

Li — Tw — lg — Yt —



# SÁBADO - 02DICIEMBRE2023

"DISSENY I ACCIÓ: ESTRATEGIA I COMUNICACIÓ VISUAL PER A IMPULSAR LES ASSOCIACIONS"

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

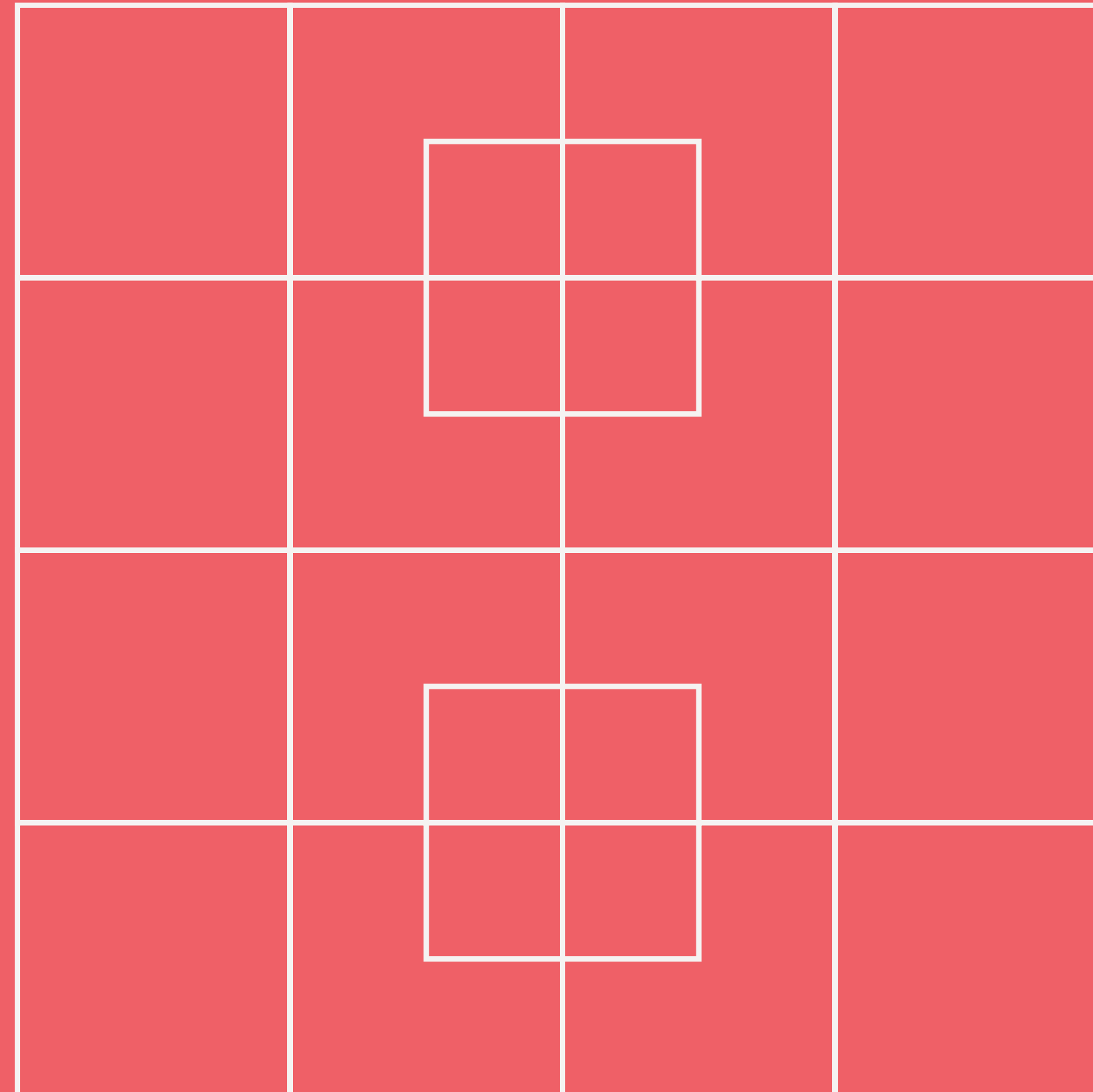


[rafaelarmero.com](http://rafaelarmero.com)

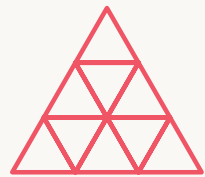


**Ostrich Pillow,  
El invento para dormir la siesta  
en la oficina ya está aquí...**

<https://www.youtube.com/watch?v=LmpeURi3cJY&feature=youtu.be>



**METAPENSAMIENTO CREATIVO**



# RAFAEL ARMERO

**Coach Creativo,  
Modelador y Facilitador  
en Design Thinking.**

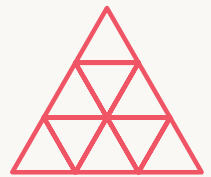
\ Desarrollo Profesional \  
\ Transformación Personal \  
\ Crecimiento Empresarial \  
-----  
\ Innovación Humana \  
-----

> CREATIVIDAD EMOCIONAL  
> INTELIGENCIA RELACIONAL  
> COMUNICACIÓN SISTÉMICA

Ahora, dime...

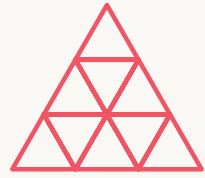
**¿CÓMO QUIERES  
HACER ESTE VIAJE?**

Elige tu propia aventura.



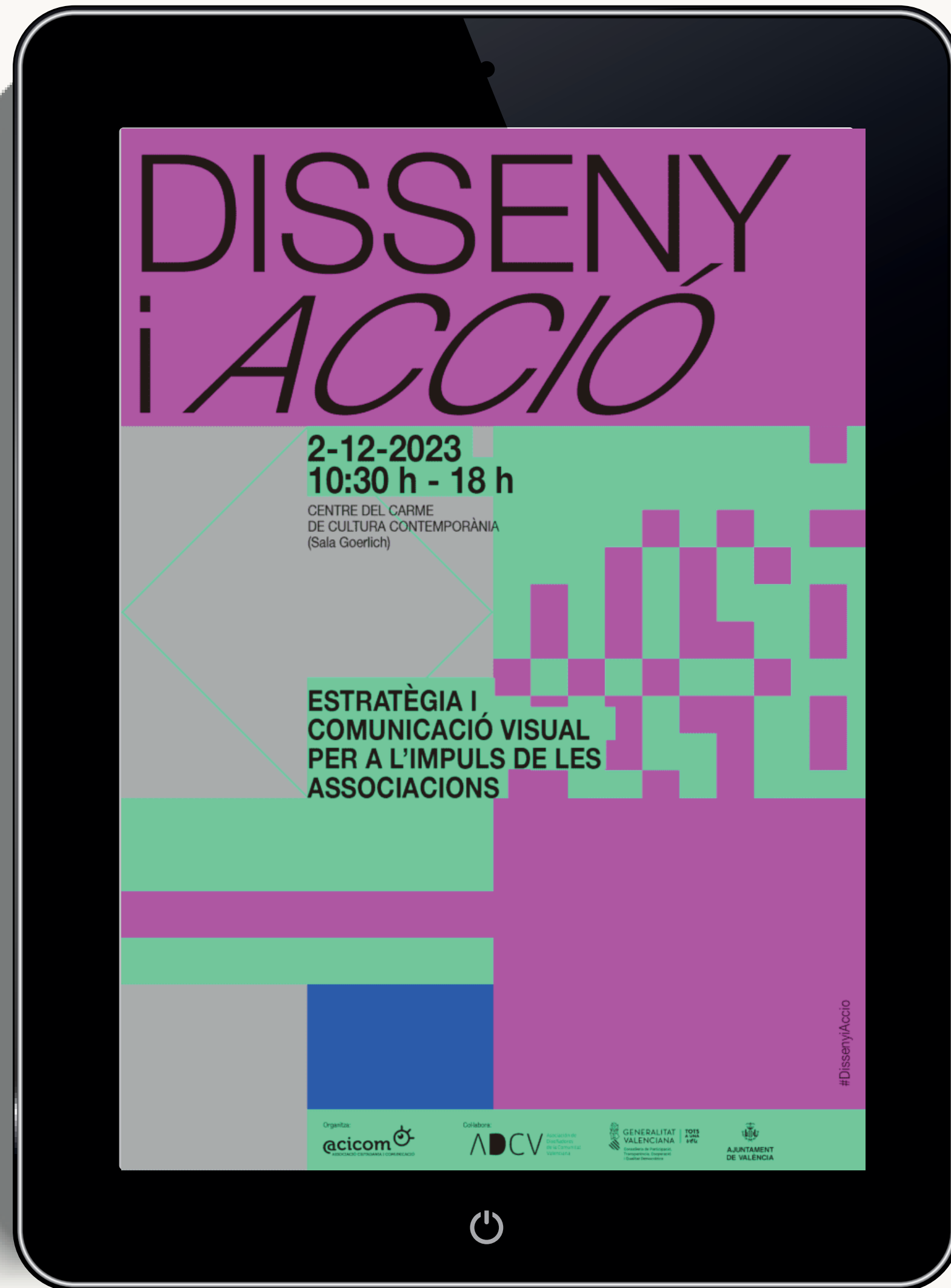
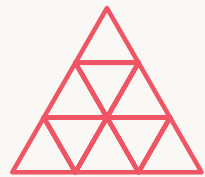
# GUIÓN... COACHING CREATIVO "DE DISEÑO" PARA LA COMUNICACIÓN GENERATIVA.

- 00 /// INTRO /// Activación.
- 01 /// META /// ¿Dónde quiero ir?
- 02 /// REALIDAD /// ¿Qué estoy haciendo?
- 03 /// OPORTUNIDADES /// ¿Qué más puedo hacer?
- 04 /// ACCIÓN /// COMUNICAR /// ¿Ahora qué?
- 05 /// FEEDBACK /// Validar y conclusiones.
- 06 /// Despedida y cierre.



# 10 METAS





# IMPORTANCIA DEL PENSAMIENTO CREATIVO Y DE DISEÑO APLICADO A LA COMUNICACIÓN

Para empezar...

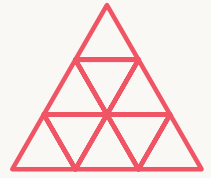
¿Dónde estás?

¿Dónde quieres ir?

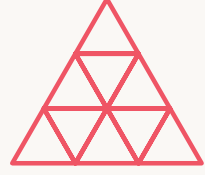
¿Qué quieres para este viaje?

¿Para qué lo quieres hacer?





# 20 REALIDAD

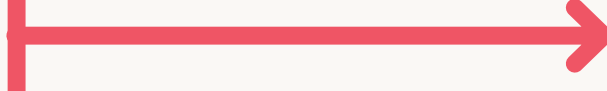


# PENSAMIENTO BÁSICO PARA SOLUCIONAR UN PROBLEMA O NECESIDADES

Sigue los siguientes pasos, explorando y atendiendo a todas las conexiones creativas que te surjan durante el proceso.

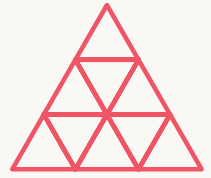
## 01. FORMULA UNA NECESIDAD EN RELACIÓN A COMUNICAR

Recopila todas aquellas ideas que te surjan a la hora de pensar en un problema y descríbelo de la forma más detallada posible.



## 02. FORMULA UNA SOLUCIÓN PARA ESTA NECESIDAD

Anota todas las conexiones que te surjan, en términos de soluciones, al problema formulado en la columna anterior. Valora e identifica qué solución es la más adecuada y descríbela de la manera más detallada posible.

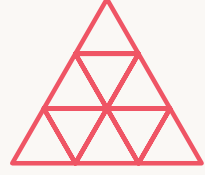


# 3 Opciones

Última hora...

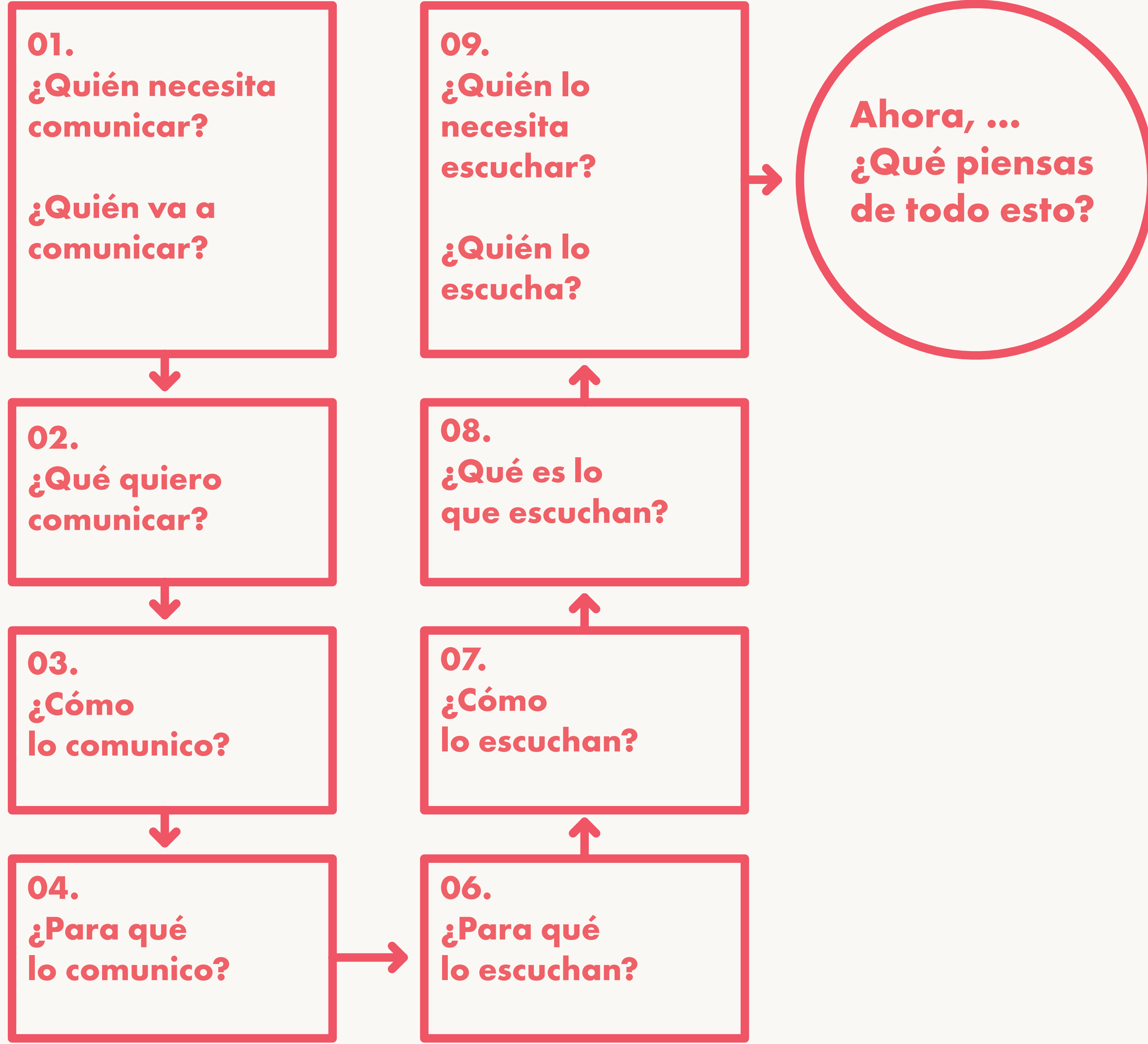
**“EXPERIMENTALISTA”**

LA IMPORTANCIA DE CONTAR CON UNA MENTALIDAD CREATIVA



# PENSAMIENTO CREATIVO PARA SOLUCIONAR UN PROBLEMA

Sigue los siguientes pasos, explorando y atendiendo a todas las conexiones creativas que te surjan durante el proceso.



Y qué más...

**¿ENTRAMOS EN MÁS DETALLE?**

Elige tu propia aventura.

# MAPA DE COMUNICACIÓN DE MARCA COLECTIVO vs USUARIOS

Analizar el recorrido de la marca en función del usuario.

**DIMENSIÓN Y ALCANCE DE LA IDENTIDAD**

IMAGEN FUNCIONAL			IMAGEN PERCIBIDA			IMAGEN INTENCIONAL		
ACTIVOS	RECURSOS	EXPERIENCIAS	CONOCIMIENTOS	CREENCIAS	SENTIMIENTOS	VALORES	VISIÓN	PERSONALIDAD

¿Qué recorrido tiene tu identidad de colectivo?  
¿CUALES

--	--	--	--	--	--	--	--	--

**SENTIMIENTOS EMOCIONES**

--	--	--	--	--	--	--	--	--

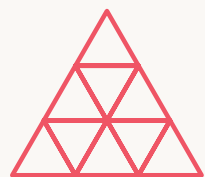
**Muy satisfactorio**

+	+	+	+	+	+	+	+	+
---	---	---	---	---	---	---	---	---

=

**Nada satisfactorio**

-	-	-	-	-	-	-	-	-
---	---	---	---	---	---	---	---	---





# MAPA DE COMUNICACIÓN DE MARCA COLECTIVO vs USUARIOS

USUARIO

¿A quién me dirijo?  
¿Cómo es?  
¿Qué necesita?

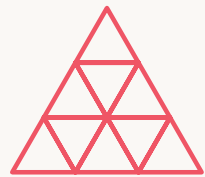
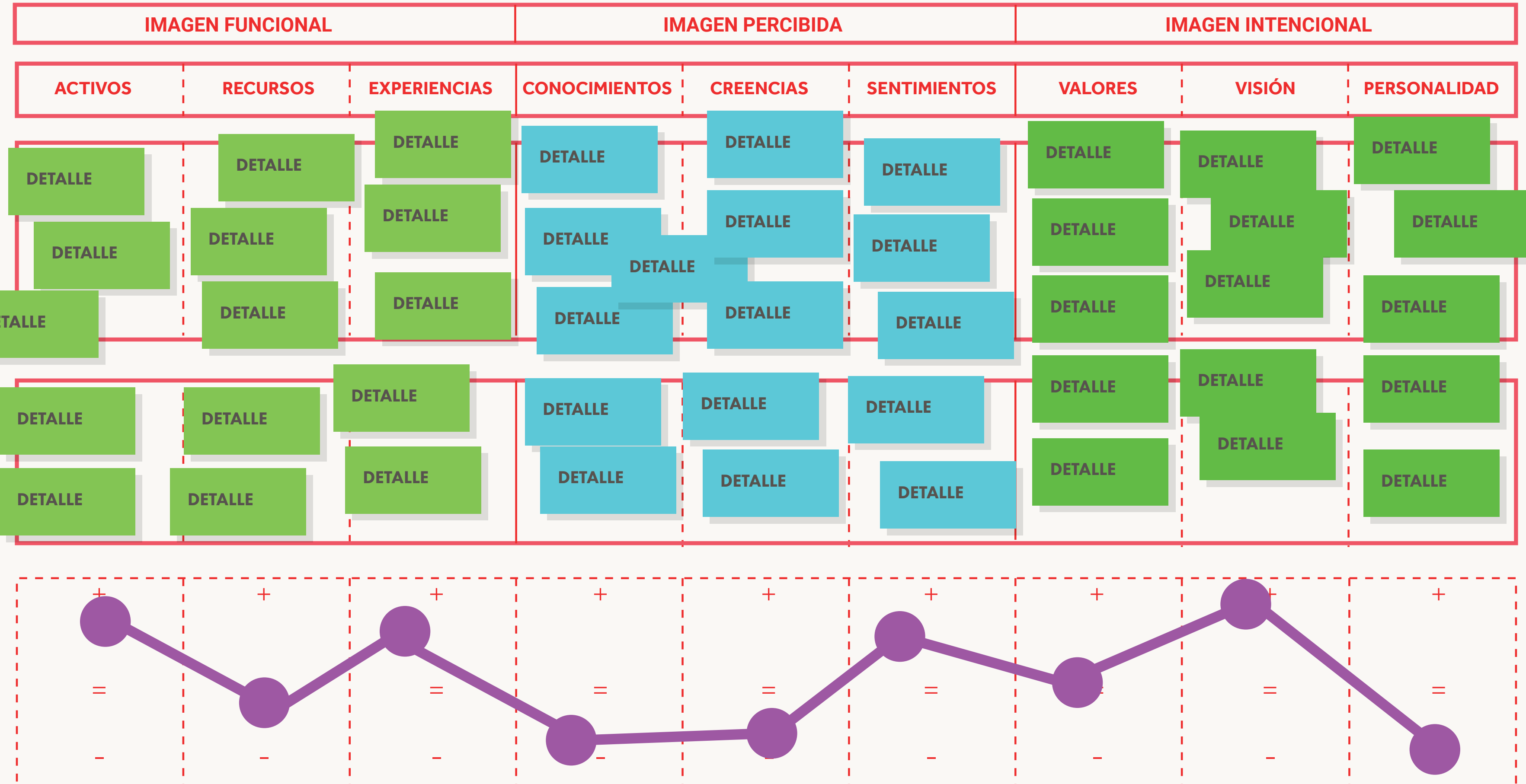
DIMENSIÓN Y ALCANCE DE LA IDENTIDAD

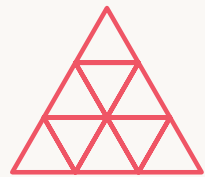
¿Qué recorrido tiene tu identidad de colectivo?  
¿CUALES

SENTIMIENTOS EMOCIONES

Muy satisfactorio

Nada satisfactorio



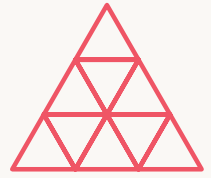


**MAPA DE COMUNICACIÓN DE MARCA COLECTIVO vs USUARIOS**

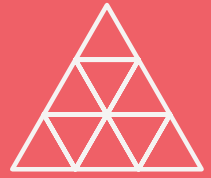
Analizar el recorrido de la marca en función del usuario.

DIMENSIÓN Y ALCANCE DE LA IDENTIDAD	IMAGEN FUNCIONAL			IMAGEN PERCIBIDA			IMAGEN INTENCIONAL		
	ACTIVOS	RECURSOS	EXPERIENCIAS	CONOCIMIENTOS	CREENCIAS	SENTIMIENTOS	VALORES	VISIÓN	PERSONALIDAD
¿Qué recorrido tiene tu identidad de colectivo? ¿CUALES									
SENTIMIENTOS EMOCIONES									
Muy satisfactorio	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	=	=	=	=	=	=	=	=	=
Nada satisfactorio	-	-	-	-	-	-	-	-	-

# MANOS A LA REFLEXIÓN

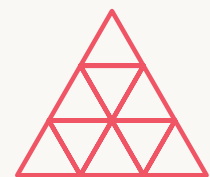


# 40 ACCIÓN



**¿AHORA QUÉ?**

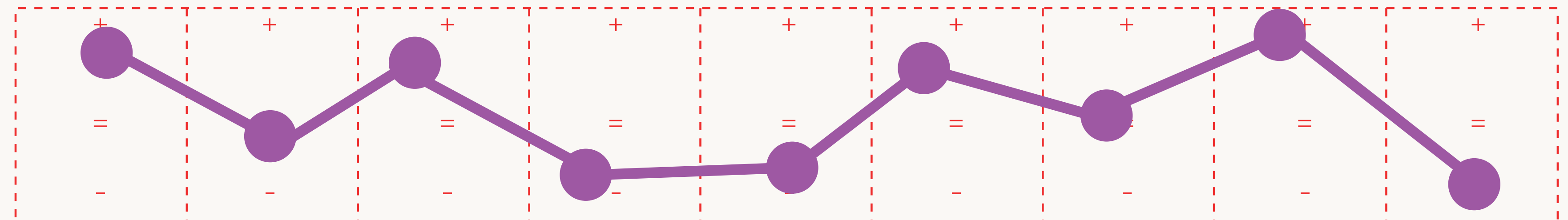
**COMUNICAR**



**DIMENSIÓN Y ALCANCE DE LA IDENTIDAD**

	IMAGEN FUNCIONAL			IMAGEN PERCIBIDA			IMAGEN INTENCIONAL		
	ACTIVOS	RECURSOS	EXPERIENCIAS	CONOCIMIENTOS	CREENCIAS	SENTIMIENTOS	VALORES	VISIÓN	PERSONALIDAD
¿Qué recorrido tiene tu identidad de colectivo? ¿CUALES	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE
	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE
	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE
SENTIMIENTOS EMOCIONES	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE
	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE

Muy satisfactorio



Nada satisfactorio

**PUNTOS CLAVE DE LA MARCA**

¿Qué nos diferencia?

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**BARRERAS**

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

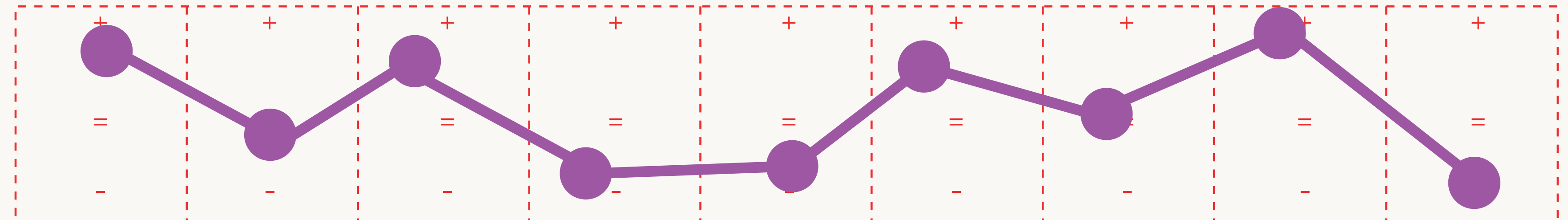
**OPORTUNIDADES**

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

**DIMENSIÓN Y ALCANCE DE LA IDENTIDAD**

	IMAGEN FUNCIONAL			IMAGEN PERCIBIDA			IMAGEN INTENCIONAL		
	ACTIVOS	RECURSOS	EXPERIENCIAS	CONOCIMIENTOS	CREENCIAS	SENTIMIENTOS	VALORES	VISIÓN	PERSONALIDAD
¿Qué recorrido tiene tu identidad de colectivo? ¿CUALES	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE
	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE
	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE
SENTIMIENTOS EMOCIONES	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE
	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE	DETALLE

**Muy satisfactorio**



**Nada satisfactorio**

**PUNTOS CLAVE DE LA MARCA**

¿Qué nos diferencia?

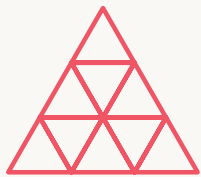
	DETALLE	DETALLE			DETALLE	DETALLE		
--	---------	---------	--	--	---------	---------	--	--

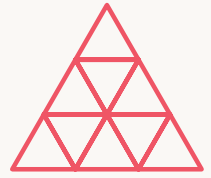
**BARRERAS**

	DETALLE				DETALLE	DETALLE		
--	---------	--	--	--	---------	---------	--	--

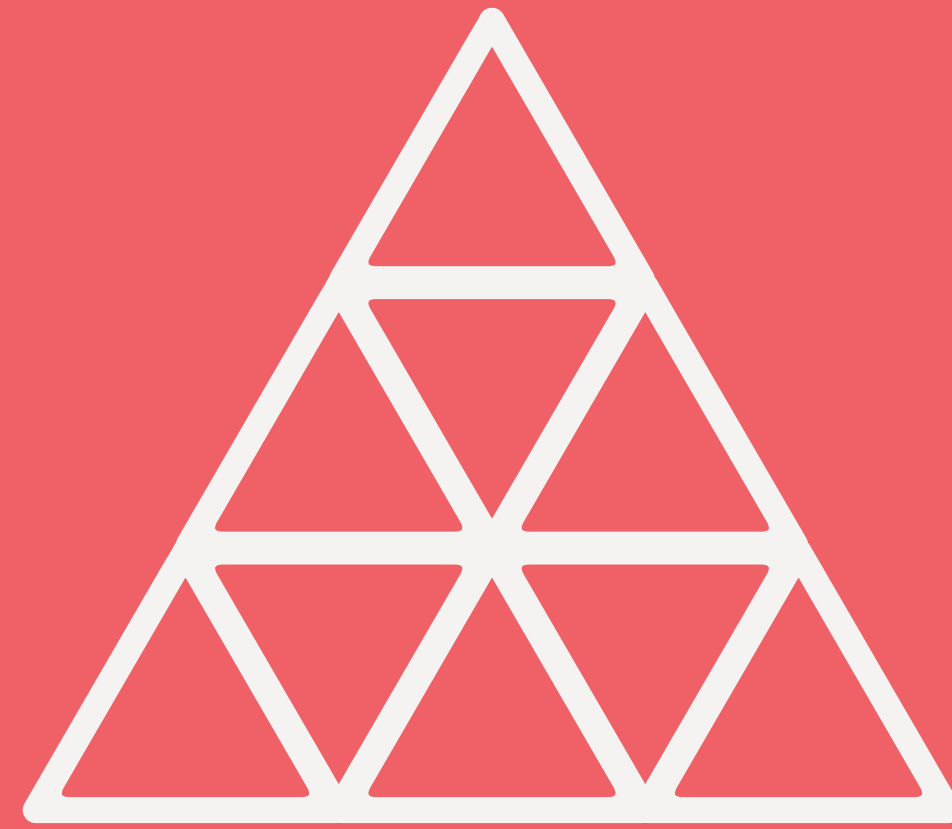
**OPORTUNIDADES**

	DETALLE				DETALLE	DETALLE		
--	---------	--	--	--	---------	---------	--	--





# 50 FEEDBACK



**¿QUÉ HE APRENDIDO?**

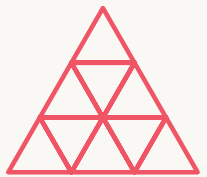
**¿QUÉ ES ÚTIL?**

**¿QUÉ VAS A UTILIZAR?**

**¿QUE CAMBIARÍAS?**

**¿QUÉ AÑADIRÍAS?**





**AHORA  
PIENSA**



**¿QUÉ PASOS VAS A DAR,  
A PARTIR DE AHORA?**



<https://rafaelarmero.com/armero-acicom-plantilla/>

**Gracias!**

ARMERO

CREATIVIDAD EMOCIONAL  
E INNOVACIÓN PERSONAL

[rafaelarmero.com](http://rafaelarmero.com)