

5.0

Comentarios (2)

Enrique De Mora Pérez

Madrid, España
Conferencista | Capacitador

País de residencia: España

Nacionalidad: España

Idiomas: Español, Francés, Inglés, Portugués

Áreas de conocimiento

Estrategia empresarial, Comunicación, Trabajo en equipo, Gestión de conflictos / Negociación, Gestión de emociones, Liderazgo y Motivación, Estrategia empresarial, Estrategia, Cambio organizacional.

Descripción del perfil

Soy barcelonés. Vivo en Madrid y viajo continuamente. Soy conferenciante, escritor y consultor en Management. Me apasiona el mundo de la empresa y el de las relaciones humanas, ambos intrínsecamente relacionados. Tengo la satisfacción de dedicarme a lo que me gusta y de poner mis ideas y conocimientos al servicio de las organizaciones y de las personas para que consigan alcanzar sus propósitos. Disfruto haciéndolo e intento que los demás disfruten también. Soy un firme convencido de que las empresas ganadoras crean personas ganadoras. Y viceversa. Llevo a cabo cuatro actividades básicas que se retroalimentan entre sí: - Libros. - Conferencias sobre Management y Desarrollo Personal. - Consultoría a grandes empresas y pymes. - Formación a directivos. Dicho de otro modo, lo que aprendo trabajando con organizaciones y directivos, lo cuento, a mi manera, en conferencias y libros.

Conferencias, Cursos o Talleres

Seduce y Venderás

De 1 Hora a 2 Horas

¿Cómo enamorar a tus clientes? Cualquier empresa, para crecer y consolidarse, debe ser capaz de seducir y enamorar a sus clientes potenciales. Para conseguirlo, debe diferenciarse y transmitir emociones a través de sus marcas, productos o servicios. Basándose en un divertido paralelismo con el enamoramiento humano, recorrido sobre las etapas de seducción al cliente que debe cumplir toda marca que se precie. A dúo con Sara Villegas, co-autora del libro “seduce y venderás”. [Basada en el libro “Seduce y Venderás” (Empresa Activa, 2017)] El libro es una apasionada historia de amor que tiene su réplica en el mundo del marketing y las ventas. Un paralelismo entre la seducción de las personas y de los clientes. Seduce y venderás tiene como punto de partida una historia de amor como base para reflexionar sobre el mundo del marketing y las ventas. La historia de la relación que se establece entre los protagonistas será la guía que permita a los autores exponer las estrategias de seducción que debe desarrollar una empresa ante sus posibles clientes. De esta manera, a lo largo de sus páginas el lector irá saltando rigurosamente de una relación amorosa a una posible relación entre una empresa y su cliente potencial, ya que ambas tienen un denominador común. Se trata de las emociones como herramientas de seducción, ya que en las decisiones de compra y en la fidelidad a un producto o una marca, el cerebro genera los mismos neurotransmisores, hormonas y componentes químicos que cuando nos enamoramos. Mitad narrativa, mitad ensayo, los autores, Enrique de Mora y Sara Villegas utilizan la fuerza de los sentimientos que se ponen en marcha en las relaciones pasionales para contarnos por qué el amor humano y el amor empresarial se parecen tanto. Con gran sentido del humor apelan a la atracción sexual para transmitir la importancia de tener en cuenta los conceptos de marketing clásicos, así como los más actualizados, en una historia que engancha desde el primer momento. Tanto el libro como la conferencia van dirigidos especialmente a emprendedores, vendedores, profesionales del marketing y directivos en general, con una historia que puede disfrutar cualquier lector inteligente, y

que se convertirá en el manual definitivo para enamorar a clientes y consumidores.

En busca de la felicidad

De 1 Hora a 2 Horas

¿Qué es la felicidad? ¿Qué hay que hacer para alcanzarla? Son preguntas que cualquier persona se hace cada cierto tiempo. La vida es como una partida de ajedrez. Va moviendo ficha y cada uno de nosotros tiene, necesariamente, que mover ficha también. Unas veces ganamos, otras veces perdemos. Nuestro gran reto es disfrutar de lo bueno y aprender de lo malo, intentando tener siempre la felicidad en el horizonte. En eso consiste, probablemente, gobernar nuestra vida. Reflexiones sobre todo ello, incluyendo el cómo influye la biología en la felicidad, cómo se relaciona esta con las emociones y qué nos hace felices. [Basada en el libro “¿Quién teme al

lobo feliz?” (Rasche, 2016)]

¿Trabajar disfrutando o disfrutar trabajando? (o cómo funnypopizar una organización)

De 1 Hora a 2 Horas

Reflexión sobre gestión de organizaciones y personas, analizando el clima y el espíritu que debe imperar en el ambiente laboral y en las relaciones profesionales. Asumiendo que las organizaciones están integradas por personas y al servicio de las personas, la conferencia incide en la importancia de disfrutar en el trabajo. Algo aparentemente tan difícil como trabajar y disfrutar simultáneamente permite a las personas y las organizaciones conseguir mejores resultados y crecer más y mejor. [Basada en el libro “Funny-Pop” (Empresa Activa, 2008)] Muchos empleados de muchas empresas están desmotivados Todos depresivos, mustios… No se sienten a gusto en su trabajo. ¡Trabajan en el infierno (laboral)!! ¿Os habéis encontrado gente así? ¿Qué les decís? ¿Qué les diríais? Al encontrarme gente así siempre me he preguntado cómo lo aguantan: ¿Por qué sigues? ¡Haz algo! ¡Cambia! (tu actitud o de empresa) A menudo, su desmotivación tiene que ver con su jefe. Ser un mal jefe es mucho más sencillo que ser uno bueno. Jefe tóxico: prepotente, no escucha, no delega, se cuelga medallas, le falta credibilidad…. Hay diferentes grados. Un mal jefe es un directivo que ocupa un puesto que no le corresponde (principio de Peter): ha sido promocionado basándose en competencias técnicas y conocimientos del puesto y no en competencias de liderazgo y gestión de equipos / Un buen jefe logra tener un equipo motivado y cohesionado que se esfuerza por conseguir los resultado marcados y contribuir al negocio, y un mal jefe no / La inseguridad suele desencadenar la mayoría de comportamientos de los malos jefes / ¿Cómo se debe tratar a un jefe tóxico?: los sufridores deben poner la situación en conocimiento de la dirección (cabe esperar que el jefe del mal jefe sea un buen jefe y se pongan en marcha planes de desarrollo para mejorar el desempeño) / uno sólo cambia cuando siente que es urgente y necesario, y sólo puede ser eficaz cuando se ha producido una situación

potencialmente traumática que ha logrado provocar en la persona ese nivel de necesidad.

Del peor jefe del mundo al líder ideal: claves de liderazgo y motivación

De 1 Hora a 2 Horas

Según algunos estudios, un gran líder multiplica por tres el compromiso de sus empleados, y con ello la capacidad de innovación y generación de resultados en la organización. Por tanto, las empresas necesitan grandes líderes. ¿Cómo lograr que la gente haga lo que debe hacer (voluntariamente y bien)? Nuevos enfoques prácticos para ser un buen líder, abordando temas como las ventajas del liderazgo transformador (ayudar a crecer y transformar a los seguidores) y la motivación de colaboradores. [Basada en más de 20 años dirigiendo equipos y en 15 años de formación en liderazgo] ¿Cuáles son los principales problemas de los malos jefes? No comunican con claridad los objetivos, no motivan, no comunican bien, no escuchan, no lideran (sólo mandan), no enseñan ni forman, son prepotentes, no delegan, se contradicen con frecuencia, no gestionan bien su tiempo ni

el de sus colaboradores y se pasna el día trasladando sus agobios a todos los que le rodean. Y, para colmo, no hacen caso de las opiniones de la gente de su equipo.

Comunicación y Emociones

De 1 Hora a 2 Horas

Reflexión sobre algunas de las claves para comunicar manejando adecuadamente las emociones. Las emociones, positivas y negativas, tiñen nuestras relaciones. Saber conectar con nuestras emociones, mantener el equilibrio emocional y actuar con inteligencia emocional favorece enormemente la comunicación, esa habilidad imprescindible para el buen desempeño de nuestras relaciones, tanto en el ámbito personal como en el profesional. La comunicación puede llevarnos a 2 extremos: bálsamo, paz, como espacio de placidez… O todo lo contrario, tempestad huracanada…. En general, no causa tantos estragos LO QUE DECIMOS, sino CÓMO lo decimos…. Emisor – Mensaje – Receptor. Todo el mundo realiza actos de comunicación continuamente. ¿Es lo mismo informar que comunicar? ¡El éxito de la comunicación no está en la emisión sino en la recepción! La comunicación no es lo que yo digo sino lo que el otro entiende: el clásico, “ah, yo ya se lo dije” NO VALE! Si acaso sería: “ah, yo ya me cercioré de que el otro recibió el mensaje y actuó en consecuencia…”. No hablamos el

mismo lenguaje (las diferentes generaciones, las diferentes profesiones, los diferentes cargos, etc), ahí estriba la dificultad. Es habitual que la comunicación genere malentendidos. A veces son involuntarios, a veces voluntarios.

Impulsando el cambio

De 1 Hora a 2 Horas

El cambio no es una opción sino una obligación de las organizaciones y de las personas, para poder afrontar con éxito los retos de un mundo en movimiento continuo. Reflexión sobre cómo afrontar los cambios, desde la perspectiva de la organización y de las personas que la integran: cómo gestionar el cambio, cómo liderarlo, como comunicarlo, ejemplos de organizaciones con buenas prácticas al respecto, etc. Esta conferencia se centra primero en los inevitables cambios del entorno, que afectan a cualquier sector y a cualquier organización. A partir de ahí, pone el foco y la lupa en la realidad de las organizaciones. Estas son “seres vivos”, que nacen, crecen, a veces se reproducen (tienen filiales) y mueren. El objetivo de las organizaciones suele ser durar lo máximo posible en las mejores condiciones. Por tanto, el cambio periódico (en sus estrategias, productos, servicios, métodos, etc) es fundamental. Renovarse o morir. Organización Cambio Comunicación Personas

Experiencias

Director

EnriquedeMora.com

2017 - Actual

Director

FUNNY-POP Consulting

2009 - Actual

Director general y socio

Exceltia Soluciones Empresariales

2003 - 2009

Director Business Unit América del Sur

Grupo Ferrer

1995 - 2003

Estudios

IESE Business School - University of Navarra

IESE Business School - University of Navarra

2010

EADA Business School

EADA Business School

2010

Universitat de Barcelona

Universitat de Barcelona

2010

Libros

Seduce y venderás

Una joven directiva de marketing se enamora de un desconocido y se propone conquistarle. Sin darse ella cuenta, a lo largo del proceso de seducción aplica sus conocimientos de marketing y ventas para lograr que el chico, un empresario, se fije en ella, conseguir la primera cita, el primer beso, un enamoramiento recíproco e incluso un juramento de fidelidad eterna. Como en (casi) todas las historias de amor, no pueden faltar promesas, celos, desencuentros, sorpresas, decisiones que tomar, consejos externos, innovación para romper la monotonía, altibajos y reconciliaciones. La historia de esta glamurosa pareja actúa de hilo conductor para recorrer el proceso de captación y fidelización de un cliente (él) por parte de una empresa (ella), puesto que existe un paralelismo absoluto entre una relación amorosa humana y la relación entre una organización y su cliente potencial, en todas sus fases y estrategias. Además, ambas tienen como denominador común a las emociones como herramienta de seducción. Y claro está, existen técnicas de seducción que se pueden aplicar en el mundo empresarial, para transformar a cualquier compañía en una gran conquistadora de clientes. Mitad novela, mitad ensayo, este libro pretende ser un manual de marketing y ventas (¡y relaciones personales!) diferente y divertido, que permite al lector disfrutar y aprender sobre las mejores prácticas comerciales.

¿Quién teme al lobo feliz?

¿Qué es la felicidad? ¿Qué hay que hacer para alcanzarla? Son preguntas que cualquier persona se hace en algún momento. La vida es como una partida de ajedrez. Va moviendo ficha y cada uno de nosotros tiene, necesariamente, que mover ficha también. Unas veces ganamos, otras veces perdemos. Nuestro gran reto es disfrutar de lo bueno y aprender de lo malo, intentando tener siempre la felicidad en el horizonte. En eso consiste,

probablemente, gobernar nuestra vida. ¿Quién teme al lobo feliz? aborda esas cuestiones esenciales para el desarrollo personal a través de una fábula amena, literaria y concisa. Es una fábula para aprender y disfrutar. Narra la historia de Lobi, una lobezna inquieta y curiosa, que va descubriendo la vida dentro y fuera de su manada. Esta es liderada por sus padres, Colmillo Blanco y Ojos Azules. Al ser hija de los jefes, Lobi será una de las candidatas a dirigir la manada en un futuro. A medida que crece, Lobi se va topando con diversos animales, unos buenos y otros malos, a los que, pase lo que pase, les acaba preguntando "¿Qué es la felicidad para ti?".

Dichos encuentros le permitirán extraer aprendizajes útiles para el crecimiento personal y profesional, liderazgo incluido.

La empresa de la A a la Z, con H de Humor

Este libro aborda el supuestamente serio mundo de la empresa y del trabajo con toneladas de humor. Y lo hace mediante un formato novedoso: ¡un diccionario! Alberga más de 1.200 definiciones breves y humorísticas sobre el ámbito laboral y el a menudo encorsetado mundo de la empresa. Además, entre dichas definiciones se intercalan reflexiones más largas y serias –y sin embargo amenas- sobre 20 conceptos esenciales para el desarrollo de cualquier profesional (Acción, Decisión, Diversión, Flexibilidad, Valores, etc.). Estos veinte conceptos clave pretenden provocar la reflexión. Por tanto, este libro es una obra de "doble acción": entretenerse (diccionario) y

pensar (veinte conceptos). Es un libro para evadirse de las tensiones del día a día laboral, riéndose de ellas…, sin olvidarse de la importancia de digerir y aplicar conceptos clave a nuestra propia mejora como profesionales.

Animaladas

Animaladas: ¿Qué podemos aprender de los animales? A la mayoría de personas les fascina conocer la conducta de los animales. Este ensayo intenta aportar nuevos horizontes a dicho interés y responder a una pregunta: ¿qué podemos aprender de los animales? A partir de un análisis exhaustivo del comportamiento animal (etología), y, en particular, del comportamiento de algunas especies como lobos, gorilas, monos o águilas. Animaladas extrae lecciones útiles para mejorar el comportamiento de los humanos dentro y fuera de la empresa, especialmente en habilidades sociales como el liderazgo, la comunicación, el trabajo en equipo y la gestión de conflictos. Es un ensayo que une la biología y la gestión empresarial a través del Etho-management, un concepto de nuevo cuño que describe la fusión entre el comportamiento animal y la gestión de habilidades directivas y relacionales.

Zig zag

Zig zag : estrategias creativas para el éxito en el trabajo y en la vida No siempre el camino más corto entre dos puntos es la recta. Muchas veces hemos de recorrer caminos zigzagueantes para llegar a nuestro destino, pudiendo extraer aprendizajes precisamente de las curvas que nos desvían de la trayectoria principal. Los ocho relatos que componen este libro transitan sinuosamente por rutas poco exploradas del Management, buscando siempre la capacidad de ver las cosas de otra forma. ZigZag reúne ocho relatos independientes, novelados, que recrean situaciones cotidianas, en el trabajo o fuera de él, para reflexionar con humor sobre habilidades humanas: cómo dirigir a miembros de la Generación Y, aprendizaje de terceros, reflexión, capacidad de evolución personal y reinvención, comunicación, negociación, orientación al cliente… La acción de los diferentes relatos transcurre en escenarios tan variopintos como La Alhambra, un remoto poblado africano, la Costa Oeste de un país imaginario o Lanzarote. Si en gastronomía se habla de cocina de fusión, ZigZag quizá es literatura de fusión:

mezcla cine, literatura, arquitectura, gastronomía y antropología con el Management. Prólogo de Pilar Jericó.

Funny Pop

Funny pop : una historia sobre el humor en el trabajo y en la vida Una empresa de alimentación tradicional y familiar, con sus ventas en declive, se ve amenazada por una creciente competencia. Sus anticuados propietarios, conscientes de los problemas que se avecinan, deciden contratar a un director externo para enderezar el rumbo de la empresa. La primera tarea del nuevo director consistirá en cambiar radicalmente el clima laboral de la anquilosada empresa y en rescatar las ilusiones de sus empleados. Atacando los principales puntos de conflicto y parálisis, logra restablecer el ánimo y la confianza de sus empleados quienes responden positivamente a los nuevos aires. Una vez cambiado el humor, pronto aparece la innovación y los nuevos productos, entre los cuales destaca Funny-Pop. El éxito de éste repercutirá no sólo en los resultados de la empresa sino también en la vida de sus empleados y de la sociedad en general. A través de esta entretenida historia, el lector reflexiona acerca de la importancia del humor como una herramienta de gestión básica y sobre cómo mejorar prácticas empresariales relacionadas con estrategia, innovación, marketing y gestión de personas. "Funny-Pop" es una novela empresarial y un manual diferente y ameno de dirección y gestión de empresas. Mezcla la novela con el

Management, el ocio con el negocio, lo ficticio con lo real, lo ligero y lo profundo, la sonrisa y la reflexión.

Artículos

¿Lideras o contaminas? – artículo en Sintetia.com

He aquí mi nueva colaboración para Sintetia.com la conocida plataforma online de inteligencia colectiva sobre emprendedores, estrategia, economía y finanzas. Esta vez consiste en reflexiones variadas sobre algo tan complejo y dinámico como el liderazgo, un tema fundamental en la gestión empresarial y en la gestión de organizaciones de todo tipo. Aunque el liderazgo es un tema recurrente en mis libros, artículos y conferencias, hacía

tiempo que no escribía al respecto, por lo que me tentaba volver a él....

http://www.enriquedemora.com/en-los-medios/lideras-o-contaminas-articulo-en-sintetia-com/

¡Diviértete trabajando!

Estrenamos un nuevo Tip de Management, es decir consejos de gestión, a través de vídeos cortos. En este caso, para hablar de algo aparentemente, sólo aparentemente, tan incompatible como trabajo y diversión… Te hago una simple pregunta (que te recomiendo, por cierto, que le hagas también a tus colaboradores): ¿Te sientes satisfecho y realizado en tu trabajo? Si la respuesta es no, ¡cambia algo! Y, si así no ves solución, ¡cambia de

trabajo!...

http://www.enriquedemora.com/tips-de-management/diviertete-trabajando/

Esa poderosa herramienta llamada feedback

Estrenamos un nuevo Tip de Management, es decir consejos de gestión, a través de vídeos cortos. En este caso, para hablar del feedback. ¿Qué es exactamente el feedback?… Es un proceso de retroalimentación de información: una persona informa a otra acerca de lo que percibe de ella. Eso sí, la que opina lo debe hacer sopesadamente y centrándose en la conducta, dado que el principal objetivo del feedback es ayudar a mejorar a la

otra persona. Si no se hace con verdadera vocación de ayuda, mejor no darlo…

http://www.enriquedemora.com/noticias/esa-poderosa-herramienta-llamada-feedback/

"It's Training Day, hallellujah!" – Foro Emprendedores de Adegi (Guipúzcoa)

El pasado 27 de septiembre tuve la oportunidad de colaborar en una jornada formativa para emprendedores guipuzcoanos, concretamente, con el Foro de Emprendedores de Adegi, la asociación de empresas de Guipúzcoa. La jornada, bautizada con el ingenioso nombre "It's Training Day, hallellujah!" transcurrió en las instalaciones de Adegi, en las afueras de San Sebastián. Tanto el edificio, moderno y luminoso, como el entorno. arbolado y

verde a más no poder, conformaban un ambiente propicio al aprendizaje....

http://www.enriquedemora.com/noticias/its-training-day-hallellujah-foro-emprendendores-de-adegi-guipuzcoa/

Vender, vender y vender

Seguimos con un nuevo Tip de Management, es decir consejos de gestión, a través de vídeos cortos. En este caso, para hablar de la ACTIVIDAD PRINCIPAL de cualquier empresa: ¡LA VENTA! Sin esa actividad, no hay empresa que sobreviva… Para empezar, un ejemplo. El Grupo HERGAR es una exitosa empresa española de calzado, con marcas como Gorila y Callaghan. Su fundador aleccionaba en sus inicios a los empleados diciéndoles: "Podemos hacer los mejores zapatos del mundo, pero si nadie nos conoce, no nos los van a comprar". Es una frase muy aleccionadora para cualquier comercial o cualquier emprendedor. Recomiendo vivamente

que te la grabes en la cabeza (y que logres que tus comerciales se la graben también…).

http://www.enriquedemora.com/tips-de-management/vender-vender-y-vender/

Conferencia sobre Innovación en los cursos de verano de la Universidad de Almería

El 12 de julio pasado impartí la conferencia “Personas innovadoras, Organizaciones Innovadoras” en los cursos de verano de la Universidad de Almería. Mi conferencia se enmarcó, concretamente, en el curso sobre

Transformación Digital, dirigido por Rebeca Gómez, y se celebró en el Hotel Catedral de la capital almeriense....

http://www.enriquedemora.com/noticias/conferencia-en-los-cursos-de-verano-de-la-universidad-de-almeria/

“El sentimiento, la conciencia de la emoción” – Artículo en Blog Sprint / Chile

Sigo colaborando con la consultora chilena Sprint, con la publicación de artículos en su web. Sprint es una consultora con 30 años de experiencia en el mercado chileno, y con cobertura regional en Perú, Argentina y Ecuador.

En esta ocasión, es un artículo sobre uno de mis grandes temas de los últimos años, las emociones, en este caso, “confrontándolas” a los sentimientos. ¿Qué diferencia a unas de otros?...

http://www.enriquedemora.com/sin-categoria/el-sentimiento-la-conciencia-de-la-emocion-articulo-en-blog-sprint-chile/

¿Cómo convertirte en un buen líder?

qué abundan los malos jefes? Es decir, los que no escuchan, los que quieren mandar a golpe de autoridad, los que se cuelgan medallas, etc. Por una razón muy sencilla: ¡porque ser un buen jefe es muy difícil! Y serlo siempre, todavía más. Los malos jefes o directivos tóxicos están muy pero que muy extendidos. En España, según algunas encuestas, el 36% de los jefes son tóxicos. ¡El 36%! ¿Qué suele desencadenar la mayoría de comportamientos de los malos jefes? He hecho esta pregunta unas cuantas veces en el último año, en formaciones y en conferencias, y la respuesta es siempre unánime: la inseguridad. Por supuesto, si a la inseguridad se le

añade estupidez congénita del directivo, el problema (del jefe y de sus colaboradores) crece exponencialmente. No citaré ejemplos, pero seguro que todos conocen algún caso más o menos cercano…

http://www.enriquedemora.com/tips-de-management/como-convertirte-en-un-buen-lider/

Perfil en Mentes a la Carta

https://www.mentesalacarta.com/conferencistas-capacitadores-coaches/enrique-de