

inspiración
PERFORMANCE



TALENTO
insight

NEGOCIO
influencia



9 maneras de agregar valor al negocio

...con 4 PROGRAMAS que aceleran el IMPACTO de HR en resultados

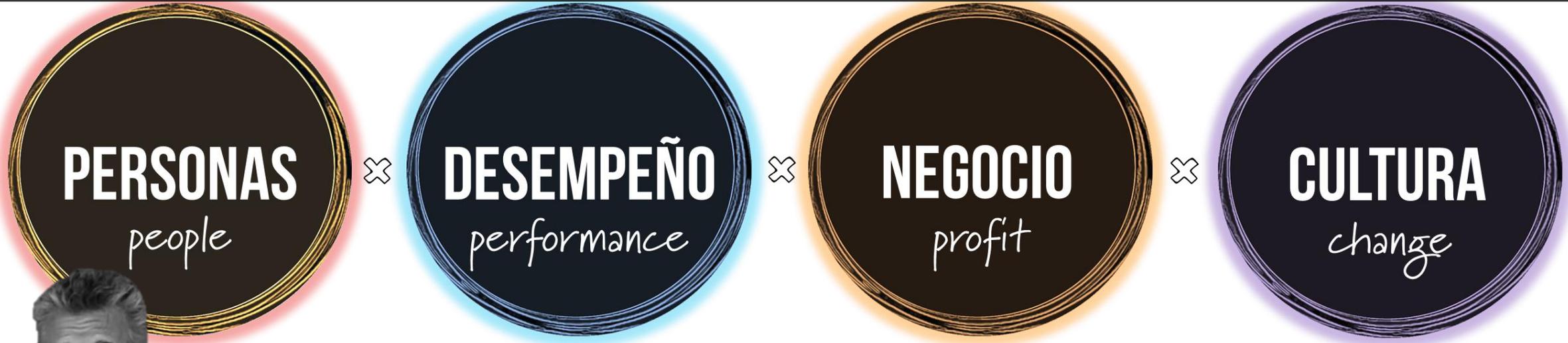
Alejandro DELOBELLE

Consultor | Instructor | Speaker

2020

9 maneras de agregar valor al negocio

...en 4 dimensiones que aceleran el IMPACTO de HR en resultados



Son 4 dimensiones claves. Se potencian y multiplican, por lo que ninguna puede tener score '0'.

Para cada una de ellas, siempre habrá alguna intervención oportuna. "Cuál" es lo de menos, depende de distintos factores: tu empresa no es igual a otras.

Para empezar, te sugiero cualquier de estos 9 programas de entrenamiento



9 maneras de agregar valor al negocio

...en 4 dimensiones que aceleran el IMPACTO de HR en resultados



1 LIDERAZGO PERSONAL
FORTALECIENDO LA TRÍADA DE PRODUCTIVIDAD MÁXIMA

VER WORSKHOP 

2 DESARROLLO DE 3C EN EQUIPOS:
ELEVANDO EL COMPROMISO, LA COLABORACIÓN Y LA CONFIANZA

VER WORSKHOP 



9 maneras de agregar valor al negocio

...en 4 dimensiones que aceleran el IMPACTO de HR en resultados



3

LIDERANDO EQUIPOS FUNCIONALES

ADOPTANDO LAS 5 PRACTICAS DE LIDERAZGO EJEMPLAR

VER WORSKHOP



4

INSPIRACIÓN E INFLUENCIA

DESARROLLANDO CONFIANZA EN PRESENTACIONES ORALES

VER WORSKHOP



9 maneras de agregar valor al negocio

...en 4 dimensiones que aceleran el IMPACTO de HR en resultados



5 VENTAS PARA EQUIPOS COMERCIALES
CREANDO OPORTUNIDADES PARA LA VENTA DE SOLUCIONES

VER WORSKHOP



6 NEGOCIACIÓN E INFLUENCIA
TODO ES NEGOCIABLE

VER WORSKHOP



7 SERVICIO AL CLIENTE
DE LA SATISFACCIÓN AL WOW!

VER WORSKHOP



9 maneras de agregar valor al negocio

...en 4 dimensiones que aceleran el IMPACTO de HR en resultados



8 REINVENTANDO HR DEFINIENDO UNA ARQUITECTURA ESTRATÉGICA Y AGIL

VER WORSKHOP



9 GESTIÓN DEL CAMBIO ESTABLECIENDO LOS DRIVERS DE LA EXCELENCIA COLECTIVA

VER WORSKHOP



1

LIDERAZGO PERSONAL

FORTALECIENDO LA TRÍADA DE PRODUCTIVIDAD MÁXIMA

vía motivación intrínseca!



▶ OBJETIVOS

>> que los asistentes:

- **Comprendan** que el liderazgo no es una posición, sino una decisión;
- **Adopten** herramientas que les permitan potenciar fortalezas y/o modificar comportamientos disfuncionales;
- **Conecten** las técnicas con situaciones reales, de manera de impactar en el negocio y en la gente, mejor y más rápido.

▶ DESCRIPCIÓN DEL WORSKHOP

Integrando conceptos, herramientas y fundamentos de múltiples fuentes, tales como Sinek, Pink, Grant, Irwin, Charan, Price, Lencioni, Robbins, Quinn, entre otr@s, buscamos que cada participante vaya fortaleciendo las competencias y la disciplina que precisan para poder liderar a otros, comenzando por ell@s mism@s.

 **AUDIENCIA** Mandos medios y altos – y aquellos que estuvieran por acceder a posiciones de poder y toma de decisiones en el corto-mediano plazo.

 **PRE REQUISITOS** Ninguno en particular.

 **DURACIÓN IDEAL / ALTERNATIVA** 8 horas / 16 horas (en función de la profundidad de los contenidos y el insight personal)

 **AGENDA** Conversaciones – Dinámicas – Tests – Trabajos por mesa – Videos; exploración y conexión con casos reales.

 **EVALUACIÓN FINAL** Posibilidad de evaluar los conocimientos técnicos, en términos de liderazgo y otras variables evaluables.

 **FORMATO** Workshop in company | desayuno de trabajo



2

DESARROLLO DE 3C EN EQUIPOS

ELEVANDO EL COMPROMISO, LA COLABORACIÓN Y LA CONFIANZA



▶ OBJETIVOS

>> que los asistentes:

- **Comprendan** que los impulsores del compromiso, la colaboración y la confianza;
- **Adopten** nuevos hábitos, de escucha, pedido y negociación, que les permitan acelerar el logro de objetivos colectivos;
- **Conecten** sistemáticamente el insight ganado con proyectos actuales o futuros, mejorando el desempeño grupal.

▶ DESCRIPCIÓN DEL WORSKHOP

Integrando dinámicas, fundamentos teóricos, autoevaluaciones y simulaciones, así como videos de impacto, generamos conversaciones apreciativas, generativas y de alto valor personal, de manera que cada uno comprenda cuál es la manera de contribuir individualmente, pero sin perder de vista los intereses del equipo.



AUDIENCIA Desde operarios hasta mandos medios y altos, ya que el teamwork es una competencia core en toda organización.



PRE REQUISITOS Ninguno en particular.



DURACIÓN IDEAL / ALTERNATIVA 8 horas / 16 horas



AGENDA Conversaciones – Dinámicas outdoor – Tests – Trabajos por mesa – Videos; exploración y conexión con casos reales.



EVALUACIÓN FINAL Posibilidad de que el instructor genere un Reporte con lo observado, a nivel personal y colectivo.



FORMATO Workshop in company | desayuno de trabajo



3

LIDERANDO EQUIPOS FUNCIONALES

ADOPTANDO LAS 5 PRÁCTICAS DE LIDERAZGO EJEMPLAR



▶ OBJETIVOS

>> que los asistentes:

- **Comprendan** que modelar, inspirar, desafiar, permitir y alentar son prácticas fundamentales del liderazgo ejemplar;
- **Adopten** los 10 comportamientos asociados a cada una de ellas;
- **Conecten** dichos comportamientos a sus objetivos, de manera de impactar en sus resultados y en los de su equipo.

▶ DESCRIPCIÓN DEL WORSKHOP

Basado en el libro de Kouzes / Posner - The Leadership Challenge -, este workshop explica y resume las 5 prácticas que todo líder debe trabajar con su gente, de manera que modelar con el ejemplo, inspirar una visión compartida, desafiar con objetivos, permitir la autonomía y alentar los logros, se convierta en su **mapa de ruta**.



AUDIENCIA Mandos medios con gente a cargo o altos potenciales con posibilidad de liderar gente en el corto plazo.



PRE REQUISITOS Ninguno en particular.



DURACIÓN IDEAL / ALTERNATIVA 16 horas (en busca no solo de la conexión personal, sino del plan de acción a crear con sus propios equipos)



AGENDA Conversaciones – Armado de plantillas – Tests individuales – Trabajos grupales – Videos de reflexión, motivación y acción.



EVALUACIÓN FINAL Podría incluir un Test 360°, para luego compartirlo en una devolución individual con cada asistente; así, cada una de las 5 prácticas podrá ser relacionada con el propio scoring en la misma, focalizando en gaps y fortalezas.



FORMATO Workshop in company | desayuno de trabajo



4

INSPIRACIÓN E INFLUENCIA

DESARROLLANDO CONFIANZA EN PRESENTACIONES ORALES



▶ OBJETIVOS

>> que los asistentes:

- **Comprendan** que la *influencia* es una habilidad más, desarrollable, entrenable y de alto impacto en resultados;
- **Adopten** nuevos hábitos, de planificación, observación, sensibilidad y timing, de manera de fortalecer su autoconfianza;
- **Conecten** lo que vayan aprendiendo a un proyecto real, de manera que toda práctica ya se vaya asimilando y visualizando.

▶ DESCRIPCIÓN DEL WORSKHOP

Aquí todo comienza con una presentación personal, donde cada uno planifica y presenta con las herramientas que sabe, puede y quiere. Un feedback personal, respetuoso y enfocado les permite luego comprender en qué podrían mejorar. Luego, una segunda y una tercera ronda eleva su expertise y confianza al máximo.



AUDIENCIA Toda aquella persona que debe hacer presentaciones ante grupos o tiene gente a cargo, por lo que es responsable de inspirar e influenciar.



PRE REQUISITOS Ninguno en particular.



DURACIÓN IDEAL / ALTERNATIVA 8 horas / 12 horas (esto depende de la cantidad de asistentes)



AGENDA Presentaciones personales > feedback general > mejores prácticas > técnicas > roleplaying > feedback particular > plan de acción



EVALUACIÓN FINAL Posibilidad de que el instructor genere un Reporte con lo observado, a nivel individual.



FORMATO Workshop in company



5

VENTAS PARA EQUIPOS COMERCIALES

CREANDO OPORTUNIDADES PARA LA VENTA DE SOLUCIONES



▶ OBJETIVOS

>> que los asistentes:

- **Comprendan** como pensar una venta, comenzando con cada momento de verdad, antes, durante y después de ella;
- **Adopten** nuevos hábitos de efectividad, de inteligencia emocional, de neurociencias y de influencia;
- **Conecten** cada técnica aprendida, cada insight, con sus resultados, buscando patrones a replicar y errores a evitar.

▶ DESCRIPCIÓN DEL WORSKHOP

“¿Quién es hoy el cliente y cómo cambió?” es una pregunta que libera la percepción personal de cada asistente: si la mirada es fundamentalmente umbilical, la venta no se hace repetitiva y el desperdicio de energía personal aumenta. Por ahí empezamos. Luego se explica y practica el ciclo de venta (la empatía, la historia y el ‘wow’).



AUDIENCIA Equipo de ventas, fuerza de ventas, administrativ@s



PRE REQUISITOS Ninguno en particular.



DURACIÓN IDEAL / ALTERNATIVA 16 horas (la práctica es fundamental en este tipo de workshops)



AGENDA Principios de prospección | presencia en redes | efectividad máxima durante la entrevista | manejo de objeciones | preparación de propuesta



EVALUACIÓN FINAL Posibilidad de que el instructor genere un Reporte con lo observado, a nivel individual.



FORMATO Workshop in company | desayuno de trabajo intensivo



6

NEGOCIACIÓN E INFLUENCIA

TODO ES NEGOCIABLE



▶ OBJETIVOS

>> que los asistentes:

- **Comprendan** como prepararse mentalmente para una negociación, desde la planificación hasta la propuesta de valor;
- **Adopten** una disciplina de escucha intencional, indagación y planteo que proponga acuerdos win-win⁴
- **Conecten** cada técnica aprendida, cada insight, con una futura negociación, de manera de adelantarse y prepararse bien.

▶ DESCRIPCIÓN DEL WORSKHOP

Siendo que los mejores negociadores son buenos líderes, fortalezcó al principio los valores personales, la autoconfianza y toda aquella dimensión personal que pudiera interferir contra la máxima efectividad. Luego, trabajo con técnicas de inteligencia emocional y de neurociencias aplicadas a la influencia.

 **AUDIENCIA** Fuerza de ventas, administrativ@s, personal de servicio al cliente y toda persona que tenga a la Negociación como competencia clave.

 **PRE REQUISITOS** Ninguno en particular.

 **DURACIÓN IDEAL / ALTERNATIVA** 8 horas (ideal 10- 12 personas)

 **AGENDA** Estado de liderazgo para negociar | principios de la negociación | método Harvard | el 3er lado | roleplaying | insight grupal

 **EVALUACIÓN FINAL** Posibilidad de que el instructor genere un Reporte con lo observado, a nivel individual.

 **FORMATO** Workshop in company | desayuno de trabajo intensivo



7

SERVICIO AL CLIENTE DE LA SATISFACCIÓN AL WOW!



▶ OBJETIVOS

>> que los asistentes:

- **Comprendan** el valor del cliente, cómo cambio, qué busca, el valor de la lealtad y maneras de generar lazos fuertes de conexión.
- **Adopten** una estrategia de approach continuo, basado en el interés, el uso de datos disponibles y los impulsores de la motivación de compra;
- **Conecten** cada técnica aprendida, cada insight, con situaciones típicas / diarias, de manera de sistematizar el hábito de servicio.

▶ DESCRIPCIÓN DEL WORSKHOP

Se repasa y establece el perfil del nuevo consumidor, huésped, paciente o cliente, para luego comprender cómo, no solo satisfacer sino exceder sus expectativas, necesidades y deseos. Se trabajan los momentos de verdad y las herramientas conversacionales que permiten influenciarlos, sin manipularlos.



AUDIENCIA Fuerza de ventas, administrativ@s, personal de post venta, staff de la industria de la hospitalidad, responsables de atención al cliente, call centers.



PRE REQUISITOS Ninguno en particular.



DURACIÓN IDEAL / ALTERNATIVA 8 horas (ideal 10- 12 personas)



AGENDA Perfil actual del cliente | Preparación personal fundamental | Técnicas de escucha intencional | Liderando diferentes motivaciones y estados de ánimo



EVALUACIÓN FINAL Posibilidad de que el instructor genere un Reporte con lo observado, a nivel individual | Uso del NPS (net promoter score)



FORMATO Workshop in company | desayuno de trabajo intensivo



8

REINVENTANDO HR

DEFINIENDO UNA ARQUITECTURA ESTRATÉGICA Y AGIL



▶ OBJETIVOS

>> que el equipo de Capital Humano:

- **Comprenda** desde dónde es necesario aportar valor a la organización;
- **Adopte** iniciativas integrales de valor que impacten en las áreas de alto impacto estratégico;
- **Conecte** cada intervención entre sí, para que todo esfuerzo no se vea como algo aislado, sino como un mapa de ruta intencional.

▶ DESCRIPCIÓN del PROCESO CONSULTIVO

El formato aquí, a diferencia de los workshops, tiene que ver con llevar adelante conversaciones entre HR y el consultor, donde el foco está en el pensamiento integrado, las necesidades organizacionales, los intereses de cada área, las demandas del CEO y las iniciativas personales. Se generan planes y acciones luego de cada reunión.



AUDIENCIA Integrantes de distintas áreas del área de Capital Humano, incluyendo al responsable del área.



PRE REQUISITOS Ninguno en particular.



DURACIÓN IDEAL / ALTERNATIVA Intensivas de 8 horas | express de 3 horas | eventuales de 1 hora, en función de la fase del proyecto.



AGENDA Conocimiento de la cultura organizacional | Comprensión de mejores prácticas | Diseñando iniciativas | Formalizando planes | Seguimiento y coaching



EVALUACIÓN FINAL En la implementación de las propias iniciativas y el logro de KPIs esenciales, queda traducido el avance.



FORMATO Reuniones in company | conversaciones por Skype.



9

GESTIÓN DEL CAMBIO

ESTABLECIENDO LOS DRIVERS DE LA EXCELENCIA COLECTIVA



▶ OBJETIVOS

>> que los asistentes:

- **Comprendan** cómo llevar adelante un proceso de cambio – y cómo contribuir si son parte de uno -;
- **Adopten** mecanismos para comprender resistencias, simplificar la transición y ayudar a visualizar el nuevo estado;
- **Conecten** y evalúen toda iniciativa de cambio con los **5 impulsores fundamentales de la motivación**, de manera de elevar su éxito.

▶ DESCRIPCIÓN DEL WORSKHOP

Tiene que ver con comprender la psicología del cambio, las fuerzas invisibles que retrasan el abandono del status quo, las creencias personales que limitan el abandono de zonas conocidas y el impulso personal para seguir innovando para crecer, a pesar de todo. Este workshop es liderazgo, es innovación, es talento en acción.

 **AUDIENCIA** Equipo de Recursos Humanos y líderes de áreas, atravesando por momentos de cambio o con interés en anticiparse a ellos.

 **PRE REQUISITOS** Worskshops #1 y #2 serían altamente recomendables.

 **DURACIÓN IDEAL / ALTERNATIVA** 16 horas (en módulos de 4 horas, mediando iniciativas entre uno y otro)

 **AGENDA** Comprendiendo la naturaleza del cambio | Momentos de la curva | Probabilidad de éxito en iniciativas | The Attackers Advantage (Ram Charán)

 **EVALUACIÓN FINAL** Medición de iniciativas de cambio, su velocidad de adopción, su calidad de implementación y el sustento en el tiempo.

 **FORMATO** Workshop in company | desayuno de trabajo intensivo





**“NO puedes
solucionar un problema
desde el mismo nivel de
consciencia que lo creó”**

VIDEO TRAINING

Para tu plataforma de e-learning

Mira un ejemplo:

<https://vimeo.com/275714101>

Einstein

Alejandro Delobelle ha sido entrenado en Cambridge University (England) y NorthWestern University (Kellog) en herramientas y conceptos de Liderazgo, Servicio y Ventas, mientras se desempeñaba como Gerente Regional de Estrategia y Desarrollo Organizacional en AGA Linde Healthcare.

Ha entrenado a la fuerza de ventas del laboratorio inglés SmithKline Beecham (hoy GlaxoSmithKline | GSK |) en “Principios Fundamentales de Efectividad en Ventas”; Es Entrenador Certificado de ‘Achieve Global’ (*Learning Solutions That Transform Strategy Into Success Worldwide*);

Ha diseñado ‘Modelos de Competencias en Ventas’ para empresas multinacionales, en proyectos estratégicos y de larga duración;

Facilitó workshops y realizó consultoría (en castellano e inglés) en 7 países de Sudamérica (Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Argentina, Chile y Uruguay), tanto en áreas de ventas (venta consultiva y venta de soluciones) así como en áreas que contribuyen a potenciar los resultados (creación de experiencias de servicio al cliente, liderazgo resonante, negociación efectiva, equipos de alto desempeño, oratoria e intrapreneurship);

Como Consultor, Coach y Facilitador, ha diseñado programas para más de seis mil personas, en compañías como Nestlé Waters, Allianz, Chevron, Fresenius, Prudential, Infineum, Cargill, Unilever, Weatherford, Markem Imaje, Adecco, Philips, Glaxo SmithKline, Peugeot, Tenaris University y la Armada Naval de Colombia.

Ha brindado más de 10 conferencias en los últimos años, tanto en Argentina como en Bolivia, Costa Rica o Perú.

Ha escrito 8 ebooks a la fecha: **“Apuesta por Ti** (eje Liderazgo)”, **“4 Elementos Claves para liderar un Programa de Performance Management** (eje Gestión del Desempeño), **“La Motivación es (del) Personal”** (eje Engagement y Liderazgo), **“5 pasos para que HR incremente su influencia y venda con éxito su Propuesta de Valor”** (eje Recursos Humanos), **“8 Sugerencias que podrían cambiar la manera de encarar tu 2015”** (eje Motivación y Desarrollo Personal), **“CULTURA: 10 Passwords** que te garantizan el acceso a su transformación”, **HRBP: de Socios a Aceleradores del Negocio: 6 Herramientas para utilizar YA”** y el último sobre **“Prospección en Ventas”**

Docente-instructor en el Diplomado en Dirección Comercial de la Universidad San Pablo T (Tucumán), módulos de “Prospección” y “Venta de Soluciones”

Es Profesor invitado en el Postgrado de Dirección Estratégica de Recursos Humanos | UCA

Ha sido certificado como expositor VISTAGE | Marzo 2016

Ha diseñado su propia plataforma de conocimiento: [MEMBRESIA | LIDERAZGO 2020](#) desde donde continúa apoyando a sus clientes.

[4 Plataformas](#) es su último lanzamiento, donde enseña como desarrollar un espíritu emprendedor, fuera o dentro de las organizaciones.

Es Analista de Sistemas y Licenciado en Administración de Empresas, ambos títulos de la Universidad de Belgrano.

Un orgullo trabajar intensamente para impactar, positivamente, en los resultados de estas empresas:



SOORTE CONTINUO POST WORKSHOPS A TRAVÉS DE LA



Alejandro Delobelle

Director General en The Zensitive Group | Capacitación Ejecutiva La...



Alejandro Delobelle • Tú **Autor**



23.066 seguidores

204 artículos



DISEÑANDO UNA NUEVA MANERA DE LIDERAR

"NETWORK de profesionales
EXPLORANDO OPORTUNIDADES
de negocios y grandeza personal"



Alejandro DELOBELLE



email: thezensitivegroup@gmail.com leadinghr@aledelobelle.com

Celular: 54911 5595 3121 Celular (Argentina): 15 5595 3121

Skype: alejandro.gaston.delobelle

Twitter: @aledelo

Site: www.aledelobelle.com

www.alejandrodlobelle.com

WWW.ALEDELOBELLE.COM

