



Aportando ciencia
al arte de dirigir

The Leadership Speed

Asistimos a un proceso de aceleración en la gestión de todos los procesos, lo cual está obligando a las empresas a ser más ágiles, es decir, responder con prontitud a los cambios sociales. El taller Leadership Speed incorpora estas necesidades de la organización para identificar formas de mejorar tanto la velocidad como la capacidad de hacer las cosas bien.

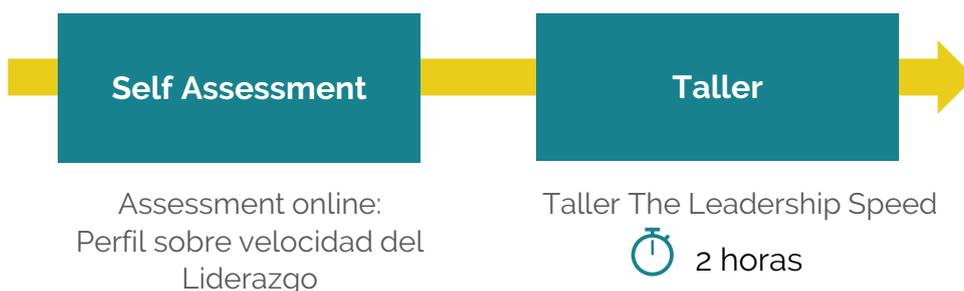
Los resultados de los estudios de ZF sobre 728,000 assessments de 52,000 líderes demuestran que, lo que produce velocidad no es una única competencia, sino una combinación de comportamientos como:

- Habilidad y voluntad de identificar un problema y responder ante él sin demora.
- Tendencia a pensar sobre el futuro y a mirar "más allá".
- Realizar cambios rápidamente en los procesos y procedimientos para que los problemas se resuelvan de forma permanente.

Objetivos

- Descubrir cómo la velocidad y la calidad impactan en la efectividad del liderazgo.
- Aprender comportamientos compañeros vinculados estadísticamente, que mejoren la velocidad del liderazgo.
- Descubrir herramientas y conceptos que ayudan a los líderes a aumentar tanto su velocidad como la velocidad de sus equipos mientras mantienen una alta calidad.
- Analizar el informe individual de preferencia de ritmo de trabajo y construir un plan de desarrollo personal.

Fases del Programa



The Leadership Speed

Equipo técnico



Inspiran, impulsan e invitan a 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

