

BIENVENIDOS A LA SESIÓN 3

Tiempo estimado de la sesión 90´

Construcción de un discurso común

Generación de narrativas para humanizar

Agenda de la sesión 3

Durac.	Materia	Explicación	Distr.	Materiales especiales
0:05	Introducción a la sesión	<ul style="list-style-type: none"> - Recibimiento. - Objetivos de la sesión: promover la implicación de diferentes actores de interés en el hospital - Presentación de dinámica y ejercicios de la sesión. - Actitud de la sesión 	Todos	
0:10	Antecedentes	- ¿Que aprendimos de la sesión anterior?	Todos	
0:10 Opcional	Ice break		Todos	
0:25	Mapa de retos	¿Por qué quiere nuestro Servicio incorporar este plan? ¿Qué nos lo impide?	Grupos de 2-3 personas	Plantilla mapa de retos (Formato A0)
0:20	Construcción de narrativas	Hacemos un storytelling en base a los retos detectados	Grupos de 2-3 personas	Plantilla storytelling/elevator pitch (Formato A0)
0:15	Elevator pitch	Cada grupo presenta su discurso y se dan feedback entre ellos. Después preguntamos cómo explicarían el ejercicio a sus equipos	Grupos de 2-3 personas	
0:05	Elección del discurso común	Con los elevator pitch de cada equipo generamos un solo discurso común construido sobre las ideas de todos los demás.	Todos	
0:10	Puesta en común y conclusiones de la sesión		Todos	

Objetivos de la sesión

1. Entender y consensuar las motivaciones del equipo referentes a la humanización.
2. Visualizar los beneficios que puede aportar este proyecto a nuestro Servicio.
3. Construir un discurso común, convincente y apropiado a la realidad del servicio.

Generamos la actitud

La sesión de hoy ha sido diseñada con el fin de poner en práctica una forma de trabajo que maximice nuestra creatividad y la participación de todos los asistentes.

¿Que necesitamos para llevar a cabo con éxito la sesión?

Trabajo en equipo, foco en la reunión y, por supuesto, recordar los principios del brainstorming:



experimentar
iterar



empatía



confianza
creativa



cultura
colaborativa



cómodos en la
incertidumbre



aprender
fallando



optimismo

¿Conectamos?

¿Estamos preparados? ¿Conectados y con la actitud necesaria para llevar a cabo la sesión de manera provechosa? Vamos a trabajar una dinámica de ice-breaking que nos ayude a conectar como equipo.

“Inventa un deporte:

Nos ponemos en círculo. Empieza una persona inventándose un deporte (levantamiento de señales de tráfico, piragüismo sobre pelotas de goma, fútbols, etc) y en el momento tiene 30 segundos para explicar las reglas del deporte. Cuando acabe pasamos a la siguiente persona.”

En esta página podemos encontrar otros ejemplos: <http://toolbox.hyperisland.com/>



10'

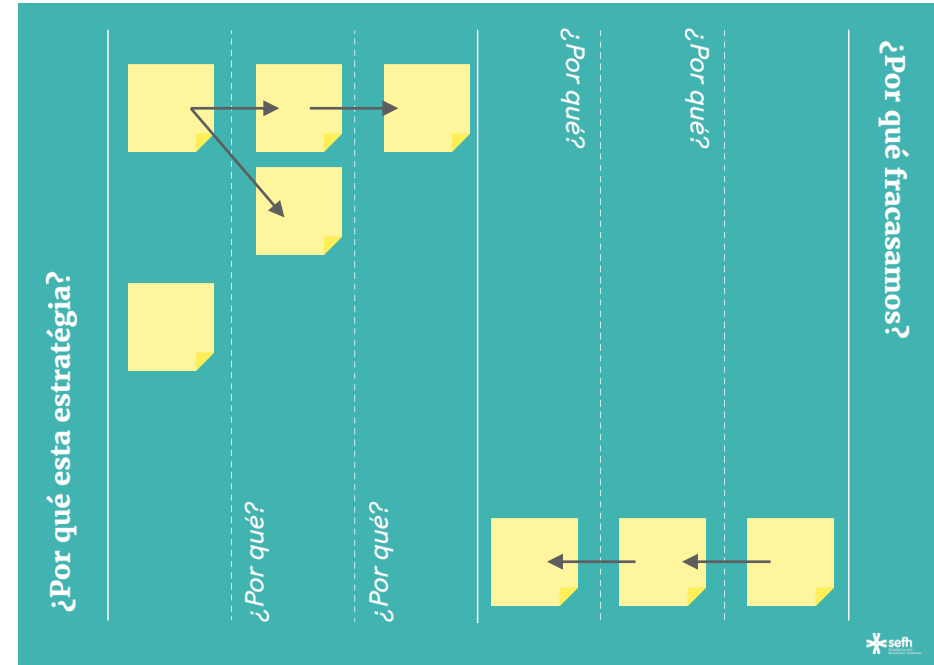


Mapa de retos

Antes de empezar a promover la estrategia, debemos tener muy claro qué es lo que queremos conseguir. Para ello se proponen 2 grandes preguntas:

- ¿Por qué quiere nuestro Servicio incorporar esta estrategia?
- ¿Por qué hemos fracasado? (premortem)

Tratamos de descubrir qué hay detrás de cada propuesta preguntándonos “por qué” varias veces.



¿Por qué quiere nuestro servicio incorporar esta estrategia?

Tratamos de descubrir qué hay detrás de cada propuesta volviéndonos a preguntar “por qué” tantas veces como sea necesario.

Se trata de llegar a la raíz de cada uno de los retos. Por ejemplo:

¿Por qué tardamos tanto en atender al paciente? Porque estamos muy ocupadas. Siempre hay gente esperando

¿Por qué siempre hay gente esperando?

Porque se concentra la asistencia en horas punta

¿y por qué viene todo el mundo a la vez? Porque nuestros horarios son poco flexibles



15'



¿Por qué esta estrategia?

¿Por qué?

¿Por qué?

¿Por qué hemos fracasado? (premortem)

En este caso tratamos de ponernos en la situación de que hemos desarrollado toda la estrategia y desgraciadamente... no ha funcionado.

Es el momento entonces de preguntarnos qué ha pasado y, como antes, tratamos de descubrir qué hay detrás de cada propuesta volviéndonos a preguntar “por qué”, varias veces.

Todo esto debe servirnos para anticipar posibles contingencias o argumentaciones y anticipar soluciones o respuestas.



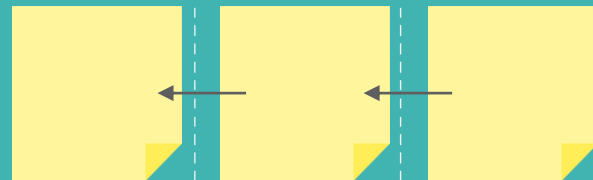
10'



¿Por qué?

¿Por qué?

¿Por qué fracasamos?



ES EL MOMENTO DE

convertir los retos...

...en nuestro discurso

¿Por qué esta estrategia?

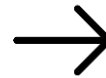
¿Por qué?

¿Por qué?

¿Por qué?

¿Por qué fracasamos?

sefh



Situaci3n de Partida		Los recursos Recursos con los que contamos para poner en marcha este plan.	ELEVATOR PITCH
Los heroes Qui3n son los protagonistas de la historia?	El desaf3o El problema o desaf3o que debe ser resuelto para poder avanzar en el proyecto.		
La Aventura			
El arma secreta La gran ventaja o diferencial.	Los aliados Qui3n son los colaboradores que ayudan a superar el desaf3o.		
La magia Los conocimientos y habilidades especiales que se poseen.	Situaci3n Final	La recompensa Qu3 se consigue al superar el desaf3o y completar la historia.	
	Los objetivos Qu3 se quiere conseguir y c3mo se pretende conseguirlo.		

Storytelling

sefh

Storytelling

o el arte de contar una historia

“La gente olvidará lo que dijiste, la gente olvidará lo que hiciste, pero la gente nunca olvidará cómo la hiciste sentir” – Maya Angelou.

Para ejecutar nuestro proyecto hemos de ser capaces de involucrar a las personas necesarias. Para ello es necesario construir un relato común identificando cada una de las partes.

Nuestro objetivo es condensar nuestro relato en un mensaje que llame la atención de alguien en pocos minutos con ideas claras, concisas y sintéticas.



Storytelling

o el arte de contar una historia

Para realizar este ejercicio imaginamos que estamos llegando al comedor del hospital, y en la cola para pedir el menú nos toca al lado de uno de los directores. Tenemos el tiempo que dura la cola para convencerle para que apoye nuestro proyecto.

Para articular el discurso primero rellenamos cada una de las casillas de la plantilla y por último construimos ese discurso

Situación de Partida		Los recursos Propios con los que contamos para poner en marcha este plan.	ELEVATOR PITCH
Los heroes Quién son los implicados, la audiencia de nuestra historia.	El desafío El problema a resolver, por que es necesario poner en marcha este plan.		
La Aventura			
El arma secreta La guía SEFH y su planteamiento.	Los canales Cómo vamos a comunicarnos con nuestra audiencia y cuál será el tono de nuestro discurso.		
La magia Las herramientas y soluciones contenidas en la guía.	Situación Final		
	Los objetivos Iniciales, alcanzables y medibles que planteamos al equipo.	La recompensa Que ofrecemos diferencial a nuestros pacientes, al hospital a la sociedad.	

Storytelling



20'



Elevator pitch

Ponemos en práctica el discurso que hemos construido para empezar a entender nuestros fallos e iterarlo de cara a futuras presentaciones.

Tras la presentación, reflexionamos sobre el ejercicio realizado y posibles formas de mejorar/facilitar la construcción de este discurso.

¿Qué hemos hecho? ¿Qué problemas hemos tenido? ¿Qué necesitaríamos para hacerlo en nuestros Servicios? ¿Y sobre la implementación?



15'



Votamos el elevator pitch

Si disponemos de tiempo suficiente podemos generar un solo discurso común construido sobre las ideas de todos los demás.



5'



Puesta en común y conclusiones



¡Buen trabajo!

Próxima parada

Formar equipo