



# Tallers formatius

FORMACIÓ EN INNOVACIÓ 2024

# Tallers formatius



## CONTINGUTS

La nostra proposta d'innovació

Tallers formatius

Sobre nosaltres

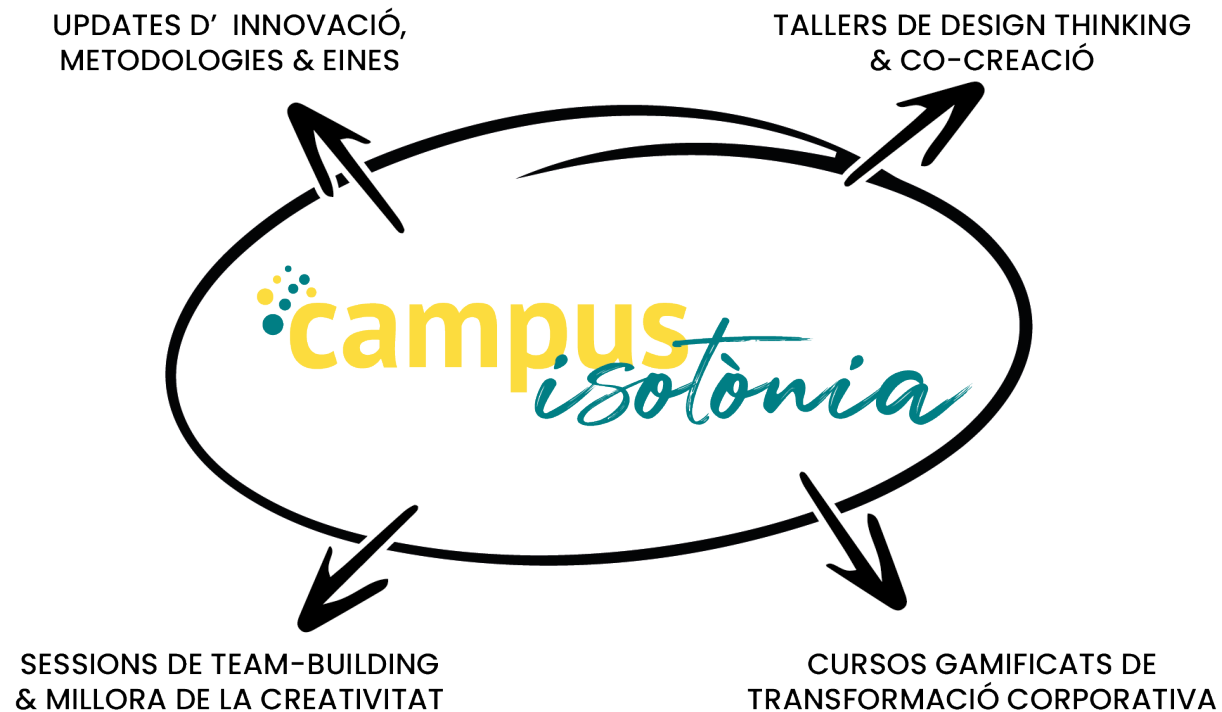
Contacta'ns

# La nostra fórmula d'innovació



$$\text{Logo} = \left( \begin{array}{c} \text{50\%} \\ \text{shakers} \end{array} + \begin{array}{c} \text{50\%} \\ \text{makers} \end{array} \right)^2 / \begin{array}{c} \infty \\ \text{innovació} \end{array}$$

# Les nostres dinàmiques d'innovació



# Tallers formatius de cultura organitzativa, habilitats i competències, i metodologia i processos.



Som l'**Innovation Lab** que us fa de sherpa en el vostre camí cap a la innovació i la nostra ensenya és la innovació efervescent®.

Amb aquestes analogies el nostre servei de consultoria i el nostre itinerari formatiu estan desenvolupats en base al marc metodològic de referència dels '10 tipus de innovació®' de Doblin (Deloitte), que ens proporciona una manera holística de definir reptes i d'identificar noves oportunitats de negoci més enllà de la mera creació de productes: desenvolupant innovacions desitjables per l'usuari, viables com a negoci i tecnològicament factibles.

Us acostem jornades plenes d'inspiració mitjançant les quals adaptar-vos als desafiaments que van sorgint dia a dia: promovem la co-creació, incentivem el treball en equip i l'"aprendre fent", sacsejant l'hemisferi dret de la creativitat a tots els membres de la vostra plantilla.

I en línia a la nostra metodologia d'acompanyament estratègic, incidirem en cadascuna de les 3 fases i 10 fites de Doblin (veure següent diapositiva) per tal d'ajudar-vos a mantenir en forma a la vostra organització i motivats als vostres equips.



# Els 10 tipus d'innovació

Model de monetització	Xarxa de col·laboradors	Estructura organitzativa	Processos	Producte /Servei	Plataforma	Suport (servei)	Canals	Marca	Vincle amb el client
<b>ESTRATÈGIA I RECURSOS</b>				<b>PROPOSTA</b>		<b>EXPERIÈNCIA</b>			
<b>MODEL DE MONETITZACIÓ</b> Com podem generar negoci.  <i>Per exemple, com Netflix va capgirar la indústria de lloguer de vídeos cap a un model de subscripció.</i>	<b>ESTRUCTURA ORGANITZATIVA</b> Com alinear talent i qualitats de l'equip.  <i>Per exemple, Google i la seva fórmula 70/20/10 per a la gestió dels esforços dels seus col·laboradors.</i>	<b>PRODUCTE / SERVEI</b> Com diferenciar-nos amb atributs que ens facin únics.  <i>Per exemple, Dyson son la revolució feta producte, amb unes prestacions i estàtica lluny de la resta.</i>	<b>SUPORT (SERVEI)</b> Com brindar al client una atenció diferencial.  <i>Per exemple, Zappos, tot i ser un comerç minorista online, el seu servei d'atenció i acompanyament son excepcionals.</i>	<b>MARCA</b> Com generar sentit de pertinença i comunitat.  <i>Per exemple, com Harley-Davidson aconsegueix crear aquest sentit de fidelitat, valors i estil de vida.</i>					
<b>XARXA DE COL-LABORADORS</b> Com establir aliances amb d'altres per crear valor.  <i>Per exemple, com Lego crea la plataforma de crowdsourcing Ideas per incorporar el talent extern.</i>	<b>PROCESSOS</b> Com millorar mètodes i processos per agilitzar les operacions.  <i>Per exemple, Zara passa de l'esbós d'una peça de roba a l'expositor en un temps record.</i>	<b>PLATAFORMA</b> Aspectes complementaris per augmentar el valor percebut.  <i>Per exemple, amb l'Apple Watch Nike+ ambdues companyies amplien l'abast dels seus productes.</i>	<b>CANALS</b> Com comunicar i entregar l'oferta.  <i>Per exemple, IKEA amb les seves mini-botigues 'pop up' al centre de la ciutat, una estratègia per acostar-se més als seus clients.</i>	<b>VINCLE AMB EL CLIENT</b> Com interconnecta /interaccionar emocionalment.  <i>Per exemple, com la marca de cosmètics Lush interactua amb els visitants al punt de venda.</i>					

Ten Types of Innovation (Doblin)



A més, si es dóna el cas, podeu realitzar els nostres tallers formatius de manera gratuïta aprofitant la formació bonificada de la Seguretat Social (fundae.es)\*. **No malbarateu el crèdit anual disponible**, acumulat per mitjà de les vostres aportacions i les dels vostres treballadors, i **invertiu-lo en el millor dels valors**: la seva formació en matèria d'innovació.

**cada any**

↓

Desde  
**420€**

**i aprox.  
100€/treballador**

↑

**disponibilitat  
per a formació  
gratuïta**

- \* Tota empresa disposa d'un crèdit mínim de 420 euros a l'any (el 0,70% de la base de cotització mensual de cada treballador) que moltes empreses no aprofiten.

Treieu-li partit per a ampliar la formació dels vostres empleats.

**Isotònia** ens n'ocupem de tot: càlcul del crèdit disponible, tramitació dels certificats, lliurament de la documentació a FUNDAE i gestió del cobrament de la bonificació: **no dubteu en consultar-nos**.



**Fundación Estatal**  
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

**Bonificable**



## Com procedim:



Feu una ullada al nostre catàleg de tallers formatius a continuació. El nostre web us ajudarà a acabar de conèixer-nos. Som consultors i el nostre acompanyament sempre és a **mida i enfocat** als vostres desafiaments.



Contacteu-nos per tal que us aclarim dubtes i us dissenyem un **itinerari formatiu a mida**. Aquest catàleg només és el punt de partida.



Ahora i sense compromís us oferim fer un **diagnòstic** de la vostra capacitat adaptativa/innovadora per trobar punts de millora, etc.



Al mateix temps, si disposeu de crèdit per a la **formació bonificada** nosaltres us fem la consulta i apliquem el descompte al cost de la formació/assessorament.



Un cop decidit l'itinerari formatiu i les temàtiques a abordar, decidirem la **modalitat formativa** per al vostre servei (veure pàg. a continuació)





## Principals àmbits de treball:

-  lideratge
-  treball en equip/remot
-  vendes
-  transformació digital
-  nous segments
-  proposta de valor
- etc.

## Sectors amb els que treballem:

-  indústria
-  serveis
-  turisme
-  comerç
-  finances
-  agricultura
-  construcció/inmobiliari
-  TIC
-  educació
-  assegurances
-  transport/mobilitat
- etc.

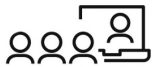


Les **modalitats formatives** ofertes per **isotònia** son: presencial, online o blended (una barreja de les anteriors)

En versió 100% online, per al seu màxim aprofitament i com un dels nostres valors diferencials, recomanem\* realitzar els nostres tallers formatius convinant aquests tres formats:



**Aula virtual:** ocupa el 70% temps del curs, és asincron, flexible i al teu ritme (accedeix quan vulguis 24 hs./7 dies a la setmana) i conta amb l'assistència del formador per dubtes i qüestions.



**Aula telepresencial:** ocupa el 15% del temps, sincron i a temps real amb el formador. Permet les dinàmiques grupals i interactuar molt més amb el formador, i caldrà establir uns horaris definits.



**Coaching personalitzat:** ocupa el 15% del temps, son sessions intensives i personalitzades de perfeccionament d'una o varies competències per a directius, tècnics i/o treballadors per separat si s'escau. Els continguts, durada i freqüència es determinen a raó dels objectius específics del/s assistents en cada cas.

\* Si es prefereix, les formacions poden realitzar-se 100% en aula virtual (asincron i al teu ritme) o 100% en aula telepresencial (tots alhora i en temps real).

# El nostre campus virtual



# campus *isotonia*



Tenim la nostra pròpia  
plataforma d'e-learning

# Tallers formatius



A més del que veureu a continuació  
oferim altres cursos, els personalitzem  
a raó de les necessitats. **PREGUNTA'NS!**



# Genera oceans blaus per mitjà d'un model de negoci innovador

En la cerca d'un espai de mercat no explorat

A partir del plantejament estratègic formulat per W. Chan Kim en el seu best-seller "La estrategia del océano azul", en aquest curs aprendrem la manera de fer que la competència es torni irrellevant, ampliant els límits del mercat i la demanda d'acord a les motivacions i necessitats reals dels clients. Innovació disruptiva en la generació de models de negoci, maximitzant la percepció de valor i reduint la variable del cost a la mínima expressió.

A diferència dels oceans vermells, que representen la majoria de les indústries en l'actualitat, aprendrem a no lluitar amb la competència per la porció d'un mercat cada vegada més minvat, ni optarem per una estratègia de baix cost. Per contra, definirem oceans blaus, espais de mercat desconeguts, no utilitzats o explotats fins al moment i que ens brindaran moltes oportunitats de diferenciació i creixement rendible.

## Principals objectius del curs

- Esbrinar com deixar de costat a la competència, ampliant els límits del mercat per mitjà de la innovació
- Aprendre com ser exitosos amb les nostres propostes empresarials amb 'L'art de la guerra' de Sun Tzu com a clar referent, que ens insta a vèncer evitant a tota costa l'enfrontament directe, i amb precedents tan il·lustratius com el Circ del Sol, Nintendo Wii o Pixar
- Descobrir com plantejar un terreny de joc sense límits marcats, sense competidors, sense un tamany establert, en base a la nostra oferta i manera d'operar

## Principals aprenentatges

- Copsar els fonaments de l'Estratègia de l'Oceà Blau i esbrinar de manera molt pràctica i vivencial com replicar-la en el nostre negoci
- Inspirar-nos en casos d'èxit com IKEA, el vi Yellow Tail, les aerolínies de baix cost i altres per implementar la teoria bàsica aplicada
- Treballar en el redisseny de la nostra pròpia proposta mitjançant l'ús de les eines més determinants: la matriu ERIC, el llenç estratègic, el mapa PEC, etc.

Model de monetització

ESTRATÈGIA I RECURSOS

Duració

2 jornades

10 hores

**Bonificable**





# Les tendències de consum com a font d'inspiració

## Caçadors de tendències: seguint la pista de l'oferta guanyadora

Activitat imprescindible per al personal de l'àrea d'innovació, desenvolupament de producte i/o negoci que necessita esbrinar i organitzar amb rigor les dades i les oportunitats latents del seu mercat actual i/o potencial. Hem de conèixer les tendències de consum imperants com inestimable garantia per a justificar la generació d'estratègies guanyadores i al mateix temps com a important font d'inspiració a l'estadi d'ideació.

Què voldrà el nostre actual client? Què li agradaria que li oferíssim al nostre no-client? Què fa la competència per solucionar aquestes necessitats latents? i quines són les tendències de consum que estan marcant el pas en la conjuntura actual? Una introducció al món de les tendències i les seves tècniques inherents, sota un plantejament pràctic i de format innovador.

### Principals objectius del curs

- Aprendre què són les tendències de consum, com ens afecten i com podem capitalitzar en benefici de la nostra empresa
- Conèixer les fonts d'informació i mètodes que existeixen per fer recerca de tendències adequat a les nostres necessitats
- Entendre el context actual per comprendre la nova configuració del mercat i les tendències de consum en relació a les diferents tipologies de segments
- Aprendre a identificar noves oportunitats de negoci inspirades en les tendències de consum imperants, alhora a emprar aquestes tendències com a justificació de les nostres propostes
- Utilitzar les tendències de consum com a eina d'innovació per generar noves propostes de productes i serveis

### Principals aprenentatges

- Determinar les tendències de consum imperants i la seva relació amb els perfils d'usuaris i arquetips de client
- Micro, macro i mega-tendències i com modifiquen el nostre dia a dia i la manera en què les empreses desenvolupen la seva oferta
- Com les tendències socials i de consum afecten la nostra activitat empresarial de manera silenciosa, i com articular-les com a eina per a la innovació
- Eines i llenços per millorar les nostres propostes en base a un corrent evolutiu de consum concret: Empathy mindmapping, Consumer trend canvas, etc.

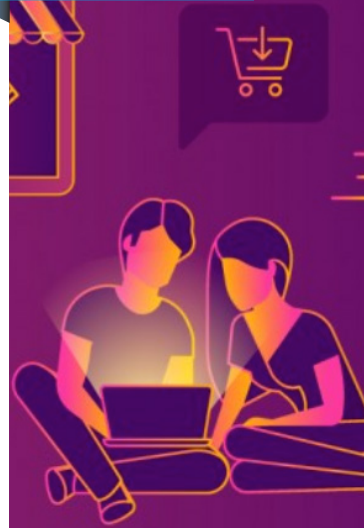
Xarxa de  
col·laboradors

ESTRATÈGIA  
I RECURSOS

**Duració**

2 jornades  
10 hores

**Bonificable**





## Com innovar mitjançant el *networking*

Generar oportunitats de negoci per mitjà de la innovació oberta

La nostra manera de relacionar-nos, de comunicar-nos i de gestionar la innovació en les empreses està canviant. Més del 80% dels projectes, col·laboracions, acords i propostes es mouen i cobreixen per la xarxa de contactes. Per tant, el fet treballar estratègicament aquesta xarxa de contactes professional amb totes les armes disponibles pot generar noves i interessants oportunitats de negoci per a la nostra empresa.

En aquesta sessió coneixerem el mètode i les eines necessàries per posar en marxa la nostra 'innovació oberta' i desenvoluparem les habilitats bàsiques per fer *networking* i potenciar aquesta via d'innovació col·laborativa.

### Principals objectius del curs

- Conèixer la filosofia, fases i variables del *networking* professional
- Comprendre la importància de treballar estratègicament i de manera innovadora la xarxa de contactes per generar noves oportunitats de negoci
- Aprendre a captar de manera creativa l'atenció d'un potencial col·laborador en menys d'un minut
- Aprendre a utilitzar una comunicació persuasiva per generar xarxa i sinèrgies
- Conèixer les eines i plataformes més efectives per aconseguir els nostres objectius

### Principals aprenentatges

- Implementar les habilitats necessàries per fer *networking* professional
- Conèixer la metodologia bàsica per treballar-lo de manera autònoma
- Saber crear un discurs curt i guanyador
- Potenciar les habilitats comunicatives del *networking*

Xarxa de  
col·laboradors

ESTRATÈGIA  
I RECURSOS

**Duració**

2 jornades  
10 hores

**Bonificable**





# 4

## Gamestorming: eines essencials per fer fluir la creativitat

Tècniques amb les que impulsar el procés d'ideació basades en la co-creació

Conèixer i saber utilitzar les eines bàsiques necessàries per a ser creatiu és la millor forma d'aconseguir ser-ho. En aquest curs pràctic aprendrem eines definitives per divergir i convergir en la generació d'ideació, i liderar i sistematitzar el procés creatiu a la nostra empresa generant valor centrat en l'usuari.

Potenciarem el *team-building* i la co-creació alhora que ens dotarem de les habilitats per dur a terme processos d'ideació col·laborativa de manera autònoma i per mitjà de inspiradores dinàmiques.

### Principals objectius del curs

- Introducció als diferents estadis de la creativitat per a la seva capitalització de manera innovadora: Obertura (divergent), Exploració (emergent) i Tancament (convergent)
- Aprofundir sobre les bases de la creativitat
- Disposar d'un major coneixement de les principals tècniques per generar idees creatives
- Aprendre eines pràctiques de creativitat d'ús divers

### Principals aprenentatges

- Tècniques reputades per a la generació d'idees: des de les més clàssiques com el *brainstorming* a altres més innovadores i d'última generació per pensar diferent
- Valorar com i quan aplicar la creativitat en l'àmbit laboral
- Optar a la creativitat i la ideació de forma autònoma i enfocada

Estructura  
organitzativa

ESTRATÈGIA  
I RECURSOS

Duració  
2 jornades  
10 hores

**Bonificable**





# 5

## Creació d'equips d'alt rendiment i com gestionar-los

### Unitats autònomes de treball per optimitzar els processos

Actualment el treball en les organitzacions s'estructura cada vegada més en projectes i en equips multidisciplinaris, ja que els desafiaments sorgits són més complexos i requereixen de diferents punts de vista i de solucions innovadores per poder seguir endavant.

Per aconseguir la màxima efectivitat i rendiment de mà dels nostres equips s'han d'incorporar una sèrie d'elements i habilitats correctament distribuïts per poder conduir-los de manera eficient.

En aquest curs coneixerem les idees clau per a la crear el nostre propi equip innovador d'alt rendiment, i tots els requeriments per poder fer-ho amb garanties.

#### Principals objectius del curs

- Construcció de l'equip innovador d'alt rendiment: aprendre a determinar quin tipus de perfils l'han de compondre, i com distribuir els rols i tasques
- Descobrir les claus de l'èxit: eines i habilitats necessàries per aconseguir la cohesió de l'equip
- Determinar la figura del líder innovador i definir les funcions que haurà de desenvolupar
- Definir com s'haurà de motivar i retenir el talent que forma a l'equip d'alt rendiment
- Precisar les mètriques per conèixer l'impacte dels equips d'alt rendiment: monitorització dels resultats i pla de millora

#### Principals aprenentatges

- Integració d'equips innovadors d'alt rendiment en la gestió diària de l'empresa
- Mesura de l'impacte que genera aquest tipus d'estructura organitzativa
- El talent i la capacitat de retenció, motivació i resiliència per convertir tot això en valor afegit per a l'empresa

Estructura organitzativa

ESTRATÈGIA I RECURSOS

Duració

1/2 jornada

5 hores

**Bonificable**



# 6

## Comunicació efectiva per a l'apoderament col·lectiu

### Potenciant el treball en equip i la coordinació col·laborativa

La comunicació cada vegada flueix més en entorns digitals i a raó d'això es perden molts matisos que milloren la seva efectivitat, sobretot quan parlem d'optar i gestionar la innovació i la creativitat. Els estudis avalen que una comunicació cara a cara és més efectiva que un correu electrònic en un 34%, imaginem això aplicat a tot un procés d'ideació.

Així doncs, en l'organització és cada cop més necessari fomentar espais i moments per a l'acostament, per generar una bona sintonia que permetrà als interlocutors millorar aspectes importants de la seva feina i amb això el rendiment i resultats de tota la companyia.

En aquest curs aprendrem de manera pràctica i vivencial innovadores tècniques per millorar la comunicació interpersonal aplicada a l'empresa.

#### Principals objectius del curs

- Descobrir com augmentar la connexió i l'empatia entre els diferents membres de l'empresa
- Fomentar l'impuls de noves formes de comunicació
- Conèixer com dissenyar i promoure espais de conversa
- Aprendre a generar hàbits de comunicació saludables per millorar la gestió de les emocions i evitar tensions innecessàries
- Obtenir tècniques de comunicació que incentivin noves iniciatives col·laboratives per potenciar al màxim la creativitat i la innovació a l'empresa

#### Principals aprenentatges

- Crear vincles emocionals amb i entre la plantilla per evitar situacions complexes de resolure
- Fomentar l'escolta activa per millorar les pràctiques a l'empresa i guanyar en eficiència i productivitat
- Millorar les relacions personals, el compromís dels treballadors i el clima laboral de l'empresa en conjunt

Estructura  
organitzativa

ESTRATÈGIA  
I RECURSOS

Duració

1/2 jornada  
5 hores

**Bonificable**





## Metodologia 'canvas': un llenç per a cada situació

Del Business Model canvas al Lean canvas passant pel llenç de proposta de valor...

Amb el Business Model Canvas d'Alexander Osterwalder com a abanderat, els *canvas* o llenços han esdevingut suports visuals i eines de treball indispensables en els darrers anys, per la seva visual i versàtil fórmula d'estudiar i mostrar els aspectes clau del tot tipus de negoci, i tot allò que en fa referència –competència, segments objectiu, proposta de valor, etc.–.

De llenços n'hi ha molts, per a diferents objectius i destinataris, d'aquí a que per a aquesta formació us proposarem fer una selecció prèvia per treballar d'acord a les vostres necessitats, i pensada per tancar el cercle virtuós Estratègia/Operativa/Mercat.

### Principals objectius del curs

- Aprendre, de manera totalment pràctica i aplicada a emprar la acurada selecció de llenços i eines proposats ad hoc als projectes dels participants
- Esbrinar com mantenir/generar uns models de negoci competitiu i guanyadors gràcies a la *metodologia 'canvas'*
- Esdevenint autònoms a l'hora d'implementar tant diferencials tècniques, eines i metodologia

### Principals aprenentatges

- Iniciar-nos en l'ús d'eines àgils, a la metodologia lean, molt més actuals que els mètodes tradicionals de desenvolupament de plans de negoci
- Aprendre a visualitzar de manera transversal totes les activitats afins a la nostra cadena de valor, i de quina manera incidir en la millora de cadascuna
- Identificar i desenvolupar productes i serveis que encaixin perfectament amb un mercat acotat per una tipologia de clients concreta i d'acord a la nostra activitat

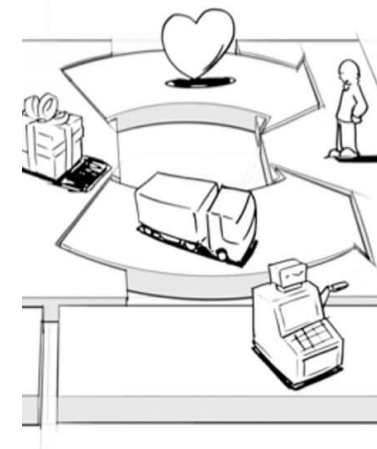
Processos

ESTRATÈGIA  
I RECURSOS

Duració

2 jornades  
10 hores

**Bonificable**





# Lean startup i Agile: reduint la incertesa a l'hora d'innovar i emprendre

## Descobrint, validant i madurant projectes ràpida i cost-efectivament

Emprendre (o intraemprendre) no és un procés senzill, però com en tota activitat relacionada amb la innovació, si tenim mètode aconseguirem minimitzar els riscos i augmentar les nostres possibilitats d'èxit tot adaptant-nos i responent ràpidament al canvi. I això passa per co-crear amb l'usuari (Agile) i validar amb ell la nostra proposta (Lean) des de bon principi. Inspirat en el sistema productiu de Toyota i dut a l'àmbit de la generació de negoci, i amb molta interrelació amb el Design Thinking, el Lean startup ha esdevingut un mètode imprescindible per a la exitosa gestió de projectes.

En aquest curs aprendrem pas per pas el procés d'emprendre de manera efectiva, vàlid tant per startups com per empreses consolidades, aconseguint reduir els nivells d'incertesa i la inversió en temps, equip i diners de manera molt significativa.

### Principals objectius del curs

- Aprendre i acostumar-nos a treballar amb l'usuari / client com a aliat i referència, i a la definició d'arquetips d'usuari
- Descobrir com abordar les activitats de validació d'hipòtesis d'acord amb el que coneixem com a 'el treball del client'
- Conèixer com trobar l'encaix 'problema-solució' i posteriorment el de 'producte-mercat'
- Acostar-nos a la pràctica del desenvolupament iteratiu: construcció de prototips MVP (producte mínim viable) per mitjà dels quals completar el cicle 'Construir-Mesurar-Aprendre'.

### Principals aprenentatges

- Capitalitzar les virtuts de Lean startup i Agile de manera autònoma
- Posar en pràctica aquestes metodologies de manera enfocada al vostre projecte
- Ser capaços d'instaurar les pràctiques Lean i Agile en l'ADN de l'empresa

Processos

ESTRATÈGIA  
I RECURSOS

Duració

2 jornades  
10 hores

**Bonificable**





# Design Thinking: com crear productes i serveis innovadors

Dissenyar o reforçar l'avantatge competitiu mitjançant el pensament de disseny

Vivim en la societat de l'excés, on l'oferta supera amb escreix la demanda. Destacar-nos de la competència per mitjà del valor afegit i la diferenciació resulta imprescindible per a la nostra perpetuació en el temps d'una manera sostenible.

Per mitjà d'aquesta càpsula enfocada descobrirem com revisar i innovar el nostre model d'empresa gràcies al Design Thinking, metodologia àgil i centrada en el client que ha revolucionat el management des de la seva aparició, i que ens ensenya a convertir problemes i desitjos latents en noves oportunitats de negoci.

## Principals objectius del curs

- Fer reflexió estratègica dels reptes d'empresa que ens portin a la innovació en el model de negoci
- Aprendre a analitzar tendències i detectar insights, i veure com relacionar-los amb la nostra proposta de valor
- Descobrir les diferents fases del procés de Design Thinking i com articular-los
- Conèixer diferents tècniques i eines d'ideació i conceptualització
- Obtenir solucions per a la generació de negoci amb un enfocament molt específic en l'usuari, minimitzant el risc i maximitzant l'èxit de les nostres propostes

## Principals aprenentatges

- Capitalitzar les virtuts del Design Thinking de manera autònoma
- Posar en pràctica aquesta metodologia de manera enfocada al vostre projecte
- Ser capaços d'arribar a propostes de negoci desitjables per a l'usuari, rendibles per a l'empresa i tecnològicament viables

Producte  
/ Servei

PROPOSTA

Duració

2 jornades

14 hores

**Bonificable**





## Jugaad: desenvolupant productes partint de restriccions

La innovació frugal o *jugaad*, nascuda a l'Índia per impactar arreu

Les exigències del context fan que haguem d'innovar però que alhora ho fem cost-efectivament i amb les màximes garanties de cara a mercat, feina no pas fàcil sobretot per a les petites empreses, que en moltes ocasions parteixen de restriccions que els impedeixen assumir cert tipus de riscos.

El concepte *Jugaad*, provinent de l'hindi i que significa 'fes-ho el millor possible amb els recursos disponibles' serà el protagonista d'aquest taller. Partint de la mínima expressió (lo essencial) com a producte o servei esperat, evitant sobre costos innecessaris i amb la limitació del preu que està disposat a pagar el client com a objectiu, desafiarem el poder de la innovació inversa o innovació frugal, acostant-nos al màxim al concepte *low-cost* i a la filosofia de l'Estratègia de l'oceà blau, en el que les variables de (-) cost i (+) valor percebut conflueixen per solucionar una problemàtica o desig concrets trencant les regles del joc establertes.

### Principals objectius del curs

- Aprendre a desenvolupar productes contemplant la frugalitat de recursos, la flexibilitat metodològica i de processos i la col·laboració.
- Conceptualitzar productes i serveis atractius de manera responsable i sostenible d'acord amb els recursos del planeta i la seva gestió / explotació.
- Conèixer casos d'èxit com els del Tata Nano, Southwest Airlines, IKEA i molts d'altres amb els inspirar-nos

### Principals aprenentatges

- Innovar de manera eficient, fer més amb menys: reduir la inversió en innovació, els temps de desenvolupament i la incertesa dels llançaments, i aprendre a capitalitzar les virtuts de la *Jugaad* de manera autònoma.
- Posar la creativitat i l'ingeni al nostre servei tot emprant les metodologies àgils i la cultura del prototipat.
- Resoldre problemes reals d'acord a l'orientació al client i a les seves necessitats reals i evitant les solucions sobredimensionades.

Producte  
/ Servei

PROPOSTA

Duració

2 jornades

14 hores

**Bonificable**





# Visual thinking i mapes mentals

L'art de la comunicació gràfica

La percepció visual i el pensament actuen en paral·lel i el cervell fa esquemes per estructurar el coneixement i així crear models mentals útils per ser recordats. Actualment un mar d'impulsos informatius ens 'influxa' a cada segon, i el 90% d'aquests impulsos que aconseguen arribar al cervell són de caràcter visual, conclouent que els éssers humans recordem molt més el que veiem que no el que llegim.

En aquest curs 'aprendrem a desaprendre', per tal de recuperar la capacitat innata de discernir, organitzar la informació i comunicar-nos gràficament de manera efectiva i creativa, generant un gran impacte en l'audiència.

## Principals objectius del curs

- Introduir-nos i aprendre de manera pràctica i aplicada l'essència i conceptes del visual thinking i els mapes mentals: diferències, virtuts i reptes associats
- Aprendre a organitzar, sintetitzar, jerarquitzar i valoritzar al màxim la informació d'un projecte amb mapes mentals
- Esbrinar com podem comunicar-nos de manera efectiva mitjançant aquest 'nou' llenguatge i treure'n el màxim partit en el nostre dia a dia en funció de l'audiència

## Principals aprenentatges

- Fomentar la creativitat, presentar idees, visualitzar problemes i possibles solucions, millorar la presa de decisions, co-crear, comunicar-nos efectivament
- Aplicacions pràctiques: on i com aplicar el pensament visual i els mapes mentals i perquè: introducció amb cas pràctic enfocat
- Tècniques: sketchnoting-aprenent a sintetitzar idees a través d'esquemes, diagrames i formes simples
- Estimular mitjançant el dibuix: figures bàsiques, diccionari i dicció visual
- 'Imaginant': com traduir idees en imatges

Plataforma

PROPOSTA

Duració

2 jornades

10 hores

**Bonificable**



# Service design doing: el disseny de serveis dut a la pràctica

Eines i recursos per millorar l'experiència de client

Cada vegada més, com a clients, cerquem l'experiència d'usuari o consumidor en aspectes que s'allunyen del producte principal, ja sigui en la qualitat del servei o en l'atenció rebuda, en el sentit de pertinença a una marca i als seus valors i/o atribucions o en formar part d'una comunitat.

En aquest curs aplicat aprendrem a desenvolupar un sentit empàtic mirant de l'empresa cap a fora, cap als clients, i des de l'òptica de lo intangible, tal i com percebem els serveis, per aconseguir esdevenir autònoms en la conceptualització i disseny de serveis i experiències de consum memorables.

## Principals objectius del curs

- Aprendre a definir a l'usuari objectiu: fitxes d'arquetip, mapes d'empatia, descobriments i insights, etc.
- Conèixer les virtuts de la co-creació empàtica i co-desenvolupament amb l'usuari.
- Descobrir els punts vitals d'acord amb el que coneixem com a 'el treball del client' per mitjà d'eines com el mapa d'experiència o el mapa del viatge del client i els touchpoints
- Service blueprinting: conèixer com trobar l'encaix 'problema-solució' del client a raó de la missió i visió de la nostra empresa. Ideació.
- Prototipat, testatge i iteració: construcció de prototips i completar el cicle 'Construir-Mesurar-Aprendre' fins aconseguir la proposta de valor òptima.

## Principals aprenentatges

- Capitalitzar les virtuts del Service design de manera autònoma
- Inspirar-nos en coneguts casos d'èxit com els d'Starbucks, Hospital de St. Joan de Déu o Airbnb entre molts d'altres.
- Posar en pràctica aquestes metodologies de manera enfocada al vostre projecte
- Ser capaços d'instaurar les pràctiques de Service design en l'ADN de l'empresa.

Suport  
(servei)

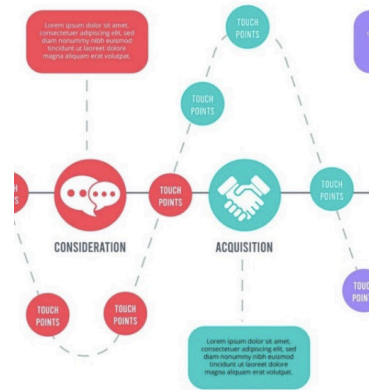
EXPERIÈNCIA

Duració

2 jornades

14 hores

**Bonificable**





# El (nou) consumidor és 3.0, com a complir amb les seves expectatives

Motivacions i desitjos de mil·lennials, centennials, i canvis d'hàbits en general

Saber com són i què esperen de nosaltres les noves generacions (*millennials, centennials, etc.*) –i les no tan noves però amb renovats hàbits de consum–, resultarà crucial per adaptar la nostra empresa al context canviant i per adequar la nostra proposta de valor.

Hem de conèixer molt bé les seves inquietuds i exigències vers al mercat, aprendre com emprar l'empatia per definir un discurs encertat i amb el qual se sentin identificats. En aquest efervescent curs descobrirem què caracteritza el nou consumidor 3.0 i quines expectatives hem de generar-li per guanyar-nos la seva admiració i fidelitat.

## Principals objectius del curs

- Descobrir l'evolució del consumidor en general: canvis d'hàbits, necessitats i motivacions
- Aprendre les tècniques *online* i *offline* amb què abordar aquesta nova tipologia de consumidor per no deixar-lo indiferent
- Aprendre a identificar noves oportunitats de negoci inspirades en els nous hàbits i tendències de consum imperants d'acord a cada consumidor
- Utilitzar les noves tecnologies com a eina d'innovació per generar noves propostes de productes i serveis pels canals més adequats

## Principals aprenentatges

- Aprendre a dibuixar teu client objectiu: què és un arquetip de client 3.0 i quines expectatives hem de generar
- (Re)definir els rols empresa-consumidor i les noves tendències de consum imperants (economia col·laborativa, *influencers*, '*prosumers*', etc.)
- Com l'evolució dels segments i els hàbits de consum afecten la nostra activitat empresarial de manera silenciosa, i com articular-ho a manera d'eina per a la innovació

Canals

EXPERIÈNCIA

Duració

2 jornades

10 hores

**Bonificable**



## Pecha Kucha pitch: assajant els punts més rellevants del teu discurs

Una tècnica súper creativa per assentar amb vitalitat el teu *pitch*

La persona emprenedora, l'intra-emprenedor o qualsevol que hagi de vendre les seves idees i plantejaments ha de tenir molt clars certs punts de la definició del seu discurs per tal de poder-les comunicar amb creativitat, convicció i seguretat. I Pecha Kucha és una metodologia molt característica de presentació de projectes i idees nascuda al Japó, que ens permet desenvolupar un discurs molt visual, i súper clar i concís.

En aquest curs aprendrem a dominar aquesta disruptiva fórmula 20x20 (20 diapositives / 20 segons per diapositiva) per garantir que despertem el màxim interès cap a les nostres idees, sigui quina sigui l'audiència. Afirmem el nostre discurs i desenvoluparem una comunicació destacable i guanyadora.

### Principals objectius del curs

- Descobrir què és Pecha Kucha, d'on ve i perquè ens ha de servir
- Introducció metodològica a aquesta explosiva i original fórmula de presentació d'idees, propostes i projectes
- Aprendre a determinar les idees clau del nostre projecte i a condensar tant en nombre com en extensió expositiva
- Esmolar les nostres habilitats a l'hora de presentar, independentment de l'audiència (inversor, client, proveïdor, partner, etc.)

### Principals aprenentatges

- Com determinar els continguts del nostre pitch. Què cal explicar (i que no)
- Què és un bon discurs o ponència i què no ho és
- El que fa que una posada en escena destaquí o no: Tu ¿comuniques, o sedueixes?
- Part pràctica:
  - a) desenvolupament individual del Pecha Kucha d'un projecte personal
  - b) co-creació i retro-feedback abans de l'exposició,
  - c) exposicions individuals
  - d) votacions i retroalimentació

Marca

EXPERIÈNCIA

Duració

2 jornades

10 hores

**Bonificable**



# Tècniques de venda creatives: preparació i entrenament

Enfronta't al repte de vendre de manera innovadora

En l'actualitat, en un entorn altament competitiu el nou comprador té més informació que mai amb el que la venda tradicional ja no funciona amb aquest nou comprador. Ja no val improvisar, hem d'estar preparats per enfrontar-nos als nous reptes de vendre. Desenvolupar una estratègia innovadora i cridanera i 'fer els deures' amb antelació resultarà imprescindible per capitalitzar el cara a cara amb el client de manera personalitzada, creativa i diferencial.

En aquesta formació, prepararem i entrenarem la venda amb l'objectiu de crear el nostre discurs, millorant el què direm i el com ho direm.

## Principals objectius del curs

- Capacitar la força comercial per innovar amb les tècniques, amb l'ús d'eines i en la generació de discurs
- Potenciar habilitats comercials creatives amb les que destacar
- Aprendre com incrementar la capacitat de persuasió de cara a client
- Conèixer com transmetre credibilitat en el procés de venda
- Millorar allò què diem i com ho diem en aquest procés

## Principals aprenentatges

- Guanyar autoconfiança per afrontar el procés de venda amb seguretat
- Saber preparar el 'kit' d'eines necessari per a una venda creativa
- Converteix més clients potencials en clients reals
- Ser més creatiu en la interacció comunicativa amb el client

Marca

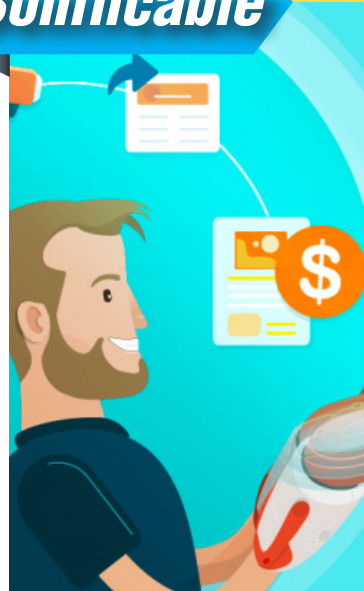
EXPERIÈNCIA

Duració

2 jornades

10 hores

**Bonificable**



## Com innovar en l'experiència de client

De l'estudi del 'mapa del viatge del client' al disseny d'una experiència holística i memorable

El mercat compta amb excés d'oferta i dels mediocres i vulgars no en parla ningú... Hem d'emprar tota eina i estratègia innovadora per sobresortir de la multitud, i no podem permetre'ns fallar en cap de les activitats del nostre negoci, des de la captació inicial a la recomanació a d'altres futurs clients.

En aquest curs aprendrem a analitzar la nostra activitat al detall per detectar punts de millora, i veurem multitud d'exemples que il·lustren com generar experiències inoblidables que van del màrqueting sensorial, a la generació d'interacció al punt de venda, accions i campanyes de personalització fidelització, viralització, màrqueting i comunicació de guerrilla, etc.

### Principals objectius del curs

- Estudiar els punts clau mitjançant l'eina del 'mapa del viatge del client': detecció de problemes i/o desitjos latents en tota aquella fita en la que client i empresa entren en contacte
- Inspirar en el disseny d'accions de millora en l'experiència de consum del nostre client d'una manera transversal i holística
- Aprendre a com haurem d'adaptar aquestes accions als nostres processos, canals i operativa en general

### Principals aprenentatges

- Esdevenir autònoms en l'anàlisi i captació d'oportunitats de millora, i en la generació d'interacció i experiències memorables
- Saber com hem de personalitzar i diferenciar-nos de la competència potenciant al màxim els nostres equips de comunicació, màrqueting, I+D+i i desenvolupament de producte, etc.
- Generar atracció i crear un vincle o relació real i durador entre client i empresa

Vincle amb el client

EXPERIÈNCIA

Duració

2 jornades

10 hores

**Bonificable**



# Sobre nosaltres



# Sobre nosaltres



Sóm un equip multidisciplinari,  
amb experiència internacional  
en l'àmbit públic i privat.

Creem, gestionem i liderem projectes  
d'innovació.

Un equip efervescent que fem de la  
innovació una forma de fer i de pensar.



Acreditacions



Business Coach del H2020 SME  
Instrument

# L'equip d'Isotònia



**Anna Ferrer**

Brand & experience maker



**Xavier Olivares**

Director & mindshaker

Dissenyadora gràfica (Escola Superior de Disseny Elisava).

Diplomada en Eines d'edició digital (Barcelona Centre de Disseny).

Fundadora i directora de Time2play.

Àmplia experiència com a gestora de projectes i implantació d'estratègies de gestió i optimització de processos.

Assessorament en branding i comunicació a petites i mitjanes empreses en canals on-off line.

Formadora i coordinadora de continguts en l'ús de les eines digitals i informàtiques en l'àmbit del disseny.

Enginyer en disseny industrial (Elisava / UPF). Màster en administració d'empreses (EADA).

Màster Online Blockchain & Negocio (Founderz + Binance).

Especialització en Innovation through Design Thinking (ESADE).

Àmplia experiència com a assessor i formador d'empreses, ens públics i projectes emprenedors. Implantació d'estratègies de gestió i sistematització de la innovació i transformació organitzacional.

Docent, coordinador i mentor de reputades escoles de negocis i disseny: UOC, EAE / OBS, l'Euncet UPC, IQS, IED, Shifta Elisava, etc.

Assessor acreditat en Gestió de la innovació, Noves iniciatives disruptives i Corporate venturing per ACCIÓ; Business Coach H2020 SME Instrument (UE).



## Acreditacions



Business Coach del H2020 SME Instrument

# Una representació dels nostres clients



## Àmbit privat

Roca

52  
fiveSkill  
SOLUTIONS

APROTECNIC  
Group

inèdit

CALMA  
HOUSE

MONSERRAT  
ALMAZAN Gran selecció

ESCOGE

MASTERTEC

descoberta

Col·legi  
de Censors Jurats  
de Catalunya  
= EL CÒL·L361

e  
EDITEC  
EDICIONES

GARCIA FAURA  
ARQUITECTURA  
EN ALUMINI, INOX  
FERRO I VIDRE

NOVOLUX  
LIGHTING

Anticimex®

PLATANOMELÓN

INDO

Romero Polo

## Àmbit públic

Barcelona  
Activa

Ajuntament de  
Barcelona

OLIVELLA  
AJUNTAMENT

AJUNTAMENT DE  
VILADECANS

Diputació  
Barcelona

Diputació Tarragona

COL·LEGI OFICIAL  
INFERMERES I INFERMERS  
BARCELONA  
PEDIÀTRICA

FUNDACIÓ  
EMPRESA  
I CIÈNCIA

Sijón | impulsa

INNOVSTURIAS

## Àmbit formatiu

UNIVERSITY  
everis

crea  
innova  
INSTITUTE

SHIFTA

OBS Business  
School

EAE Business  
School

IED

Euncet  
Business  
School



Caminem junts cap a  
la innovació efervescent.

Suma't a l'imperatiu, fem  
de la innovació una nova  
forma de ser i de pensar.

## CONTACTE

---

✉ [innova@isotonia.cat](mailto:innova@isotonia.cat)

☎ +34 607 731 920

🖥 [www.isotonia.cat](http://www.isotonia.cat)

