

Ponga magia en su empresa

Lee Cockerell. Edit. Empresa Activa



- No es la **magia** lo que hace que el trabajo funcione sino nuestro modo de trabajar lo que origina la magia.
- **Visión Disney**: tratar a los invitados como amigos cercanos, superar sus expectativas y ofrecerles la mejor experiencia turística de sus vidas.
- Lo que de verdad crea la magia es un **servicio extraordinario**. Si los trabajadores quieren ser tratados por sus jefes con la máxima atención y respeto, así deben de comportarse con los invitados.
- **Fórmula**: líderes comprometidos, responsables y motivadores que hacen realidad la cultura del trato exquisito (calidad del servicio), que se traduce en satisfacción del cliente y en beneficios económicos.
- Los productos se pueden **imitar**, las personas y su servicio no. Cuide de sus empleados y ellos cuidarán de su empresa.
- **Liderazgo** - actor (empleado) – excelencia - invitado (cliente) – satisfacción - beneficios.
- Todos los **problemas empresariales** tienen su origen en problemas de liderazgo. La excelencia requiere un liderazgo ejercido con sentido común.
- Ser libre significa hacer lo que hay que hacer, cuando se tiene que hacer y de la forma en que se tiene que hacer, guste o no guste, a nosotros y a los demás. Significa decidir y hacer lo correcto aprovechando las mejores cualidades de los demás, en un ambiente tranquilo, claro, fresco, limpio sin contaminación, en el que todo el mundo crezca.
- Líder = responsable, paciente, disciplinado y positivo.
- Los líderes son como las madres: sirven a sus equipos como sirven a sus hijos, no esperan a que le sirvan.
- No es cierto que si lo que hace no te gusta, el intentar hacerlo lo mejor posible va a ser que te mantengan en ese sitio. El ser positivo y hacerlo bien en cualquier sitio crea las bases para futuras decisiones propias.
- Los buenos líderes tienen la suficiente humildad para admitir lo que no saben, y los grandes líderes buscan constantemente nueva información.
- No se pueden solucionar conflictos o diferencias de opinión si la relación no se basa en la confianza y el respeto. Es importantísimo la labor de un mentor en una empresa. El líder puede actuar de mentor su inversión en tiempo y dinero te la devuelven con creces.
- Por muy diferentes que seamos, todos queremos sentirnos especiales, que nos traten con respecto y que nos vean como individuos. "En tiempos de cambios drásticos, los que aprenden ellos harán el futuro".
- Si incluye a tus trabajadores en las decisiones de la empresa se comprometerán más y lucharán por mejorar más.

LA INTEGRACIÓN: comprometer a tus empleados para que sientan que son importantes. Esto provoca ganas de venir a trabajar, más satisfacción, menos absentismo, más productividad. No hay nada mejor que sentirse orgulloso de pertenecer a un lugar donde se le reconoce. Todos son importantes de la limpieza del director, cada uno según su responsabilidad. Si alguno falla, se resiente todo.

- La clave está en desglosar todos los parámetros de cada servicio y ver cómo se puede mejorar con la mejor relación calidad-precio.
- Cada trabajador tiene sus propias aspiraciones, motivaciones, problemas personales, factores familiares y hay que conocerlos lo mejor posible, si hay confianza, hay posibilidad de ayudar y de comprender; ayúdelos en las dificultades y favorezca la consecución de sus sueños.
- Permite que sus trabajadores lo conozca igualmente a usted. Favorezca los vínculos con familiares.
- Uno debe ser como es, independientemente de con quién esté. Esto no quiere decir que no respete las normas de comportamiento de ciertos contextos. Uno debe tomarse menos en serio a uno mismo y más en serio su responsabilidad. De lo contrario se dará una imagen poco fiable. La gente no suele recordar lo que se dice sino cómo se sintió con lo que dijo.
- El escuchar a todo el mundo, aparte de sintonizar mejor con las personas, es una fuente de información importante y ayuda a tomar mejores decisiones. Hay que hacer saber a los empleados que cuentan contigo para escucharlos sobre cualquier asunto que requiera de tu atención. Para que esto se dé hace falta un marco de confianza sobre poder hablar sin represalias. Si tenemos dudas, pregúntale siempre primero a quienes viven más cerca de la situación.
- Lo importante está en los detalles (el resto lo puede hacer cualquiera), y no siempre implican más gastos, a veces es generar un momento de alegría, otras veces es hacer una gestión, es en definitiva, tener vocación de servicio.
- Una buena forma de generar compromisos es: "Hacer prometer con la mano levantada que vamos a ayudarnos mutuamente para mejorar el estado de la empresa"
- haga todo lo que puedo por ayudar a sus empleados cuando lo necesite, y que sepan que estás a disposición, si que ocupase los pequeños problemas se reducen las posibilidades de que indiquen más grandes.
- Hay que dejar espacios en la agenda para los imprevistos, sino los ocupa, disfrute.
- Hay que practicar la escucha y el entendimiento. Primero ver las cosas el punto de vista del emisor y luego interpretar toda la información. Esto sólo se puede hacer con paciencia. Es igual que una pregunta tipo test, si no entendemos bien la pregunta incluso con sus trampas y verdades a medias, no podemos dar una respuesta correcta.
- La otra causa de por qué es necesario atender es porque una cosa es lo que se dice y otra lo que se quiere decir e incluso ocultar. Todo es información importante que hay que filtrar. Se puede coger notas mientras se escuche, para tener una idea más global es bueno repetir lo dicho en resumen para asegurarse de que hemos comprendido. Esto indica verdadera intención de entender.
- Lo más importante es crear imagen de confianza, ser sincero e ir al grano; y tener fama de ello.
- La mejor forma de comunicar es siempre de individual agrupa al, hay que buscar la forma de personalizar la comunicación, a partir de ahí, crear un sentimiento de grupo y pertenencia.
- Se debe comunicar con claridad, de forma individual y con honestidad, así sabrán lo que quiere, se sentirán valorados y tendrán confianza en que dice lo que piensa. Hay que atender a las personas que se sienten excluidas ya que raramente es por falta de capacidad, pero tarde o temprano afectará a su rendimiento. Es importante ayudarlas con ejemplo para los demás de tal forma que todos se impliquen.
- El facilitar con confianza el acceso de los empleados a hablar con los superiores genera mayor flexibilidad y veracidad.
- Es clave contratar gente cualificada para el trabajo que van a realizar, dejándoles bien claro sus ámbitos de responsabilidad, autoridad y control, dejándoles hacer.
- Cultura corporativa: sistema de valores y creencias sobre el que se sostiene una empresa, a través del cual se impulsan acciones y actitudes relacionales a desarrollar.
- Los empleados deben tratar al cliente de la misma forma que el jefe les trata ellos; y deben prepararse para que los clientes cumplan cuatro deseos básicos: 1-hágame sentir especial, 2-trátenme como individuo, 3-respéténme a mí y a mis hijos, 4-sepa hacer su trabajo.

ROMPER MOLDES: a los profesionales se les debe crear el marco de actuación adecuado para

trabajar con eficacia, creatividad y responsabilidad, donde puedan tomar sus propias decisiones. Si es necesario, deben romper moldes que faciliten el camino. Es bueno que los trabajadores pasen por diferentes puestos para que todos puedan opinar y tener una idea más global de lugar de trabajo.

- Los trabajadores deben saber exactamente cuáles son sus responsabilidades y cuáles las de su compañera, para que no se generen altercados y decisiones contradictorias. Como líder uno puede delegar, pero el responsable último de los resultados es uno.
- Hay que rentabilizar todos los puestos de trabajo. Buscar fórmulas para minimizar los gastos con un mayor beneficio. Intentar compatibilizar los intereses de la empresa y la preocupación por el bienestar de la empresa. El secreto está en pagar menos pero dando valor añadido con el menos coste posible.
- Lo importante es tener menos intermediarios para poder contratar a los mejores y así poder derivar más.
- Si tus empleados adquieren más responsabilidades para los más o facilitarles el trabajo. Pero si hay mucho trabajo es necesario contratar a alguien más, será como poner la quinta en el coche, en vez de ir en tercera forzado.
- Organizar las reuniones para que sean más productivas: hacer previamente un guión, y si da tiempo otras cosas, reuniones de una o hora Y media como máximo. 48 horas antes, dar a conocer el guión de la reunión. Una vez al mes. Deben empezar y terminar a la hora prevista. Reuniones sólo para informar de algo importante y largo para solucionar problemas importantes.
- A la hora de asumir riesgos hay que valorar si las decisiones son reversibles o no, si lo son hay mayor margen y facilidad para tomarlas, y en principio no pasa nada, se trata de mejorar globalmente aunque pueda molestar a algunos sectores.
- Ante las resistencias y críticas se deben escuchar con atención los alegatos, diferenciando los que son constructivos y los que nos.
- El cambio genera incertidumbre, pero si lo que se hace, se hace con el convencimiento de que mejorará la vida de la mayoría, entonces adelante.
- Cuanto mejor es la estructura de una organización, más fácil es cambiar, se encuentra menos resistencias y se percibe como un perfeccionamiento, no una revolución. Lo ideal es que nadie se acomode a una rutina, que todos se impliquen en el proceso creativo. "Cambio creativo": solución creativa a problemas y desarrollo de nuevas posibilidades.
- La estructura está bien cuando: funciona sin problemas en ausencia, las responsabilidades están claras, decisiones rápidas y eficaces.

HAGA DE SUS EMPLEADOS SU MARCA: lo que hace grande a una empresa es el perfil de empleados que desarrollan la marca de empresa.

- Por eso es importante determinar el perfil del candidato perfecto: debe tener competencia técnica, competencia gesto (debe ser organizado y disciplinado), competencia tecnológica (estar al tanto de las mejoras tecnológicas que puedan ser necesarios para el trabajo) y competencia de liderazgo para tomar decisiones y ser capaz de liderar a más gente.
- No contratar un clon cuando queda vacante un puesto analizar la nueva situación, determinar lo que se necesita a corto-medio plazo, y elegir en consecuencia.
- Busque gente preparada sin descartar ninguna opción, porque a veces gente que no tiene el perfil entra como la brisa fresca. De hecho las visiones en laterales de otros perfiles suelen ser más creativo, aunque también deben ser rentables.
- Implique al equipo en el proceso de selección para que todo el mundo se sienta integrado de participe. Con toda la información uno debe elegir.
- Los currículums hay que verlos como anuncios, no como informes y no deben evitar datos importantes (cárcel, etc.) y no deben decir mentiras.
- Por muy bueno que sea alguien, la química de equipo es lo que hace la magia. Los candidatos de nada a la organización y no al revés. La cultura de la organización es el producto de la gente que trabaja en ella, y cualquier suma o resta alterará el resultado.
- Contra tres personas más capacitadas que usted en los aspectos para los que se contrate. El temor a ser eclipsado debe cambiarse por la reputación de contratar buena gente.
- Se debe describir el puesto completamente que va a ser ocupado (responsabilidades, autoridad etc.)
- Se puede poner un vidrio sobre las características de la empresa y lo que se espera de los empleados.
- La empresa es un reflejo de nosotros, según funcione se nos conocerá como tal.

- Averiguar in situ como trabajar o preguntar, pedir referencias y si ha sido despedido ¿por qué? Los buenos permanecen o se van, no los echan.
- Plantear situaciones hipotéticas es una buena fórmula para ver la capacidad de improvisación del aspirante. Fuerce segundas respuestas porque las primeras suelen ser convencionales.
- Aquellos empleados que pueden sentirse leales a su familia, también lo harán con la empresa. La compatibilizar familiar es clave. A medio plazo los empleados serán la insignia de la empresa.
- Si puede, hágales una prueba ese mismo día, es más fiable y le dará más confianza.
- No tenga prisa en buscar candidatos y empiece con tiempo para elegir el mejor. No el mejor de los disponibles. Piense en sí le gustaría estar trabajando o ser servido por ese candidato, si no lo es, siga buscando.
- Dentro de la empresa también se debe ir encontrando y formando nuevos líderes que quieran ascender.
- De la misma forma que es importante la elección de un empleado, lo es también cambiarlo de puesto, si es posible, o cambiarlo si no es el apropiado. Algunos indicios son: incapacidad para completar tareas, demoras en los cometidos, baja puntuación en índices de satisfacción de clientes, absentismo frecuente etc.
- En los despidos se debe actuar como un verdadero líder: exponer las causas, ser directo pero con tacto, agradecer los esfuerzos y facilitar el encuentro de un nuevo trabajador.
- Plantearse cómo le gustaría que lo escribieran a uno y actuar así con cierta objetividad. Explicándoselo todo. Ya se supone que se han hecho esfuerzos por evitarlo, pero si es irreversible facilitar una salida constructiva.
- A veces es bueno hacer las adaptaciones pertinentes para que un buen trabajador esté a gusto y progrese para evitar su marcha.
- No perder el contacto con la gente que se va, nunca se sabe si pueden regresar.
- Los empleados son la marca de la empresa. Deben de ser bien elegidos. Y ninguna publicidad es mejor que ésta.

• **HAGA MAGIA CON EL ENTRENAMIENTO:**

- Un buen líder ayude a progresar a sus empleados tanto dentro como fuera de la empresa.
- Primero: empezar por la historia y cómo empezamos hasta llegar aquí. Segundo: lecciones básicas, importancia de ser amable, sonreír, mantener limpias las instalaciones. Tercero: aspectos técnicos y funcionales de su ocupación. Cuarto: superar expectativas de sus invitados.
- Todos los empleados deben conocer el funcionamiento global y ser capaces de responder a la mayoría de las preguntas que pueden hacerles.
- Ofrezca a su gente no sólo un empleo, sino una misión.
- Dejad a los clientes boquiabiertos con vuestra amabilidad. Lo que más se recuerda la gente son los gestos inusuales de trato. Procuremos que pasa en el mejor momento posible con nosotros.
- **Principios generales:** 1. **Principio de la visión** (lo que queremos ser). 2. **Principio de la esencia** (lo que queremos que sientan los invitados). 3. **Principio de la misión** (lo que debemos hacer), satisfaciendo los deseos de los clientes, valorar y respetar la individualidad y el trabajo en grupo, crear un ambiente divertido, creativo de responsabilidad, siendo innovadores, evitando burocracia y trabajar simple, rápida y eficazmente. Y por supuesto conseguir los éxitos financieros para crecer y cumplir la misión.
- Más que el jefe debe ser profesor, entrenador personal y consejero; habrá cola para trabajar con usted. Lo que aporta más, después de buena información, es la experiencia y el ejemplo.
- Conviértase en un coach (ocúpese, observe, actúe, comuniqué, ayude). Demuestre que está pendiente de sus empleados, observando todo aquello que se pueda mejorar, aprenda a comunicar de forma constructiva, y ayude a conseguir los objetivos personales y laborales.
- Los empleados deben ser coach de los pacientes y trabajadores que empiecen.
- No pidas nada que no hagas. Da el ejemplo, todo esto vale más que 1000 cursos.
- No se preocupe de si su hijo no le escucha. Lo que debe procurar es que siempre lo observe.

SIETE PRINCIPIOS DEL SERVICIO:

- 1. Mirar a los ojos y sonreír (en pesar y termina siempre así)
- 2. Dar la bienvenida a todos y a cada uno de los invitados sean clientes directos o no.
- 3. Estar atentos a las necesidades de los invitados dando una respuesta rápida y eficaz según las

condiciones de la situación. (se pueden pensar en todas las posibles sugerencias y tener preparadas posibles respuestas).

- 4. Adoptar un lenguaje corporal adecuado y correcto en todo momento. Dejar claras las pautas ante posibles situaciones irregulares.
- 5. Envolver a los invitados en una atmósfera mágica de atención, compañía y comunicación.
- 6. Dar gracias a todos incluidos a los acompañantes por haber venido a conocernos.
- Las experiencias de los pacientes deben definirse desde el buen servicio hacia un servicio mágico donde puedan contemplarse actuaciones no programadas.
- Crear momentos mágicos de forma regular para cautivar a los pacientes (ejemplo: y la música que quieran oír, sortear una vez al mes entre los pacientes una consulta gratis y avisarlo, etc.)
- Comunicarse con los empleados mediante el mayor número de vías posibles: revista, mini-reuniones antes de empezar (dudas, agradecimientos, recuentos, etc.) una vez al mes de reunirse personalmente con cada uno de los empleados y saber más de su vida, intenciones, quejas...
- Podría hacer un relato breve de su vida: equivocaciones, sueños, aciertos y hacer que los demás lo hagan también; es una forma de entendernos y ayudarnos mutuamente.
- Explique las decisiones y sus motivos, los podrán comprender o no, pero le respetarán más.
- No sólo estimule a que los empleados aporten ideas, también debe exponer posibles problemas o potenciales sucesos inesperados, para los cuales se necesite una preparación previa.
- Si puede, de charlas o pregunte de qué tema le interesaría conocer más.
- Todo funciona por procesos, en la medida en que todo el mundo tenga claro cómo realizar las cosas, más eficientes serán
- Es bueno interesarse por las quejas o problemas que tengan los pacientes, especialmente por teléfono.
- Enseñe a sus empleados a identificar problemas en los procesos, pero no espere a que se lo digan y luego escuche sus posibles soluciones.
- Otra herramienta es que los empleados hagan a auditorías del trabajo de los demás así se puede conseguir información cruzada de factores positivos y negativos (especialmente en los que consigan)
- Estar al tanto de los avances tecnológicos que puedan simplificar, y provoquen más eficiencia en los procesos. (En aquellos que sean susceptibles de mejora sin perder calidad de atención personal)
- Mantener limpio siempre lo que se ve sucio, no esperar.
- En la marina se dice que: "toda norma tiene detrás un marinero muerto". Por eso anticipé a los problemas buscando posibles fallos antes de que se manifiesten.
- Si no encuentra tiempo para aprender a gestionar mejor tu tiempo (afilarse el hacha) es que realmente lo necesitas.
- Primero: prioridades. Segundo: delegar si son cosas que pueden hacer otra persona (hacer una lista y dejarlo). Tercero: considerar necesidades personales (físico-mental, familia, amigos). Cuarto: planifique por la mañana en 10 minutos el día. Quinto: con el tiempo que queda disfrute de la vida y sea creativo.
- Prepárese para salvar la resistencia que implica todo cambio de proceso. (Tanto internas como externas). Lo más importante es dar respuestas a todos los posibles efectos colaterales del cambio.
- Considera que los cambios de procesos como experimentos. Prepárelos bien, implántelos de uno a tres meses y valore si se ha hecho como uno pensaba y si se han producido problemas que deben solucionarse para depurar el plan.

AVERIGUAR LA VERDAD:

- "los ojos abiertos, los oídos escuchando y la boca preguntando" es la forma de tomar buenas decisiones en menos tiempo y con menor coste económico y emocional.
- En horario al público hay que estar más fuera que dentro. No aislarse, está a la vista para ser preguntado, ser aconsejado etc.
- Se trata de mejorar el servicio, no buscar efectos personales. Ponerse en lugar del cliente es importantísimo, pruébelo, y no le defraudará.
- Aunque nos esté de acuerdo con las demandas, se deben escuchar y quizás se podrían realizar en un período de prueba.
- La gente debe sentirse libre y segura a la hora de hablar. Lo importante en estos casos son los hechos, no las personas. Y de lo que se trata es de mejorar.
- Los empleados no siempre terminan diciendo la verdad de todo igual que los hijos con los padres,

aunque haya mucha confianza. Por eso hay que ganar esa confianza estableciendo un marco de escucha activa y no de acción-reacción. "¿Haya algo más que quieras contarme?... y al final ¿qué le gustaría que hiciera para solucionarlo?"

- A la hora de responder a preguntas: evitar tópicos, no simular que se sabe algo (mejor: no sé, pero buscaré la respuesta), decir la verdad y asumir los errores (los errores se perdonan, las mentiras no).
- Se podría hacer una lista de posibles preguntas comprometidas que puedan surgir y preparar las respuestas con los empleados, les dará conocimiento y seguridad frente a los pacientes.
- Haga encuestas anónimas o no, sobre su gestión forma de llevar a cabo su trabajo.
- A la hora de controlar el gasto, se puede pedir a los empleados ideas de cómo recortar (siempre con la conciencia de que no se reduzcan los empleos ni los servicios a los clientes).
- El mejor combustible para sus empleados es: ARE (apreciar, reconocer y animar), ellos a su vez lo harán también. Además no sólo no se agota, sino que crece su volumen.
- Si valoras el tiempo y pasa su tiempo con tus empleados conociéndolos, escuchándolos etc. ellos sabrán que los valoras. Esto incluye fiestas y celebraciones.
- Reconozca la labor positiva de los empleados pero nunca los recrimine en público y siempre que sea de forma constructiva.
- En Navidad se rinde homenaje a los miembros y se hace pública su valoración obsequiándoles con un detalle de la empresa.
- En la medida que se pueda, incluir en celebraciones a la familia directa de los empleados y agradecer a los familiares la ayuda indirecta que aportan a la empresa.
- Se debe tratar a los empleados de menor rango con un plus de dignidad, ellos son la base.
- El acto de agradecer debería ser una rutina y lo ideal es que sea en persona, pero también por escrito es bueno por qué lo podrán guardar. Y no sólo a los que hacen algo bien.
- Los cuatro pilares de un empleado satisfechos son: hágalos sentir especiales, trátelos de manera individual, respete los y mantenga los informados.
- Es importante el vocabulario que utilice, en la medida que sea más claro, menos peyorativo, menos irónico y que lo que diga sea lo más parecido a lo que quiere decir, comunicará a la mejor.
- Utilice la agenda para agradecer y acordarse todos los días. Son sólo 5 - 10 minutos.

MANTÉNGASE EN CABEZA DEL PELOTÓN:

- los líderes no dejan de aprender nunca, y esté siempre al tanto de los cambios sociales, tecnológicos etc. y averigüe como puede adaptarlos a su empresa.
- La mente debe ser una esponja tanto los buenos como los malos tiempos.
- Siga desarrollando las cuatro competencias del líder: 1.- Técnica: ampliar y mejorar conocimientos. 2.- Gestión: perfeccionar la capacidad de control y organización del entorno (máxima eficacia). 3.- Tecnológica: avances que pueda adaptar a su empresa. 4.- Liderazgo: mejorar el refinamiento en el arte de liderar.
- Mejorar el arte de hablar en público: no des discursos, cuenta historias; recurre a ejemplos personales (familia, etc.); nunca permitas que alguien te escribe al discurso; nunca de un discurso sobre algo que no te apasione.
- Es bueno practicar con los empleados primero e ir aumentando el número de personas y el ámbito.
- Un empresario debe saber de todo aunque todos hagan el trabajo, ya sea de contabilidad, marketing, gestión del talento etc. la inversión en esto es siempre amortizadas. Le ha de todo, especialmente de cosas actuales, la información y las noticias locales, nacionales, internacionales, según la repercusión de su negocio.
- Averigüe quiénes son los mejores en lo que hace y estúdielos. Busque sus defectos y dificultades y mejórelas.
- Cultive los contactos profesionales todo lo que pueda tanto del ramo, como de otros.
- Es una buena idea estudiar gustos y cosas que disgustan a los invitados, lo que quieren y lo que rechazan. Se pueden hacer cuestionarios, encuestas, forma de llegar (transporte), si tienen que dejar niños, bonos, formas de pago, como nos conocieron, información y formación que les gustaría tener etc. se trata de acostumbrarse a adoptar medidas rápidas, interés en adquirir productos etc..
- Estudiar gustos, deseos, que esperan y cómo se los puede sorprender, que estereotipos traen (negativos: precio, espera etc.; positivos: efectividad, ambiente positivo, familiar etc.).
- Amplié experiencias y descubra cómo funcionan otros lugares y aprenda cómo han solucionado

algunos problemas.

- Vigila lo que dices y lo que haces está siempre en el punto de mira. Y cuanto más te acostumbres lo harás casi sin esfuerzo y lo extrapolarás a todos los ámbitos. Es como estar siempre en escena. Compórtese como un profesional. Y esto quiere decir que es una cuestión de actitud y maneras y de la imagen que uno proyecta al mundo.
- La reputación y la credibilidad está implícita en el líder.

PAUTAS DE UN BUEN PROFESIONAL

- Irradie pasión por su trabajo, y no permita nunca que se pierda. Y, haga lo que crea necesario para mantener las. Esa pasión es la misma en la vida privada y por lo tanto deben estar coordinadas y compenetradas.
- Esfuércese por hacer bien su trabajo, lo importante es la dedicación, la empatía y los resultados no el tiempo.
- Se debe enmarcar objetivos ambiciosos. Difícil es pero alcanzables, mejorando el reparto de tareas y responsabilidades y facilitando la eficiencia.
- Debe ocuparse de la empresa y de las personas que tiene al cargo. La imagen es importante y el trabajo está influido por ella.
- Nunca se queje o la mente, no se desanime ni sea pesimista, y no actúe a la desesperada. Un buen profesional sabe que todo se puede solucionar, por lo tanto lo importante es la actitud y el comportamiento que de.
- En los días malos todo comienza por una sonrisa. Las críticas que sean directas y constructivas.
- Cuide su imagen personal y la de sus empleados (piercing, tatuajes, vestuario etc.)
- todo debe de estar en perfectas condiciones, no sólo en ocasiones especiales. Se debe establecer un orden de prioridades y dedicar el mayor tiempo a la base y luego al resto. Imagínese entrando en su negocio y haga realidad lo que quiere ver.
- Enseña sus empleados a “apropiarse” de la empresa, es decir, que la traten como si fuera suya.
- Un buen profesional tratar de iluminar su empresa, es serio en su trabajo, resuelto en la búsqueda de resultados, pero no se toma muy en serio a sí mismo, y no necesita poses afectadas ni alardear de su status, utiliza el humor (no irónico) y disfruta viendo a la gente divertirse siempre y cuando se haga bien el trabajo. (Invente sorpresas, a las bromas)
- un buen profesional está disponible siempre para sus empleados, devuelven mensajes y llamadas de inmediato, agradece las aportaciones y es humilde como para pedir ayuda a algún compañero si lo necesita. Es generoso en su tiempo y conocimientos, y cumple sus compromisos.
- A pesar de las diferencias, se ganará el respeto de todos si actúa eliminando rápidamente las tensiones.
- Busque siempre la colaboración en el conflicto. Y aclarando lo antes posible los malentendidos. Hay que fijarse más en los datos objetivos que en las diferencias personales por el bien de un objetivo mayor.
- Los grandes líderes sacrificando personal por lo común y son humildes con los que están por encima y los que están por debajo. Se preocupan más por su misión la de sus empleados y sus clientes que por sí mismo.
- Recuerda: "sé humilde, tratar de mejorar, pero no eres tan bueno como crees"
- Los malos jefes son muy conscientes de que no son tan buenos, por eso tratan de esconderlo, incluso rebajando los demás.

AFIANCE SU CARÁCTER

- Antes de nada, debe saber y definir cuáles son sus principios, para así saber qué hacer en cada momento y en el futuro.
- Valores de un líder: 1.- Honestidad: ser sincero y recto con todo el mundo. 2.- Integridad: dar ejemplo de lo que se dice. 3.- Respeto: por todas las personas a pesar de las diferencias. 4.- Coraje: para poder decir lo que se piensa sin miedo a represalias. 5.- Apertura: compartir información y estar abierto a los canales. 6.- Diversidad: es importante que la gente sea diferente, sólo así se tendrá una idea más global de la gestión. Todos son importantes, por lo que se deben sentir integrados. 7.- Equilibrio: entre el trabajo y el descanso, el divertimento y los compromisos familiares. 8.- Divertirse: es muy importante que lo que haga sea gratificante en su mayoría.
- Los valores y su carácter, el hacer más de lo que se le supone, diferencia mucho a las personas. La

forma de trabajar es lo que nos hace mágicos. Averigüe sus valores y enseñarlos a los empleados, puede ser escritos o con ejemplos.

- El futuro de la empresa reside en el equilibrio de sus tres patas: empleados, clientes, beneficios.