

# MÉTODO LOMBARD: INNOVACIÓN DISRUPTIVA PARA CAMBIAR EL MUNDO

## ¿QUÉ ES EL MÉTODO LOMBARD?

El **Método Lombard** nace de experiencias reales de **innovación** y emprendimiento que se han desarrollado desde el 2011 en **Silicon Valley** y otras partes del mundo.

El proceso de innovación debe ser flexible pero contar un método claro, y es por eso que a lo largo de estos años, el **Método Lombard** ha sido modelado desde experiencias en **grandes empresas** como **Audi, BMW, Coca-Cola, Banc Sabadell** o **Sanofi**. Se trata pues de un modelo basado en el conocimiento acumulado, pero sobre todo en la actitud y en las experiencias.

Es por eso que hemos creado un proceso de **aprendizaje único**, retador, que busca- además de enseñar- **transformar la mentalidad de los participantes**. Es un proceso de aprendizaje único, diseñado para personas que esperan **producir un cambio** o mejora espectacular **en el mundo empresarial**.

Este método ha sido conceptualizado, diseñado y probado por los expertos y el equipo Imagine desde 2011. Ahora llega por primera vez como una **formación única para lograr innovación** tanto en **nuevos proyectos** como en los procesos de **mejora y/gestión del cambio** dentro de la **empresa**.

Lombard está estructurado en **4 fases** e incluye mecanismos para integrar **visiones creativas e inspiradoras, trabajo en equipo** altamente **productivo** y **habilidades comunicativas** para hacer efectivos los cambios y mejoras propuestos. La metodología ayuda **generar actitudes que llevan a innovar**: aplazar el juicio, ver el error como parte del proceso...

Un **método sencillo y muy bien estructurado** para ayudar a **crear cambios** radicales y **positivos en cualquier proyecto o equipo**. Soñar un mundo mejor y darle forma con nuevas ideas es ahora posible con el Método Lombard.

**¿Te apuntas a soñar y hacer realidad esos sueños?**

# OBJETIVOS:

- Conseguir una salida y **aplicación práctica** de las **ideas innovadoras**, para poder implementarlas como **soluciones reales y llamativas para los clientes**.
- Saber **comprender en profundidad las necesidades y deseos de los clientes** para lograr dar respuestas acordes a sus necesidades.
- Aprender un método que permita **dar soluciones diferentes a los problemas cotidianos** a los que se enfrenta un equipo de trabajo.
- Aprender a **generar ideas disruptivas** e innovadoras de manera sencilla e intuitiva, para desmarcarse de la competencia.
- Saber **seleccionar ideas** que tengan el potencial de **aportar valor a nuestros clientes y a nuestros empleados**.
- Aprender a “**prototipar**” para saber si una idea **funcionará en el trabajo real**.
- Dominar el arte de “**vender**” una **idea innovadora**. Saber diseñar una comunicación efectiva de la solución para hacerla realidad.

## ¿ A QUIÉN VA DIRIGIDO ESTE PROGRAMA ?

A cualquier Empresa que quiera...

- Distinguirse mediante una **cultura organizacional que marque la diferencia** y tenga una relación con el **cliente especial, efectiva y distintiva**.
- **Reinventarse** o afrontar una situación de cambio **con garantías de éxito**.
- **Gestionar equipos de modo innovador**, aumentando el grado de **motivación e implicación** de los mismos.
- Mejorar su capacidad **creativa y resolutiva**.
- Romper con la inercia y salir de la zona de confort, **derribando barreras mentales** que paralizan.
- Pasar de “ser realista” a “**pensar, ver y hacer más grande**”
- Convertir los espacios de trabajo en “**espacios de vida**”: **Entornos de colaboración, crecimiento, compañerismo e innovación**.

# ¿ EN QUÉ CONSISTE EL PROGRAMA ?

El **Método Lombard** es altamente **flexible y adaptable** a cualquier situación o entorno.

Este programa formativo ha tenido excelentes resultados tanto en **hospitales** como en **equipos de trabajo** o en **emprendedores**, pasando por **directivos y mandos intermedios** de pequeñas, medianas y grandes empresas, **personal y beneficiari@s de entidades sin ánimo de lucro**, así como **departamentos** de RRHH, Marketing, Ventas, Comunicación, etc...

Se presenta en **distintos formatos**, pudiendo llevarse a cabo en **una única jornada o en varias**, según el **nivel de profundidad** que se quiera alcanzar sobre la materia.

Todo el programa se desarrolla con una metodología eminentemente **práctica y dinámica**, promoviendo una **alta y continua participación** de los asistentes al mismo.

Desde el primer momento se están **“tangibilizando” y ejercitando las habilidades** necesarias para realizar una **Innovación Disruptiva**, así como utilizando **herramientas** que permiten “llevar al terreno” la materia impartida.

## ¿ TE GUSTARÍA MEDIR EL BENEFICIO DE ESTA FORMACIÓN ?

En muchas ocasiones nos encontramos con la dificultad de poder **medir el impacto de una formación** en la empresa.

Cómo **Formadores Certificados Internacionalmente** en el **Método DISC**, que **analiza y mide el comportamiento y actitud** de las personas, ofrecemos la opción de tener un **sistema fiable** para valorar los **efectos y resultados tangibles** que ha producido la formación en el colectivo destinatario de la misma.

El proceso consiste en realizar un **análisis conductual** de dicho colectivo, previo a la formación, basado en el desempeño de sus **competencias**. Una vez finalizado el programa formativo, se lleva a cabo un nuevo análisis sobre los mismos parámetros, obteniéndose un **balance cualitativo y cuantitativo de la evolución** de los participantes.



Para terminar elaboramos un **informe detallado**, en el que se reflejan los **datos** que muestran **cómo ha influido esta formación en las personas, equipos, procesos y resultados**.

# PROGRAMA:

## JORNADA 1 / FASE 1 DEFINIR (5 Horas).

- **Qué es y cómo funciona el Método Lombard.** Explicación del proceso a seguir y de la metodología que será utilizada durante el curso.
- **Encontrar:** Cómo y qué aprender de los clientes/usuarios. Cómo **crear espacios de “Inno-maginación”**. Averiguar dónde y cuándo podemos aprender de ellos y de qué modo podemos aproximarnos a ellos para lograr obtener la mayor cantidad de información posible que nos permita dar soluciones completamente diferentes e innovadoras.
- **Interactuar:** Cómo realizar observaciones de campo y entrevistas para obtener información. El **Método de Inmersión** para comprender la realidad del cliente en profundidad
- **Comprender:** Aprender a detectar y registrar los deseos no satisfechos y las necesidades más profundas que tiene cada usuario. Conocer y estudiar las áreas en las que las soluciones actuales sí están dando una respuesta satisfactoria.
- **Re-encuadrar el problema:** Definir de manera efectiva el problema a resolver, así como aquello que no es el problema que se abarcará. **Alineación de Problema, Objetivo y Motivación.**

## JORNADA 2 / FASE 2: APORTAR VALOR (5 Horas).

- **Inspiración:** Utilización de analogías como modo de inspiración. Cómo encontrar fuentes de inspiración tanto en el propio campo de actuación como en otros completamente diferentes. Seleccionar la información que realmente es disruptiva, diferente. Aprender a obtener más de los mismos recursos.
- **Ideación:** El pensamiento “Out of the box” y Cantidad VS Calidad. La “**Inno-maginación**”: Generación de ideas atrevidas y diferentes. **Practicar con los métodos creativos:** SCAMPER, BRAINSTORMING, DOS MENTES, etc...
- **Evaluación:** Cómo evaluar las ideas para evitar descartar las atrevidas. Guías de **evaluación de ideas disruptivas.**
- **Elección de ideas disruptivas:** Cómo elegir una idea a prototipar. Análisis del potencial valor que esperamos aportar al cliente. Cantidad VS Calidad en la elección de ideas.

## JORNADA 3/ FASE 3: PROTOTIPAR (5 Horas).

- **Construyendo la idea:** Cómo aprender de los prototipos. Cómo crear prototipos de bajo coste y cercanos al producto final. El ahorro producido por el trabajo con prototipos. Las distintas opciones de **prototipado barato o sin coste**: Maquetas, Storyboards, Juegos de Rol...
- **Probando la idea:** Qué tipos de prueba realizar con los prototipos, número de prototipos necesarios y sus versiones. Cómo interactuar con los prototipos y **cómo obtener feedback** sobre el trabajo realizado.
- **Aprendiendo del Prototipo:** Etapa inicial del prototipado, aprendizaje sobre el producto y sobre los usuarios/clientes. Etapa final del prototipado, validación de la idea antes de su implementación final. Cómo funciona **La Matriz de Evaluación** para valorar el prototipo y refinar la idea.
- **Diseñando el Prototipo:** Cómo incorporar los aprendizajes en forma de mejoras para el cliente. Mejorar Vs Añadir o Simplificar. Cómo elegir sólo aquello que aporta valor al usuario. El **Customer Journey** como herramienta para asegurar que el producto creativo tiene en cuenta todas las etapas en las que se quiere tener influencia.

## JORNADA 4 / FASE 4: COMUNICAR. (5 Horas).

- **Desarrollo del Modelo a Implantar:** Cómo desarrollar la idea a través de **Innovation Model Canvas**. Clarificar el potencial de la idea, costes, partners, actividades y sobre todo el valor esencial que aporta nuestra solución al cliente
- **Generación:** Cómo crear piezas de comunicación impactantes que resalten los beneficios que tiene la idea y el valor que aporta a los clientes respecto de las necesidades y oportunidades detectadas. Cómo utilizar las técnicas de **Storyboard** y **Storytelling** para lograr una comunicación de Impacto.
- **Práctica:** La importancia de comunicar bien las grandes ideas. La clave de una comunicación eficaz está en la práctica. Cómo gestionar las emociones, la voz, el tono y la dicción para conseguir interiorizar un discurso natural, emocionante y que contagie entusiasmo.
- **Entrega:** Cómo estructurar y crear una presentación de 2 minutos para lograr vender una idea disruptiva. Cómo utilizar la **Guía Guns** para estructurar una presentación de Alto Impacto.

## EL PONENTE:



**Marcos Santos Jiménez**

**Marcos Santos Jiménez** es pionero en el diseño, desarrollo e implantación empresarial de Métodos de Innovación y Gestión del Cambio. Especialista en el desarrollo de la **Inteligencia Appreciativa** en entornos laborales, con más de 3.000 horas de dedicación, formación e investigación para lograr la **transformación de Espacios de Trabajo en Espacios de Vida**.

Arquitecto por la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid (ETSAM) y director y socio fundador de Evolución Alternative Coaching.

Tras una dilatada experiencia en el ámbito empresarial, ocupando cargos directivos en distintas empresas, y una alta dedicación a la **investigación y especialización** en áreas como Psicología, Sociología, Neurociencia, Coaching, Programación Neurolingüística, Hipnosis y otras ciencias del comportamiento, Marcos está volcado desde hace más de 5 años en el **Desarrollo de las Personas** mediante la aplicación de distintas disciplinas como la **Formación, el Coaching y la Consultoría** y, por supuesto, **el Método de Lombard**.

En el ámbito Formativo, realiza colaboraciones frecuentes con **Centros Sanitarios, Escuelas de Negocios y Universidades**, además de impartir programas, cursos y talleres en **empresas** de todos los sectores y tamaños.

Como **Coach Certificado por AECOP**, llevan a cabo habitualmente procesos de coaching ejecutivo, de equipos y personal.

También realiza proyectos de **Asesoramiento y Consultoría** en **empresas y ONG'S**, da apoyo a departamentos **Comerciales** para la dinamización de sus equipos, a departamentos de **RRHH** para la implantación de procesos de gestión de las personas y gestión del cambio, a departamentos de **Marketing** en procesos creativos y a otras áreas de las organizaciones mediante los **Métodos Lombard y de Desarrollo de la Inteligencia Appreciativa**.



# ALGUNAS EMPRESAS QUE YA CONOCEN NUESTRO TRABAJO ...

