

# ¿Qué es LEGO® SERIOUS PLAY®?

LEGO® SERIOUS PLAY® es un workshop facilitado donde los participantes responden a tareas mediante la creación de modelos simbólicos y metafóricos, presentándose al resto de los integrantes para obtener una visión común.

# ¿Para qué utilizar éste método?

“En media hora de juego podremos descubrir mejor a una persona  
que en un año de conversación”

Platón

# ¿Cómo utilizarlo?

El facilitador  
plantea el desafío

Los participantes  
arman sus  
respuestas con  
bloques LEGO®

Los resultados son  
compartidos y  
enriquecidos

Los modelos  
armados incluyen  
los aportes

# Formatos

## Participantes

- Mínimo: 2
- Óptimo: 6 a 10
- Máximo: a definir  
(hasta 100 personas)



## Duración

- 3 horas
- 6 horas
- Jornada Completa
- Dos Jornadas

# ¿Dónde utilizarlo?

## Recursos y Capital Humano

- Reclutamiento
- Selección
- Detección de Perfiles
- Liderazgo
- Gestión del cambio



## Organización e Innovación

- Definición organizacional (comercial, operativa, servicios)
- Desarrollo de partners, productos y servicios



## Experiencia de Clientes y Empleados

- Focus groups
- Análisis de potencialidades
- Encuestas de clima



## Estrategia

- Blue ocean strategy
- Real time strategy
- Evaluación de escenarios

# Algunos ejemplos

# Taller de liderazgo

## Objetivo

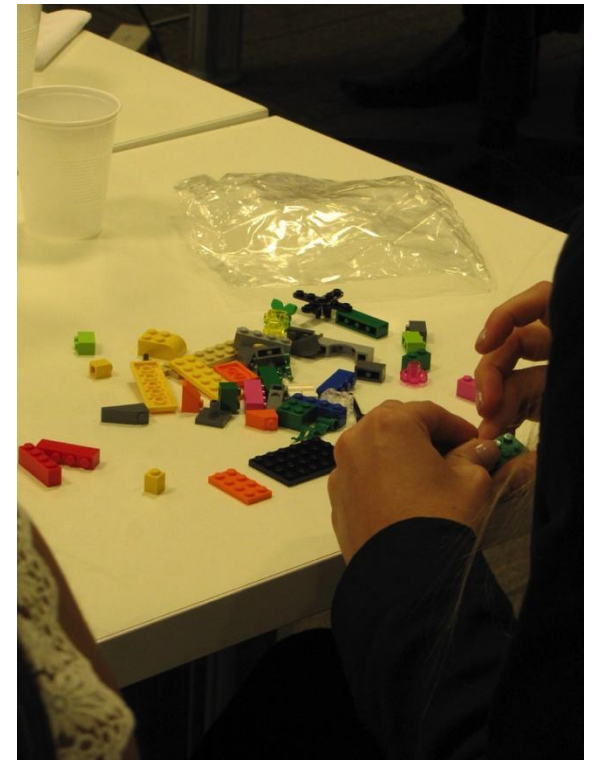
Descubrir los componentes deseables a desarrollar o mantener como líder.

## Identidad Central

Que elementos tiene que contener un equipo para trabajar en forma armónica?

Qué puede uno aportar al mismo?

Si no existe, cómo agregar ese elemento en un equipo?



# Taller de gestión del cambio

## Objetivo

Identificación de situación actual, futuro esperado y gaps.

Evaluación de escenarios de acción. Definición y análisis de sinergias.

## Identidad central

Qué conclusiones podemos tomar de las oportunidades en conjunto?

Cómo podemos definir las sinergias que observamos en dichas oportunidades?

Que hace falta para que esas sinergias cobren vida?

Como escribimos frases que nos recuerden el modelo de sinergias?





# Taller de definición comercial

## Objetivo

Reconocer las características actuales de su función que son relevantes en la organización.  
Identificar los elementos que los prospectos y clientes requieren a la hora de avanzar en una propuesta comercial.

## Identidad Externa

Qué ven los prospectos / clientes acerca de tus tareas y entregables?  
Qué comentarios hacen respecto de la proximidad proveedor/cliente?  
En qué categoría de proveedores los incluyen? Indispensables, necesarios, de corto plazo, innovadores, tradicionales, sólidos, fluctuantes?



# Taller de estructura de partners

## Objetivo

Elaborar los conceptos correspondientes de la estructura de Partners.  
Identificar los puntos clave de la estrategia comercial que potencian la actividad de los colaboradores y terceros.

## Identidad central

Cómo demuestro mi capacidad de tejer una red de contactos?

Qué testimonios puede utilizar?

Cuáles son los conceptos que se repiten en la mesa? (nota en post-its)



# Taller de estrategia

## Objetivo

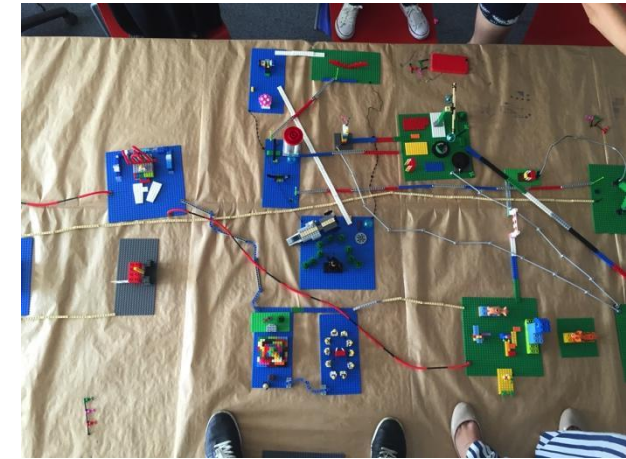
Conceptualización y modelización de escenarios para la toma de decisiones estratégicas. Incorporación de emergentes clave. Secuencias de la estrategia del océano azul.

## Identidad central

Utilidad para los compradores: existe utilidad excepcional para los compradores?

Precio: El precio es accesible para la masa de compradores?

Costo: se puede acceder a un costo objetivo incluyendo la utilidad como parte del precio estratégico?



# Juega. Aprende. Mejora.

**Rodrigo Borgia**

Fundador & CEO

[rodrigo@gamificagroup.com](mailto:rodrigo@gamificagroup.com)

Tel: +0054 341 4818539

España 1734 - 2000 – Rosario - Argentina



GAMIFICA