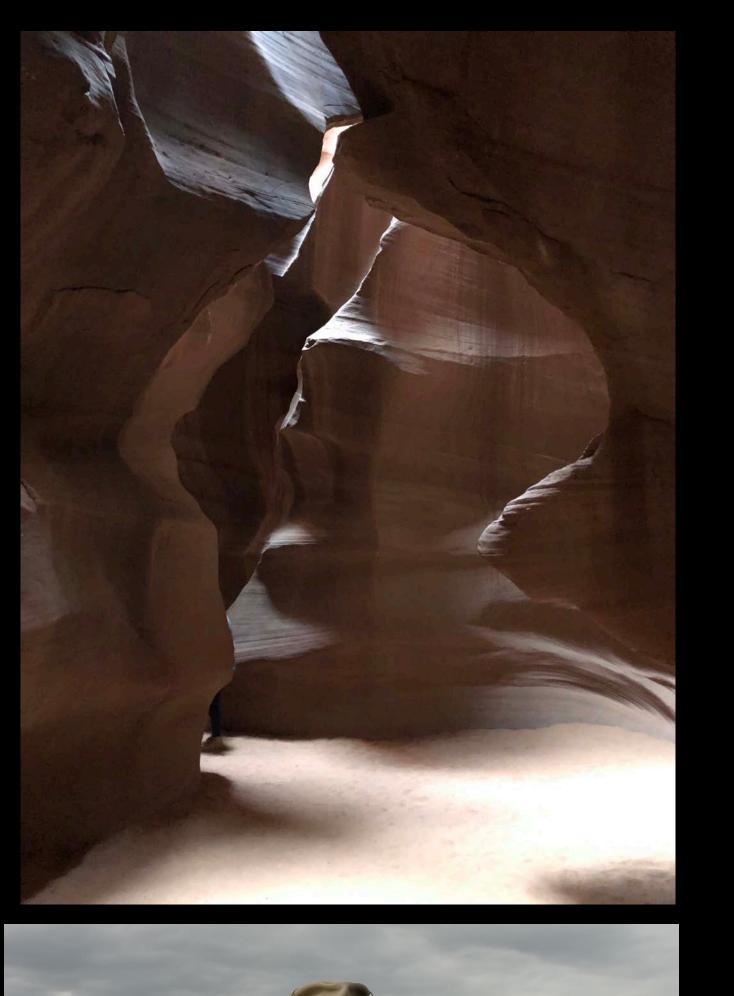
Global Healthcare Conference 2020

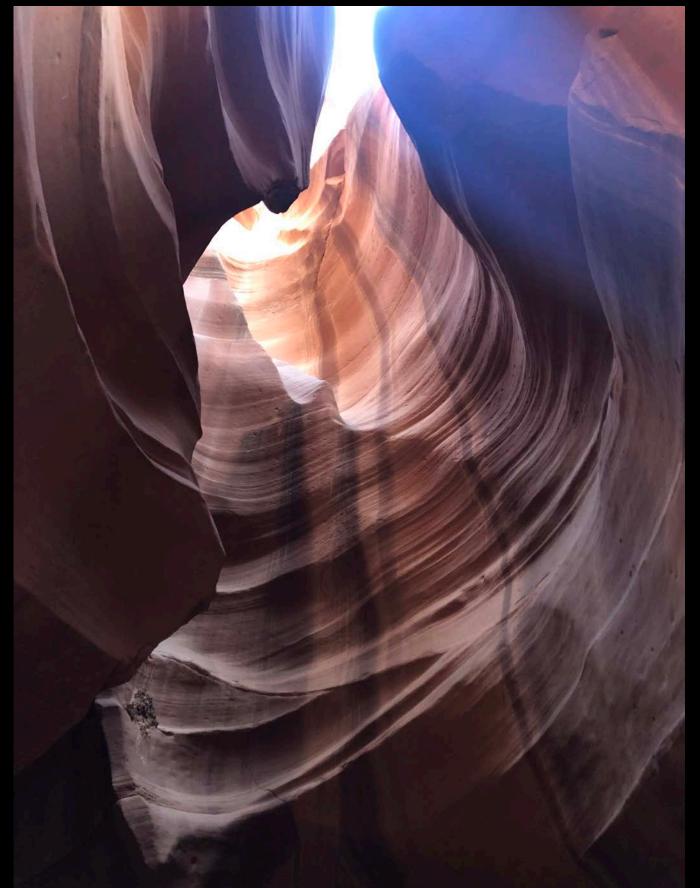
Resiliencia: Crecimiento a través de la adversidad







































Mantener su marca relevante

¿Por qué estás aquí?



BRANDING

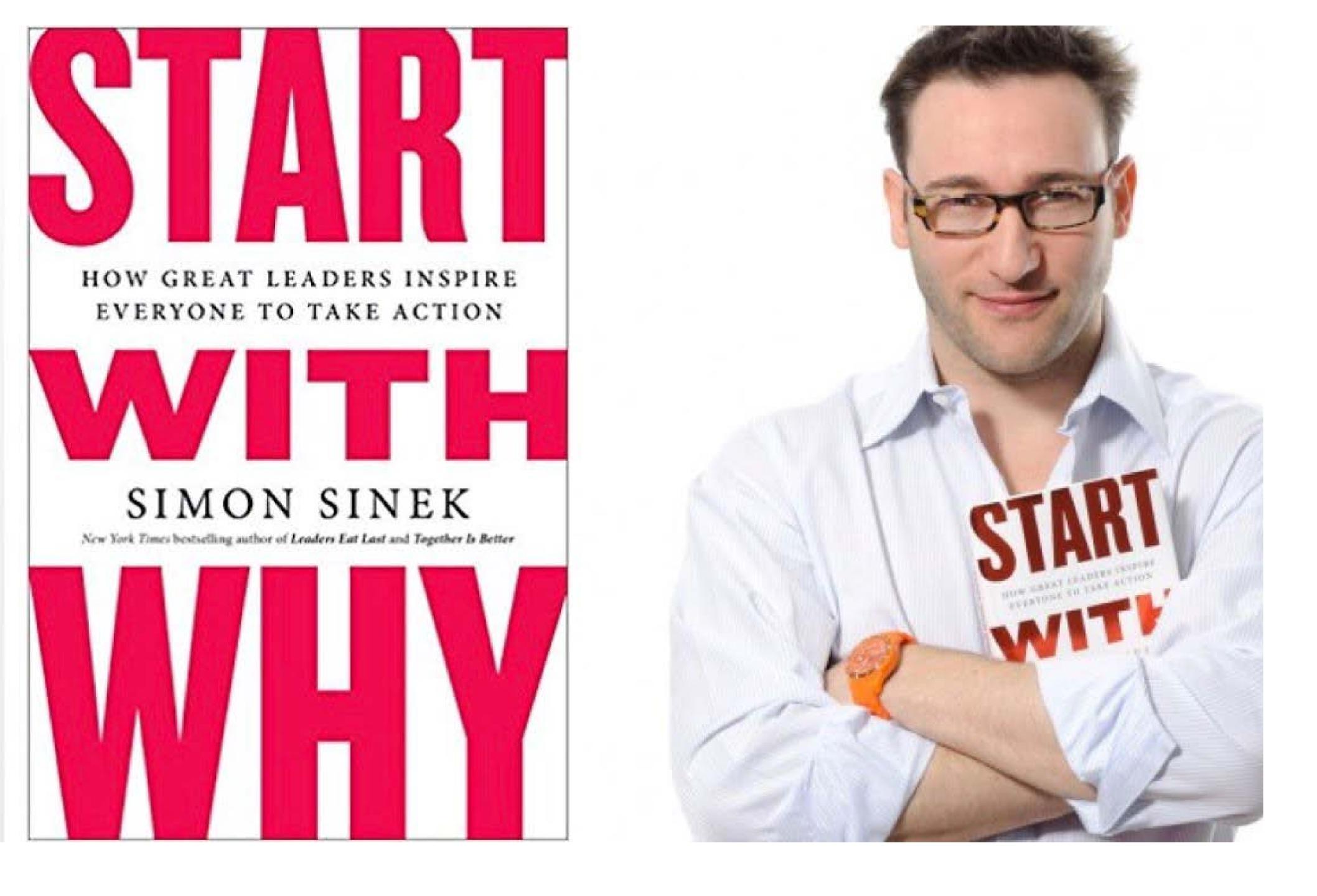


Propósito JPOR OUÉ?

HOW GREAT LEADERS INSPIRE EVERYONE TO TAKE ACTION

SIMON SINEK

New York Times bestselling author of Leaders Eat Last and Together Is Better



PROPÓSITO encuentra tu PORQUE





"El lugar más feliz del mundo"



La máxima máquina impulsora

CADA DÍA ES UNA CERDA DE MODA EL MUNDO ES LA PASARELA.



Encaja en cualquier parte



LOMA LINDA UNIVERSITY



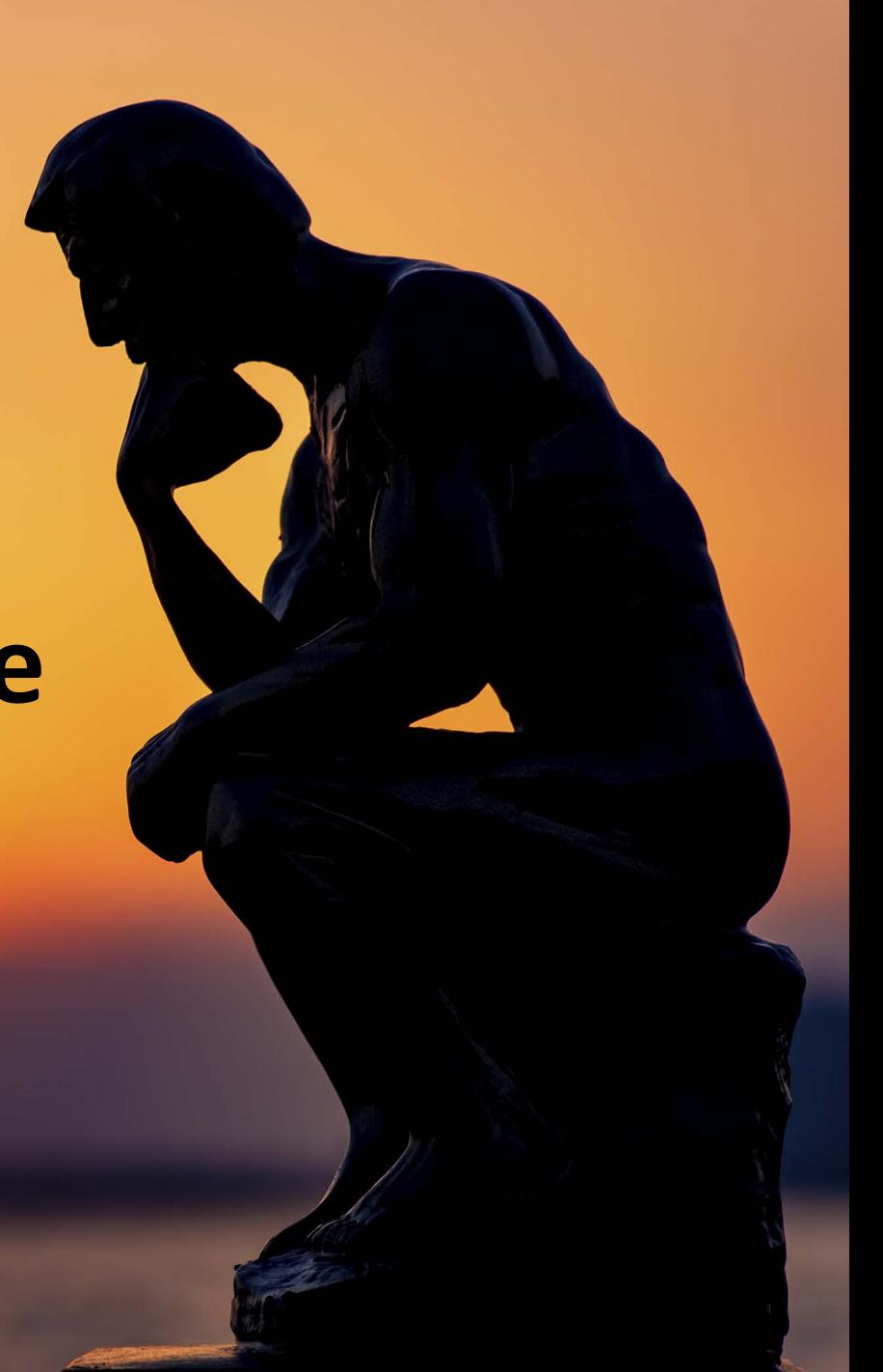


PRE METICS

CREATING HEALTHY SMILES TO LAST FOR MILES

¿Por qué existe su organización?

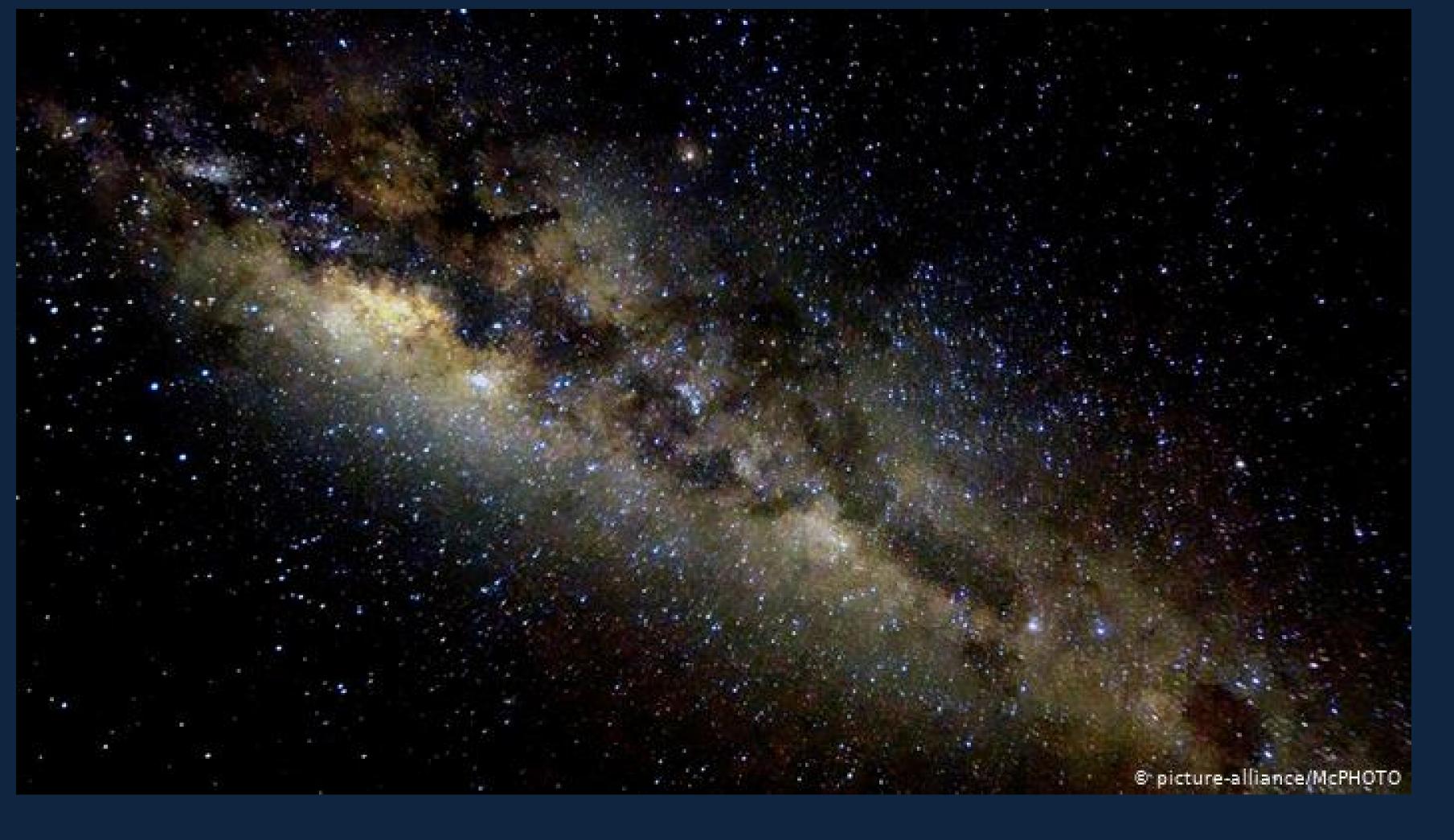
¿Cuál es el propósito de su organización?



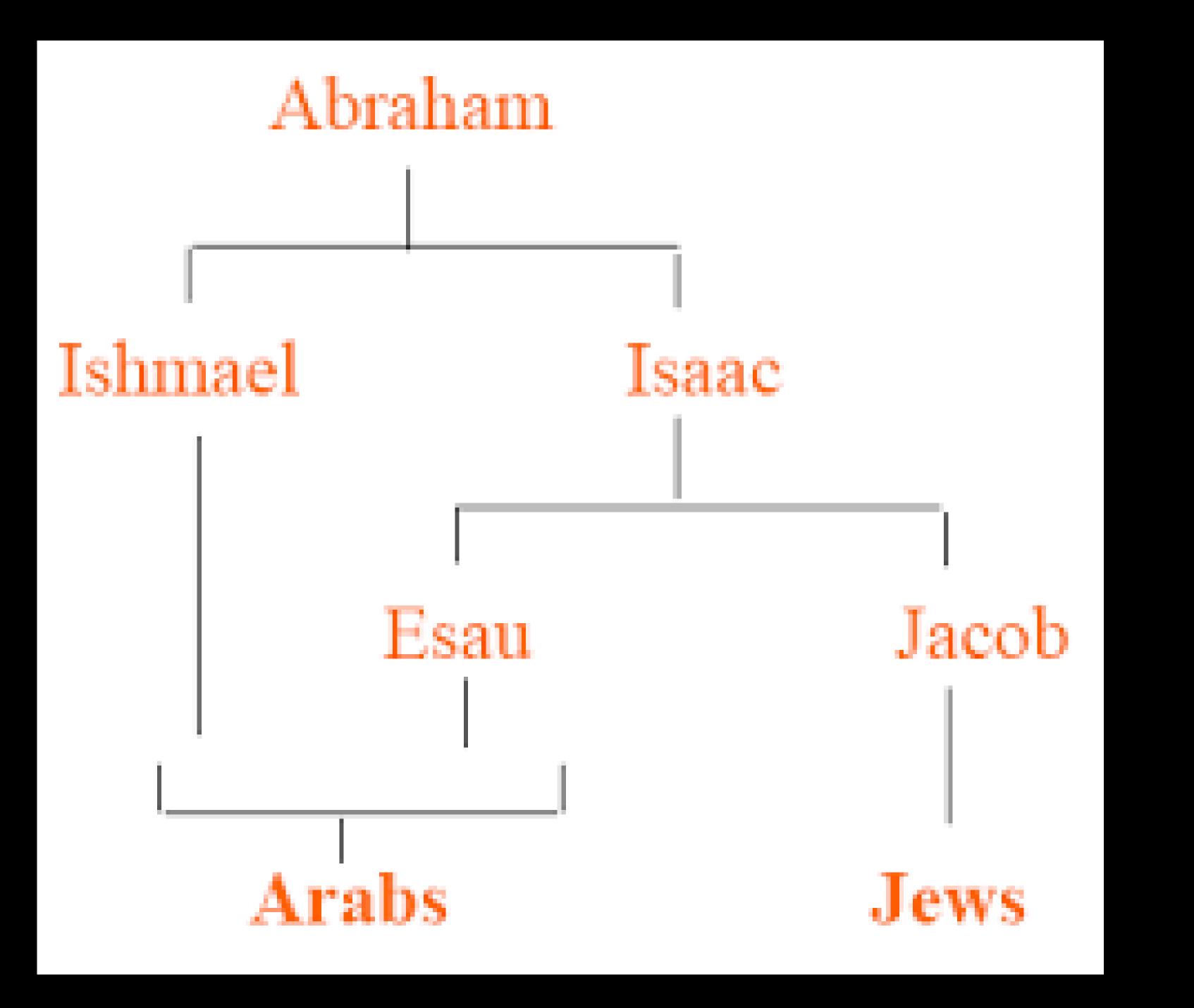


"Crear pacientes felices, que paguen, que repitan y se refieran y paguen más de lo que cuesta servirles".

Vision Qué



"Entonces el Señor llevó a Abram afuera, y le dijo: —Mira bien el cielo, y cuenta las estrellas, si es que puedes contarlas. Pues bien, así será el número de tus descendientes." Genésis 15:5





"La persona más poderosa del mundo es el narrador de historias. El narrador de historias establece la visión, los valores y la agenda de toda una generación venidera".

Steve Jobs











W 14th St



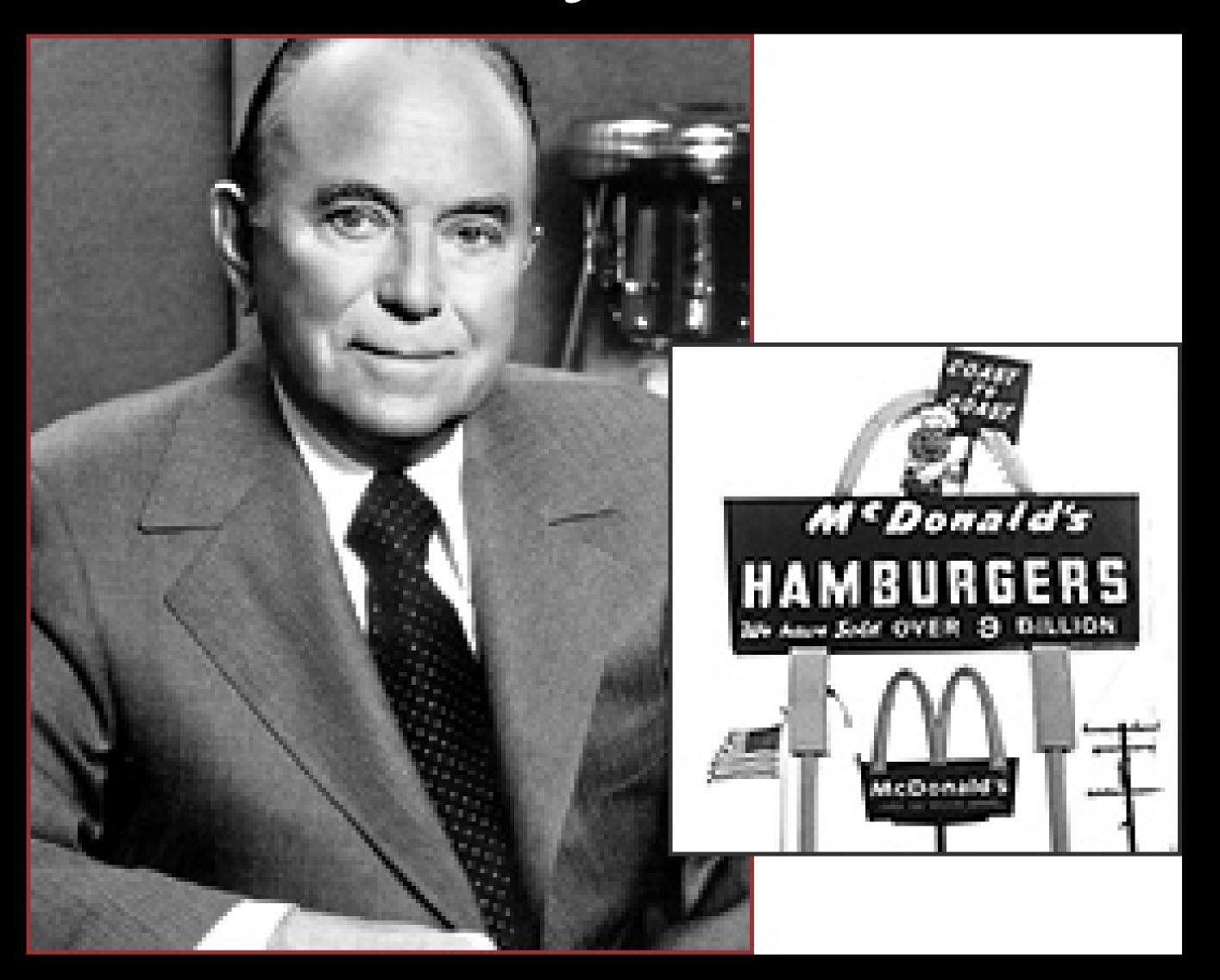


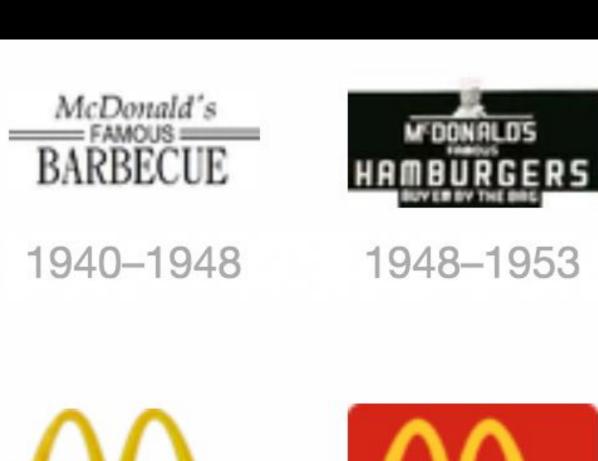






Ray Kroc





McDonald's

1975-2006



McDonalds

1953-1961



McDonald's

1961-1968



McDonald's

1968-present



McDonald's

1968-2006



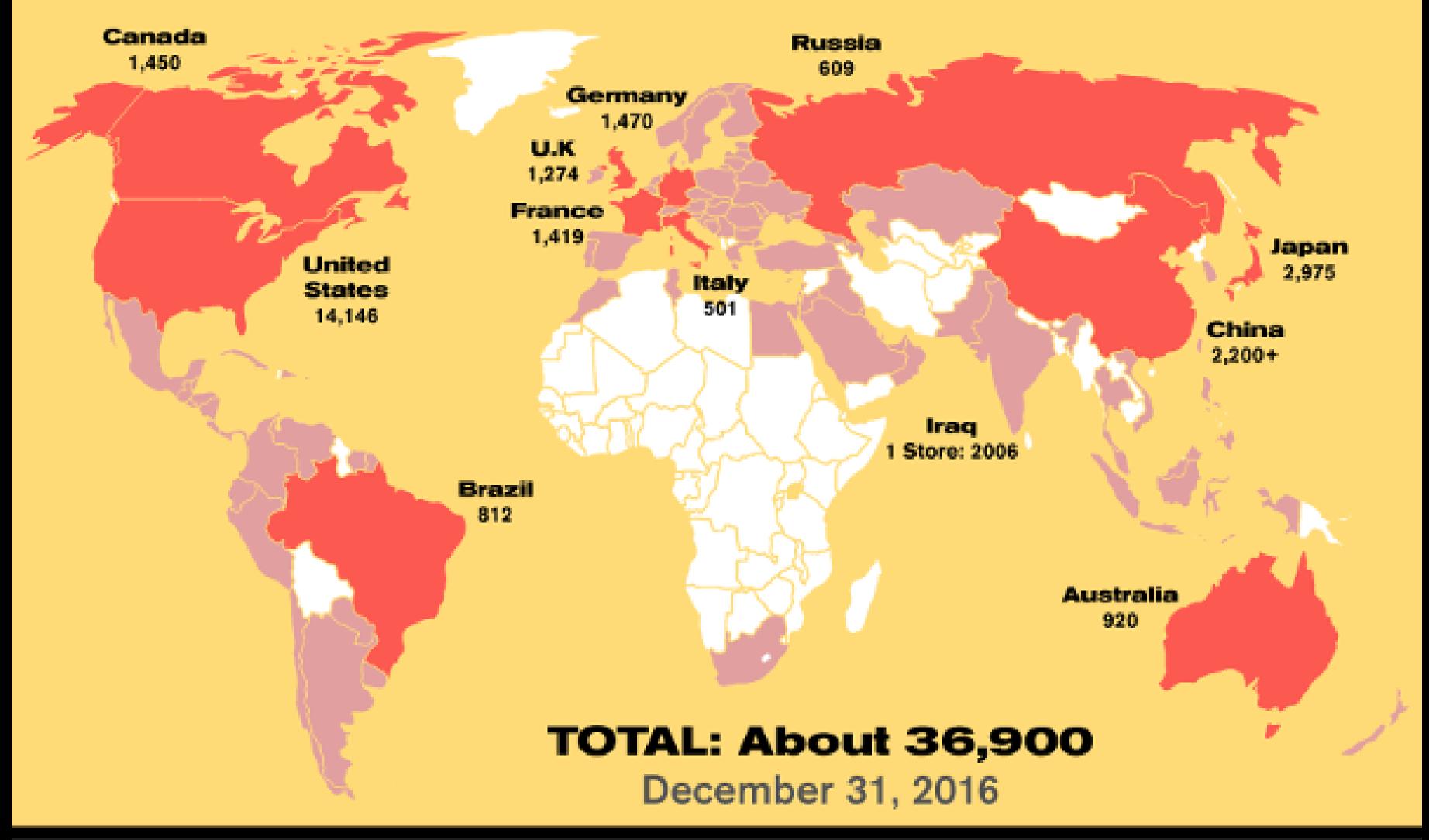
1969-2006





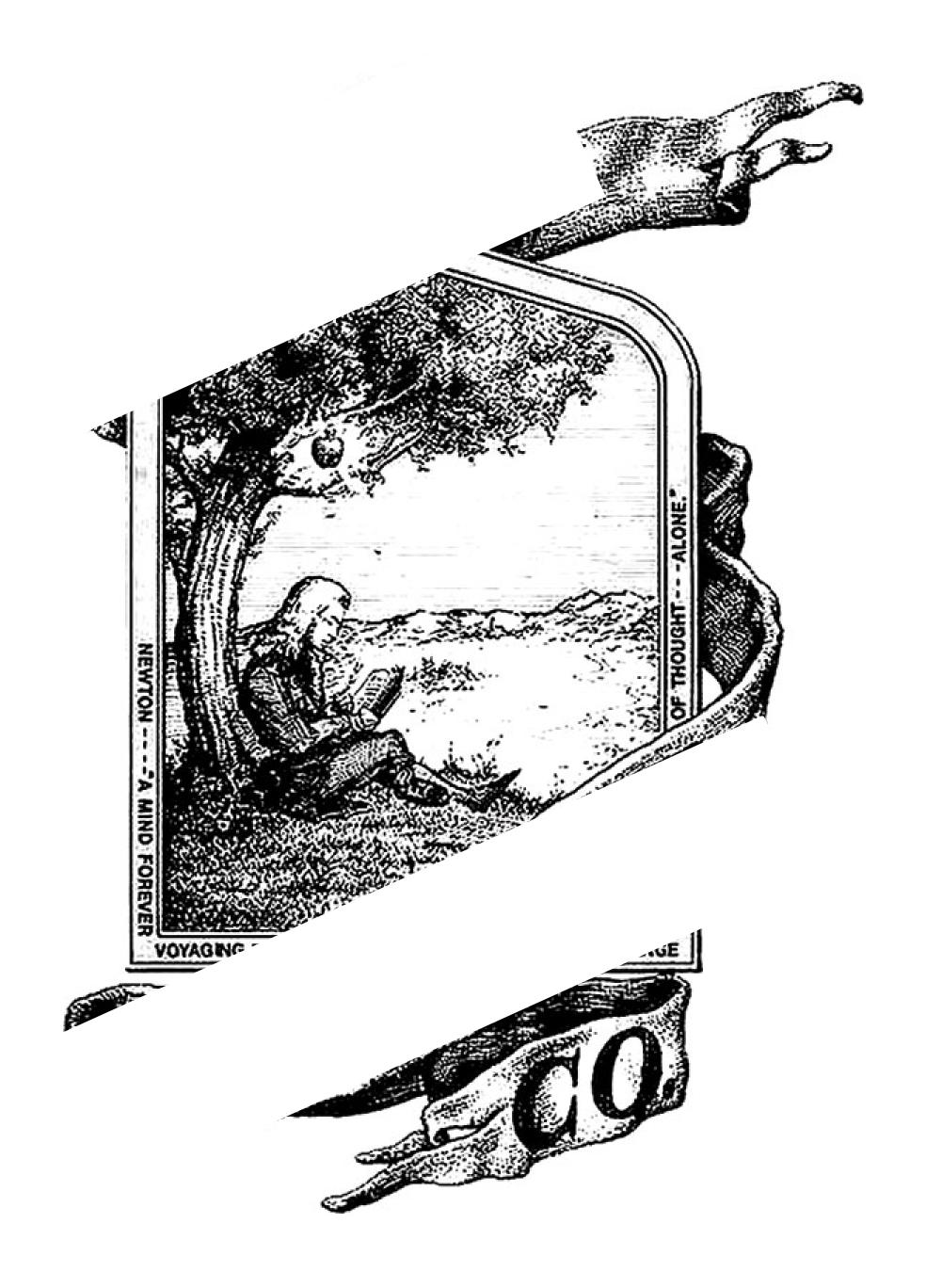


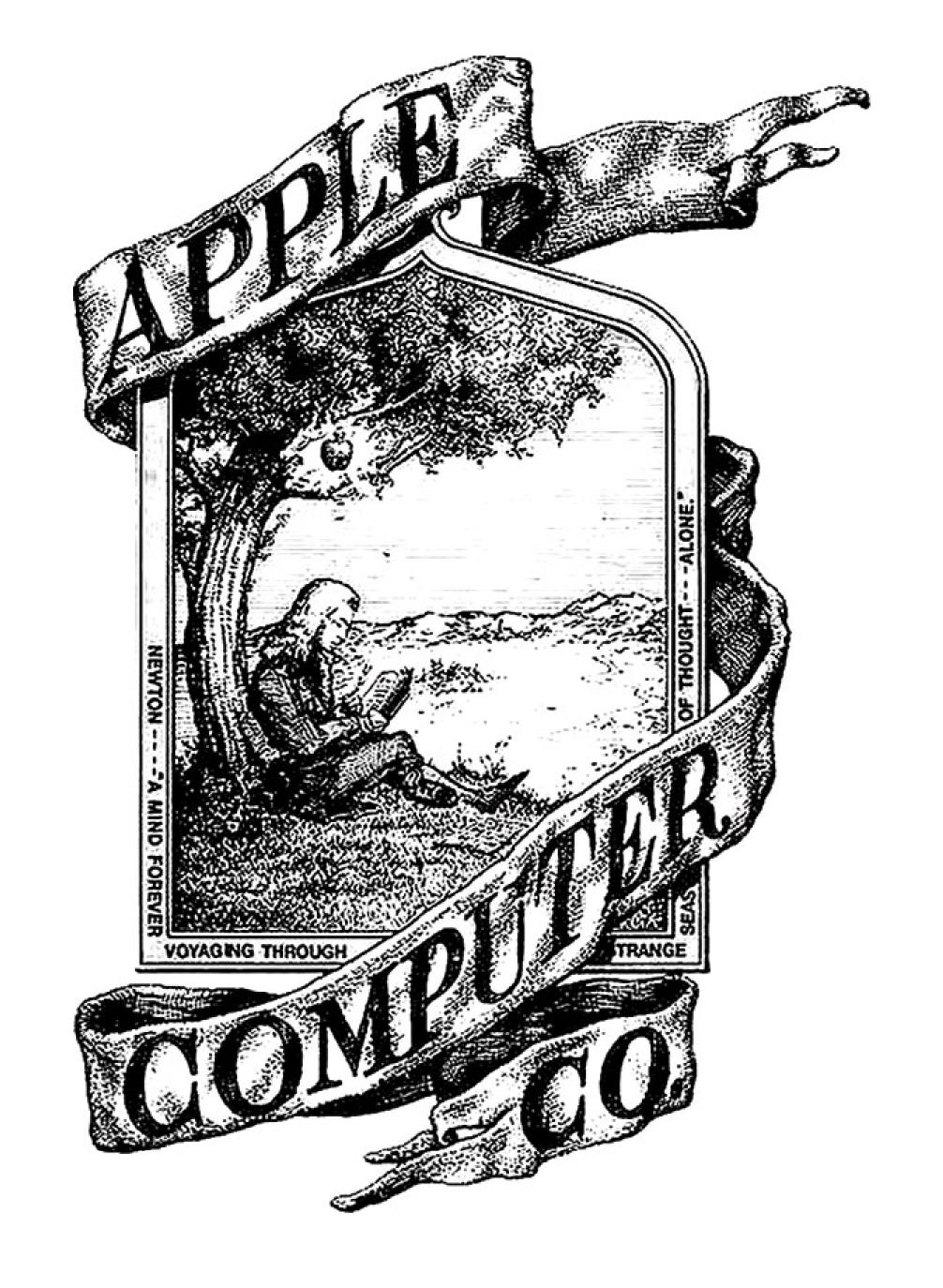
McDonald's Locations In the World





Ronald Wayne







STEVE JOBS STEVE WOZNIAK RONALD WAYNE

Apple 40 Years of Logo Evolution 1976 1977-1998 1998 1998-2000 2001-2007 2007-2014 2014-Present

"Hacer una contribución al mundo creando herramientas para la mente que hagan avanzar a la humanidad." -Steve Jobs

Una declaración de visión ve hacia delante y crea una imagen mental del estado ideal que la organización desea alcanzar. Y también denota por qué existe la organización.



"Nuestra visión es ser la compañía más centrada en los clientes del mundo; crear un lugar donde la gente pueda venir para encontrar y descubrir todo lo que podrían querer comprar en línea."





"Para que cada niño viva su vida en plenitud; nuestra oración para cada corazón, la voluntad para que así sea."





Declaración de la Visión:

Es nuestra visión superar las expectativas de nuestros pacientes en todos los sentidos posibles. Tendremos éxito proporcionando la mejor calidad de atención dental complementada por el cliente más fino sin excepciones. Mantendremos un ambiente de atención moderno y seguro donde los dentistas generales y especialistas practicarán como equipo para comunicar y colaborar en el avance de la calidad de la atención dental que reciben nuestros pacientes. A través de la participación y la divulgación de la comunidad, continuaremos creciendo y fomentando nuestra relación con nuestra comunidad.



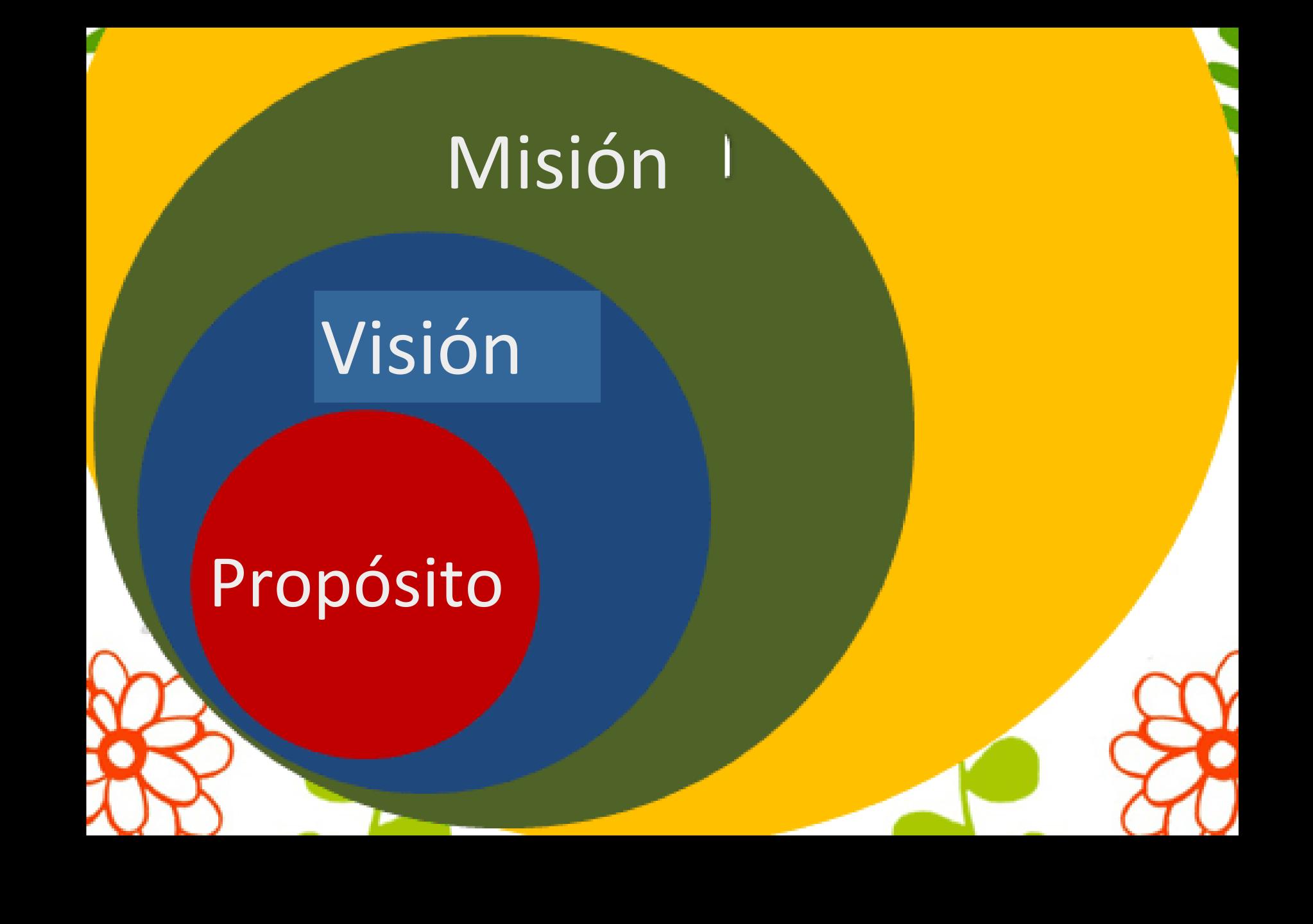
Declaración de la visión:

Ser un ejemplo de lo que es posible en la odontología.

¿Cuál es la visión de su organización?

¿Ahora?
¿Dentro de 1 año?
¿Dentro de 3 años?
¿Dentro de 7 años?





DECLARACIÓN DE MISIÓN

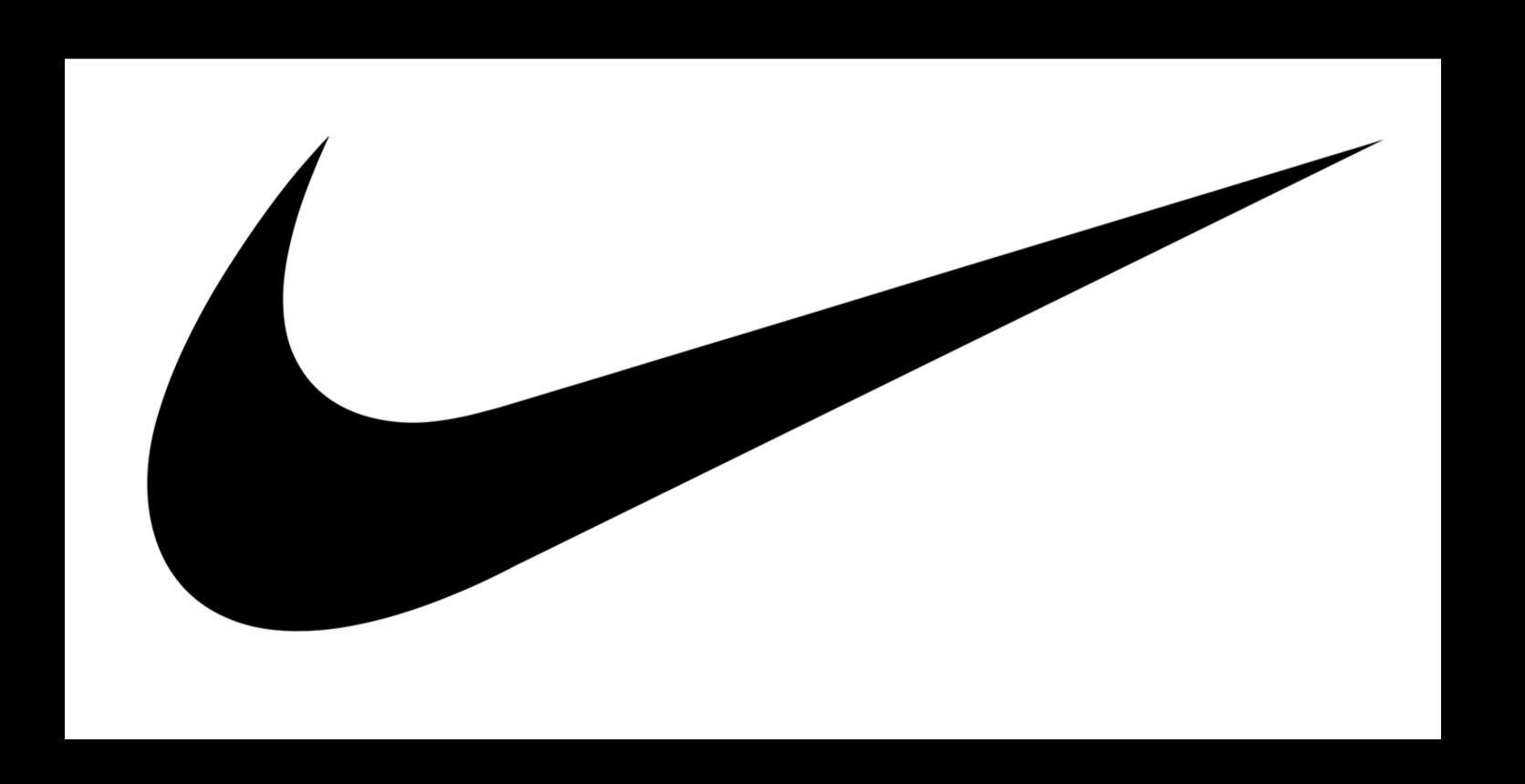


Una declaración de misión es un breve resumen del propósito, el enfoque y los objetivos fundamentales de una organización. Por lo general, esto incluye una breve descripción de cómo la organización hace las cosas y de sus objetivos clave.





"Llevar inspiración e innovación a cada atleta del mundo. Si tienes cuerpo, eres un atleta."



Mission Statement

With God as our foundation,

Bonham Dental Arts seeks to grow lifelong relationships with our patients while delivering quality and compassionate dental care with individualized service,

unlike any other.

Mission Statement

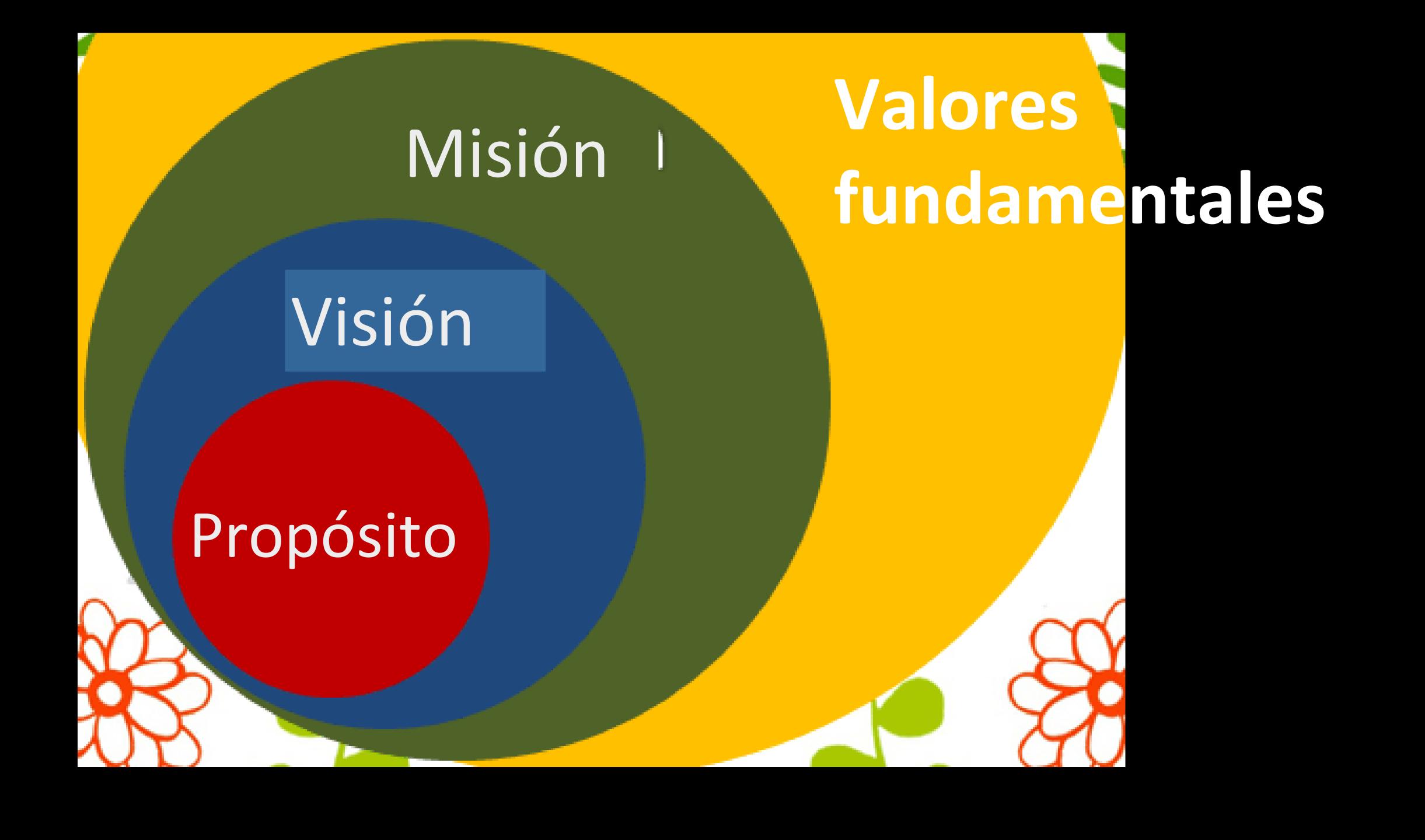
"Our focus is caring for your oral health.

Our goal is to play a positive role in your
daily routine to improve not only your teeth
and gums, but most of all your SMILE."

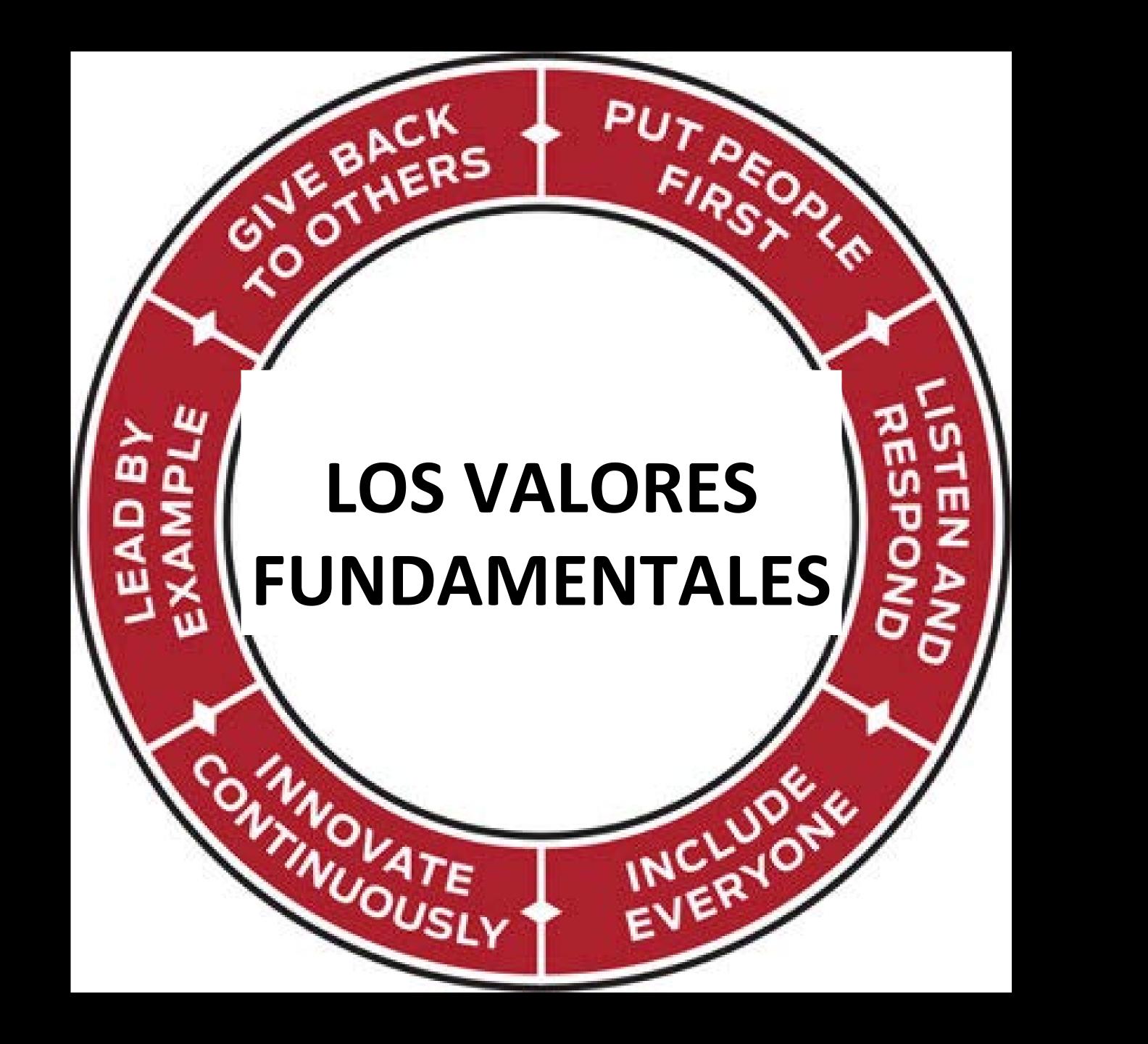
¿Cuál es la misión de su organización?

¿Cómo quiere que funcione?





Los valores fundamentales son las creencias básicas de una persona u organización. Estos principios rectores dictan la conducta y pueden ayudar a la gente a comprender la diferencia entre el bien y el mal. Los valores fundamentales también ayudan a las compañías a determinar si están en el camino correcto y a cumplir sus metas creando una guía inquebrantable.





ENFOQUE DEL CLIENTE COLABORACIÓN

EXPERIENCIAS
PERSONALIZADAS

APRENDIZAJE

CONSTANT IMPROVEMENT:

Good enough never is.
We drive change with
vigor. We celebrate
our successes but are
relentless dissatisfied.
We have a very strong
work ethic.

UNIQUE CULTURE:

We hold ourselves and each other accountable, work well in teams, collaborate, and embrace a lean, flat and horizontal Structure

PASSION FOR WINNING:

We have an unyielding drive to win. But always remain humble

LOS VALORES FUNDAMENTALES

CUSTOMER FOCUS:

The customer is the BOSS.

If we don't support the customer directly, we serve those that do.

Customer service trumps everything!

INTEGRITY:

We will ensure honesty and fairness in all our actions. We will always do the right thing.

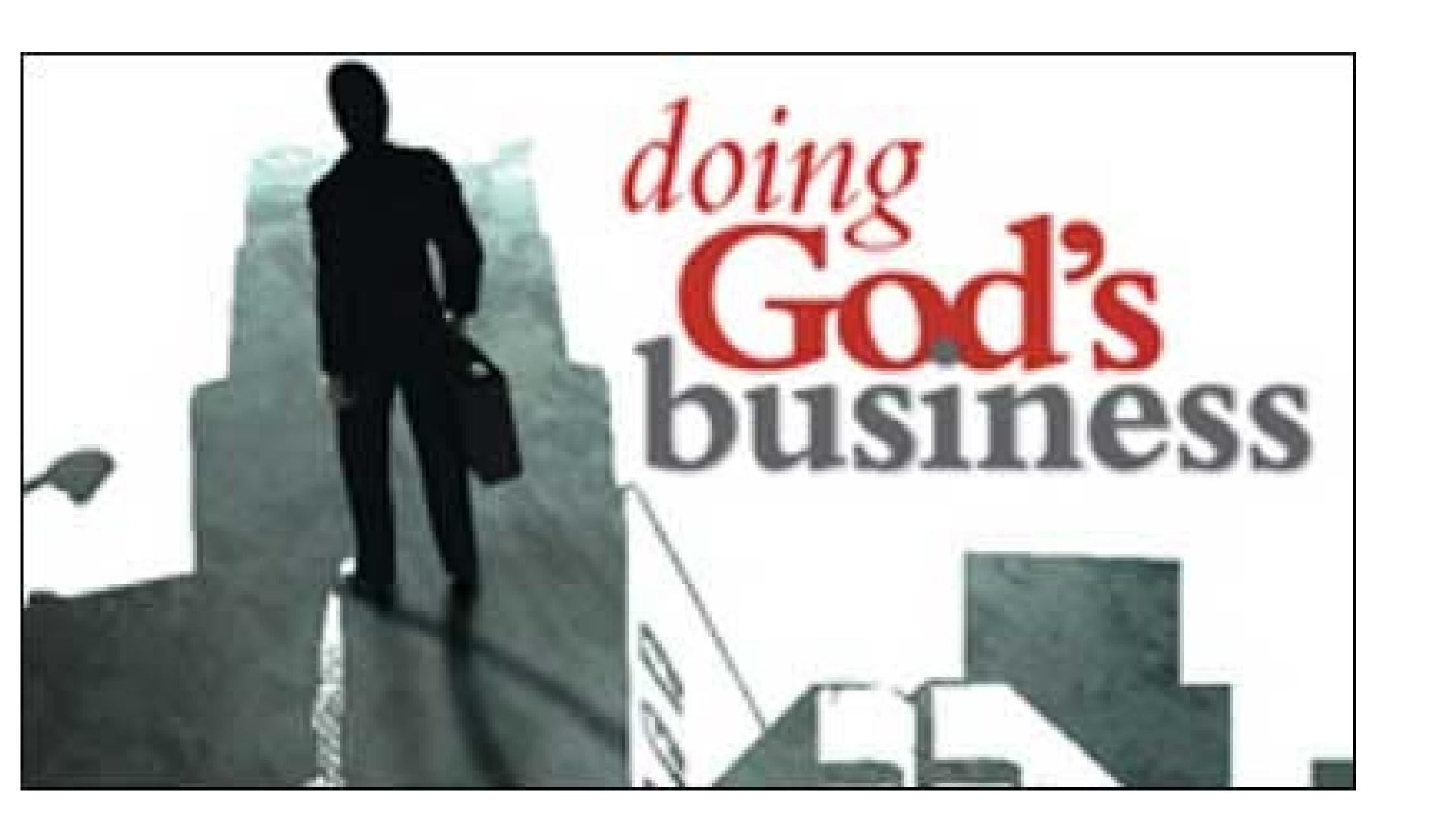
VALUE PEOPLE

We will treat all people with courtesy, dignity and respect. (The Golden Rule)

1. Elemento 5-6 principales valores fundamentales de su organización 2.¿Compartir esta lista con su equipo? 3. Debajo de cada valor fundamental colocar 4-5 acciones que demuestren el valor fundamental.



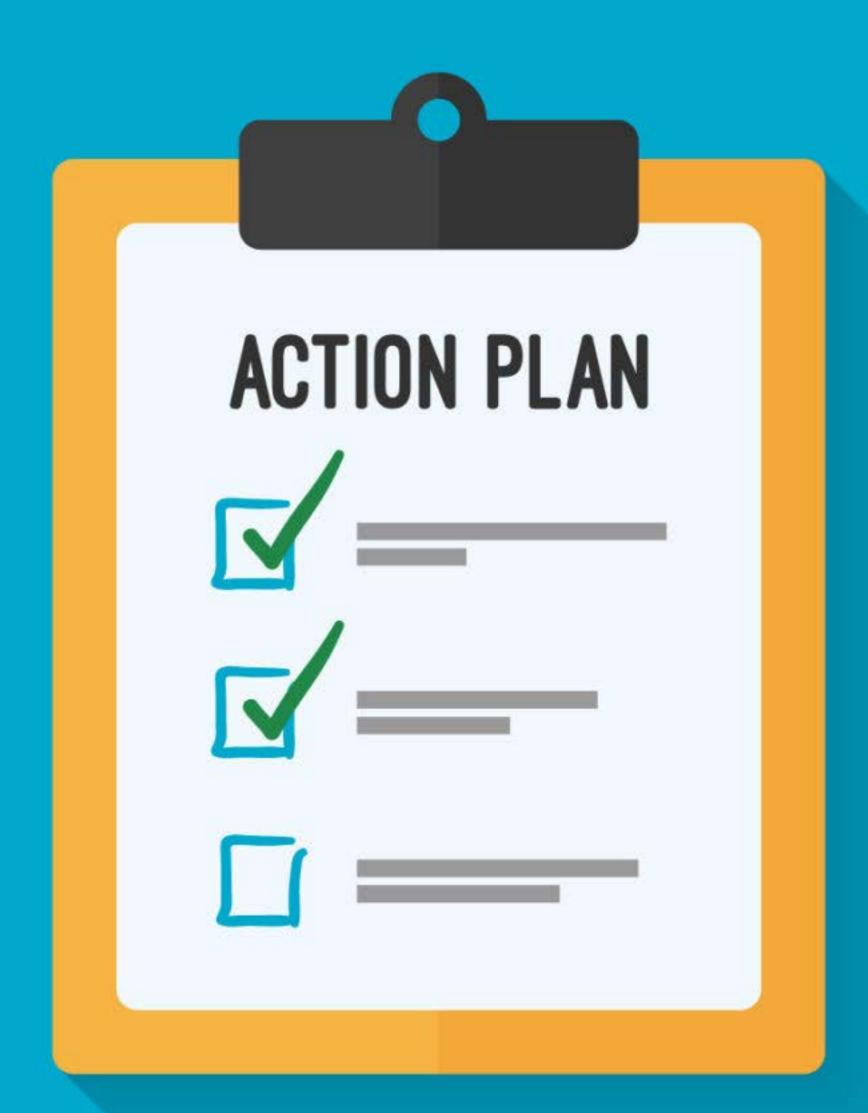
BUSINESS OF DENTISTRY

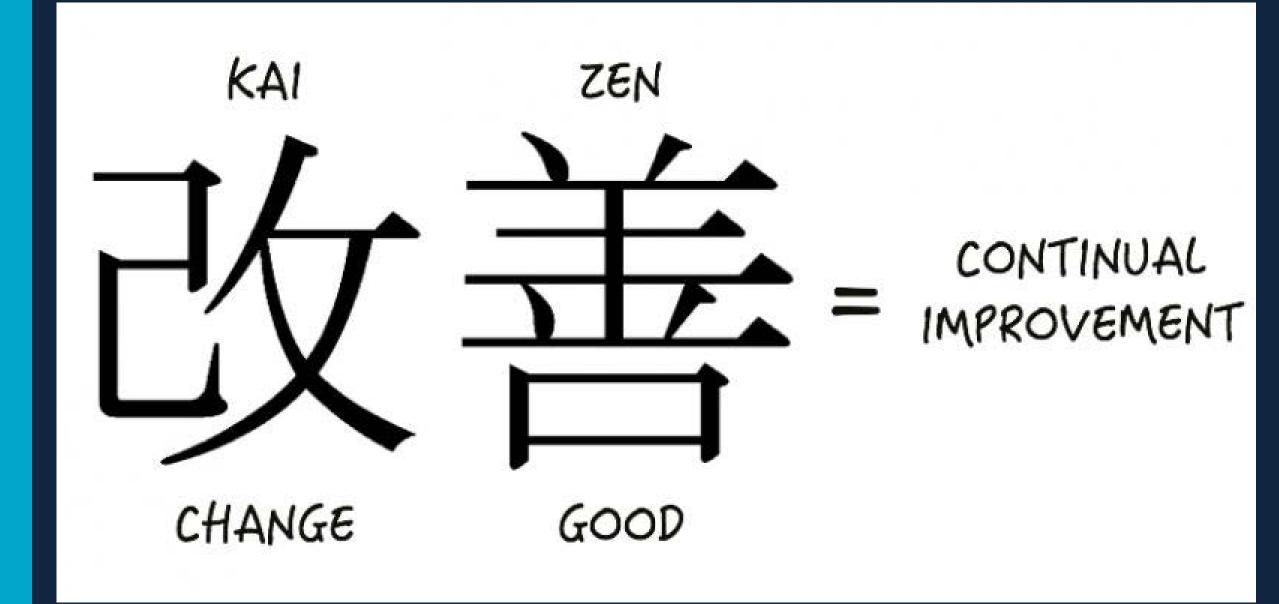


Parábola de los Talentos









	redactará?	compartirá con el	¿El equipo ha puesto esto en su memoria?
Propósito			
Visiones			
Misión			
Valores fundamentales			