diferenciadoras del marketing relacional en los nuevos modelos de ventas es necesario comenzar por entender el propio comportamiento irracional.

De este modo, poder seguir con el análisis de la toma de decisiones por parte del usuario. Se hace imprescindible entender los momentos y las acciones que derivan en una decisión de compra positiva por parte del cliente, por ello nos centraremos en el descubrimiento de necesidades reales y lo concerniente a beneficios y su presentación.

- ▶ Público objetivo y segmentación de nuestro ecosistema. Nichos de mercado.
- ▶ Bases del marketing relacional como modelo diferencial.
- ▶ Toma de decisiones y sesgos de confirmación.
- ▶ Creación de memoria y experiencia de usuario: Búsqueda de Insights.
- ▶ Análisis Keep, Start, Stop en nuestros modelos.
- ▶ Open FAQs efectivas.
- ▶ Características vs. Beneficios.
- ▶ Gestión de miedos por adelantado.
- ▶ Funnel de adquisición.
- ▶ Speech elevator.
- ▶ Marketing personal y atención al cliente

Fecha:

Consultor: Emilio Solís

Semana 10 - Diseño y puesta a punto de presentaciones.

Trabajaremos sobre los procesos de planificación, conceptualización y preparación del diseño. (Visual thinking y Mind Maps). De este modo, poder conocer los puntos claves en la composición de presentaciones: Engagement, storytelling, action and memory.

- Las bases científicas de la memoria y las emociones.
- Gestión de la atención.
- Los conceptos de miedo y estrés asociados a las presentaciones.
- Fases previas al diseño.
- Presentaciones 2,3,1
- Diseño e imagen de la presentación.

Fecha:

Consultor: Emilio Solís



Organización

Emilio Solís			
Coordinador			
<p>Licenciado en Biología y experto en RRHH en la empresa. Fundador y ceo de gottraining desde sus inicios en 2007.</p> <p>Dentro de la empresa lleva el área de intervenciones y workshops en procesos de productividad personal, innovación y backstage comercial. Trabajando desde la creatividad y el design thinking.</p> <p>Actualmente involucrado en el lanzamiento de diferentes proyectos personales, así como varios spin off de gottraining.</p> <p>Premio Nacional Bancaja Jóvenes Emprendedores 2012 y primer premio Startup Weekend Málaga 2014.</p>			
			@emi_sb
			www.emisolis.com

Ideas factory

gottraining 

lovit

gottraining[✚]

esolis@gottraining.es

(+34) 606 732 011

