



Aportando ciencia
al arte de dirigir

The Inspiring Leader

Según las investigaciones de Zenger Folkman, la habilidad de inspirar y motivar constituye la competencia más valorada y demandada por parte de los colaboradores.

Se trata asimismo de la competencia con una mayor correlación estadística con altos niveles de compromiso de los empleados.

Paradójicamente se trata de la competencia con la puntuación media más baja de todas las analizadas.

Pero **¿qué es lo que tienen realmente los líderes inspiradores?**

El estudio se realiza analizando los comportamientos de los Líderes que están entre el 10% de los mejores en "inspirar y motivar para un alto rendimiento"

¿Qué es lo que encontramos?

Objetivos

- Descubrir por qué ser inspirador es tan importante.
- Conocer los 10 mejores comportamientos que ponen en práctica los líderes inspiradores.
- Conocer los 6 enfoques que existen para ser inspirador.
- Aprender a adaptarse para ser un líder inspirador.

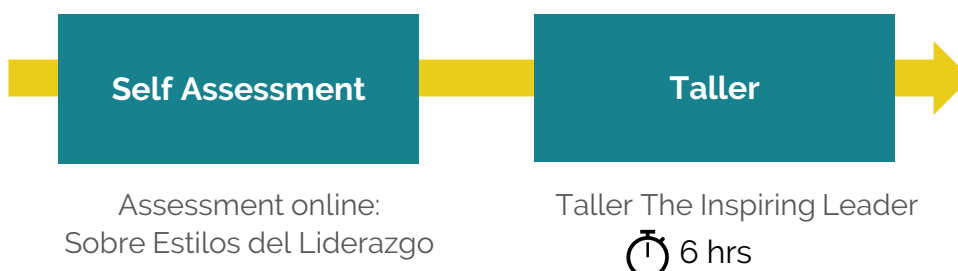
1 DENOMINADOR COMÚN

6 CONDUCTAS ASOCIADAS

3 ATRIBUTOS BÁSICOS

Las investigaciones de Zenger y Folkman concluyen que prácticamente **cualquier líder puede ser "Inspirador"**. Conocer las claves para el desarrollo de esta capacidad permitirá desbloquear el potencial de las personas e **inspirar al equipo hacia un mayor nivel de rendimiento**

Fases del Programa



The Inspiring Leader

Equipo técnico



Inspiran e impulsan la reflexión, el aprendizaje y la acción para lograr profesionales, personas y organizaciones extraordinarias.



Nuestro partner



ZENGER | FOLKMAN



Somos socio exclusivo de **Zenger Folkman** en la Península Ibérica, y licenciarios de sus programas y modelos.

Zenger Folkman tiene su sede central en Orem (Utah, USA) y cuentan con socios en 30 países de los 5 continentes. Fundada en 2003 por el Dr. Jack Zenger y el Dr. Joseph Folkman, **ZF** está en el ranking de las 20 mejores compañías de formación en liderazgo de acuerdo a:

- Solidez del modelo, las evaluaciones y/o la investigación que respalda sus programas.
- Innovación, reconocimiento e impacto en la industria.
- Tamaño de la empresa y potencial de crecimiento.
- Fortaleza y resultados de sus clientes.
- Alcance geográfico