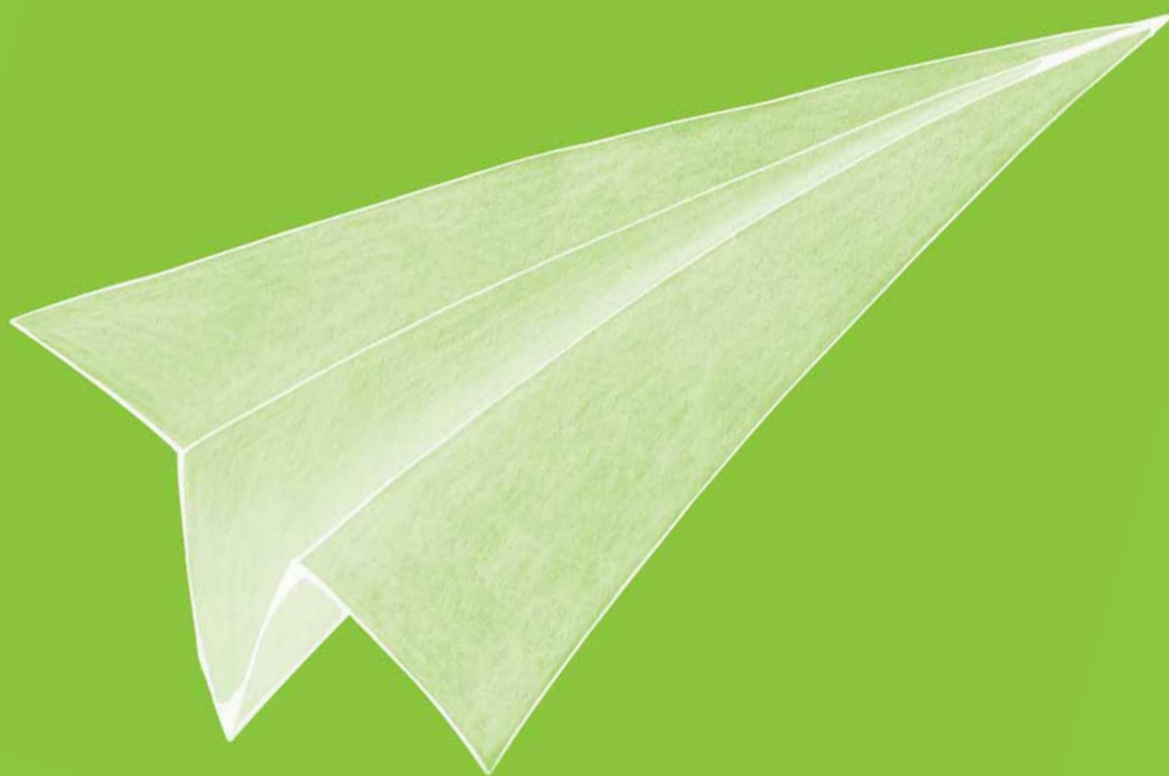


Formazione

2 0 1 7 / 2 0 1 8



EX3CO

The Human Side

Corsi a catalogo

ISTRUZIONI PER L'USO

I corsi di formazione **interaziendale** che trovate nel catalogo si caratterizzano per la presenza in aula di partecipanti provenienti da diverse realtà aziendali, che tramite lo **scambio** e la **condivisione** della propria esperienza, lavorano insieme per lo sviluppo di uno o più competenze.

Questi stessi corsi possono però essere modificati, miscelati e progettati su misura per le vostre esigenze ed essere quindi erogati direttamente presso la vostra azienda.

Tutti i corsi di questo catalogo possono essere:

- erogati anche in forma di **“one to one”**
- somministrati in **lingua inglese**
- organizzati tramite la **formazione finanziata**
- **personalizzati** ed erogati direttamente in azienda

I plus dei nostri corsi a catalogo:

- intervista telefonica con il docente prima dell'intervento formativo ←
- test online legati alle tematiche del training richiesto ←
- supporti post aula (simulatori, linea diretta con i formatori, video) ←
- attestato di partecipazione ←

un'ultima cosa! Trovate i profili dei nostri formatori su www.execohr.it, nella sezione «Execo People».



EXECHO è

- Selezione
- Formazione
- Consulenza

Execo si struttura come un vero e proprio **network di competenze** che riunisce intorno a sé non solo consulenti e formatori di primissimo livello, ma anche professori universitari, ex top manager, psicologi, filosofi, esperti legali, designer ed artisti.

Questo ci permette di lavorare in modo indipendente e proporre sempre la soluzione migliore: intercettiamo quanto di maggior valore troviamo sul mercato per offrirlo ai nostri clienti, adattandolo su misura per le loro esigenze.

Nel nostro “laboratorio” ogni giorno nascono idee nuove, che si trasformano in progetti concreti.

EVENTS & UNCONVENTIONAL EXPERIENCES

Execo propone numerose soluzioni per il vostro TEAM BUILDING, che in alcuni casi possono essere utilizzate come “attivatori” di un percorso di formazione. Tutte le proposte sono concepite come tessuti di una bottega sartoriale e vengono “tagliate e cucite” a seconda delle esigenze e degli obiettivi formativi del cliente.

ARTE

- > Art Factory
- > Music!
- > Photo's Team Day

CUCINA

- > Cooking Training
- > A tavola con creatività
- > Wine Building

CULTURA

- > Il signor G al lavoro
- > Guardare oltre

SHOWTIME

- > Teatro d'impresa
- > Teamspot
- > Gira il tuo film

URBAN GAME

- > Delitto in città
- > Mission Impossible

SPORT

- > Krav Maga
- > Orienteering
- > Free Flow Adventures
- > Tango Team

STRATEGIA

- > Lego Team Day
- > Simulatore di volo
- > Best Moves
- > CEO per un giorno
- > Business Game

per info: mail@execohr.it

ASSESSMENT

“ Chiunque può essere capace di fare più di quanto potrebbe mai immaginare ”

Henry Ford

L'**assessment** rappresenta una metodologia di valutazione fondamentale per individuare l'insieme delle caratteristiche comportamentali individuali richieste ad una persona per ricoprire un certo ruolo in una determinata organizzazione.

Si tratta di uno strumento utile nella **selezione**, nella **gestione** e nello **sviluppo** delle **risorse umane**, ma anche in “versione light” prima dell'erogazione di interventi formativi.

Possibili strumenti

- Intervista psicomotivazionale
- Test comportamentali e di personalità
- Analisi grafologica
- Case history per attività di gruppo
- Business Game
- Simulatori
- Feedback e report di sintesi

Non utilizziamo un modello standard, ma scegliamo, di volta in volta, gli strumenti più efficaci in base all'esigenza specifica e alla cultura aziendale del cliente.

LEARNING LUNCH *Execo Seminar*

Nutriamo il pensiero per affrontare il cambiamento

3 ore di incontro dibattito a tutto campo fra gli executive dell'impresa e consulenti strategici, docenti universitari e top manager, che hanno collaborato con i board delle più importanti realtà aziendali.

TIPOLOGIE DI LEARNING LUNCH

Scenario Impresa

"La filosofia migliora le aziende" - D. Fusaro, M. Pappalardo

Scenario socio-economico

"Il mondo che arriva" - G.Sapelli, G.Siri

Scenario psico-sociale

"La mutazione delle persone" - M.Pappalardo, G.Siri

Scenario generazionale

"Nuove generazioni e impresa" - D.Alberti, G.Siri

Scenario organizzazione

"Organizzare l'imprevedibile" - G. Baldini, G.Siri

Scenario lavoro

"Una nuova filosofia del lavoro" - M.Pappalardo, G.Siri

Scenario formazione

"Le persone risorsa del futuro" - D.Malerba, M.Pappalardo, G.Siri

Scenario Impresa

"L'impresa domani" - G.Sapelli, G.Siri

Il learning lunch si svolgerà in azienda durante la pausa pranzo.

Indice dei corsi

Cosa c'è di nuovo	p.	Area Comunicazione	p.
> Navigare il cambiamento	10	> Parlare in pubblico	40
> La formazione come comprarla e progettarla	10	> Storytelling	41
> Relazioni sindacali	11	> Tecniche di assertività per affermare se stessi in azienda	42
> HR per gli HR	12	> Ingegneria della comunicazione	43
> Attrarre e gestire il talento	13	> Communication Skills	43
> Accademia dei Manager	14	> Scrivere in azienda	44
> Conversazioni difficili	16		
> HR per i non HR	16	Area Commerciale & Marketing	p.
> La trasformazione organizzativa	17	> Vendere non fa per me	46
> Efficacia dei tavoli di lavoro	17	> Tecniche di vendita base: la persona al centro	46
> Basi di imprenditorialità	18	> Tecniche di vendita avanzata	47
> Conoscere e vincere le abitudini	19	> Vendere con le parole	48
> Conoscere e vincere la paura	19	> Fondamenti di negoziazione commerciale	48
> Leader non gerarchico	20	> Personal branding	49
> Dal performance management ai sistemi di feedback	20	> Marketing di base	49
> Neurobiologia del tempo	21	> La telefonata per il business	50
> Learning Agility	21		
> La resilienza in pratica	22	Area Human Resources	p.
> Gestire le emozioni e lo stress	22	> Consapevolezza dei costi per HR	52
> Design Thinking	23	> Easy finance per le risorse umane	53
> Luxury attitude	23	> Selezione del personale - base	54
> Generare valore con la fiducia	24	> Selezione del personale - avanzato	55
> Social media policy efficace	25		
> LinkedIn per aziende e professionisti	26	Area Web & Informatica	p.
> Progettare slide efficaci	28	> Excel - base	58
		> Excel - avanzato	58
Area Manageriale & Comportamentale	p.	> Vendere con il blog aziendale	59
> La leadership flessibile e relazionale	30	> Content marketing	59
> Fondamenti di management	30	> PowerPoint - base	60
> Le tecniche per una negoziazione efficace (base)	31	> PowerPoint - avanzato	61
> Changeability	31	> Seo: ottimizzazione dei siti per i motori di ricerca	62
> Vinci con la squadra (che non hai scelto)	32	> Web marketing e search engine marketing	63
> Fondamenti di project management	32	> Come costruire e gestire il proprio sito web	64
> Lavorare in modo interfunzionale	33		
> Lavorare per obiettivi	33	Area Finanza & Legale	p.
> Business Change Management	34	> Easy Finance	66
> Business Execution	35	> Recupero crediti	67
> Lean Thinking	36	> IVA - corso base	67
> Le mappe mentali	36	> Legal English	68
> Time Management	37	> I contratti di impresa	69
> La consapevolezza dei costi	37		
> Gestione efficace dello stress	38	Informazioni generali	70
> Problem Solving	38		



Cosa c'è di nuovo

NAVIGARE IL CAMBIAMENTO

Tutti ormai parlano di cambiamento, tutti affrontano il cambiamento, ma i cambiamenti spesso non riescono. Progettare e dare indicazioni per realizzare un processo di cambiamento è relativamente facile: difficile è il prima e il dopo. È necessario cambiare? Che tipo di cambiamento affrontare? Siamo pronti per il cambiamento? Siamo capaci di vivere il "dopo" come un nuovo "prima" del prossimo cambiamento? Diamo risposte concrete, convincenti e praticabili a queste domande e navigheremo il cambiamento.

Obiettivi

- > Prepararsi in tempo: lettura dei segnali esterni ed interni
- > Valutare la capacità di cambiare dell'organizzazione
- > Promuovere, seguire e fare proprio il cambiamento
- > Vivere la nuova realtà: persone nuove per nuovi traguardi e nuovi cambiamenti

Metodologia

- > Analisi di storie di cambiamento: punto di partenza per capire
- > Consolidamento degli apprendimenti dalle storie: capitalizzare l'esperienza
- > Condivisione delle situazioni di cambiamento: leggere e capire la propria situazione
- > Progettazione del proprio cambiamento in aula: team coaching e team counseling

Programma

- > Ambiente esterno, ambiente interno e drivers del cambiamento
- > C'è cambiamento e cambiamento: natura e caratteristiche dei cambiamenti
- > Modalità di conduzione dei cambiamenti: modelli hard e modelli soft
- > Comprendere e superare le resistenze
- > Valutare in anticipo i risultati: indicatori e metriche
- > Consolidare il cambiamento in modo flessibile

1 giornata | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 11 settembre | 23 novembre
2018: 14 febbraio | 8 maggio | 27 luglio

LA FORMAZIONE COME COMPRARLA E PROGETTARLA

La formazione cammina, la realtà corre veloce: finiranno per perdersi? Tutte le generazioni hanno lo stesso problema: sommersi di dati, di contatti e di relazioni, non si orientano e non capitalizzano il sapere. È la collaborazione la via per la formazione: connettersi in modo intelligente, guidato, accompagnato da una direzione HR digitale e consapevole. Progettiamo insieme la nuova formazione per interpretare e guidare il cambiamento.

Obiettivi

- > Ricollocare la formazione: da elemento d'arredo a facilitatore del business
- > Fare il punto: didattica attiva e didattiche attive
- > Progettare la nuova formazione con approcci innovativi e competenze diversificate
- > Agganciare la formazione al Knowledge Management System ed alla produzione di innovazione

Metodologia

- > Lettura ragionata del fenomeno formazione attraverso esperienze concrete e significative
- > Comprensione dei successi ed analisi degli insuccessi per una capitalizzazione dell'esperienza
- > Co-design in aula di nuovi percorsi di formazione nel contesto attuale dei partecipanti
- > Utilizzo estensivo degli strumenti di didattica attiva supportati dalla tecnologia digitale

Programma

- > Nuovo contesto, nuovi bisogni e nuove risposte
- > Analisi delle nuove modalità di apprendimento e dei nuovi atteggiamenti verso la formazione
- > Dall'e-learning al collaborative digital learning: quali progetti con quali strumenti
- > Conversare, condividere, collaborare nello sviluppo di nuovi saperi: le learning communities
- > Sollecitare e tenere desto l'interesse: i learning enablers
- > Formazione e pervasività: le nuove flessibilità per l'efficacia del business

1 giornata | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 20 settembre | 6 novembre
2018: 23 febbraio | 16 maggio | 9 luglio

RELAZIONI SINDACALI

Gestione dei Tavoli e Negoziazione

La gestione delle Relazioni Sindacali in questo momento di profondi cambiamenti apre all'opportunità di dinamiche dalle quali azienda e lavoratori possono trarre vantaggi comuni. Ha ancora senso immaginare il Sindacato come pura controparte? Qual è il modo migliore per creare e impostare una relazione sana e proficua? Che utile viene dall'obbligo d'informazione? Come lavorare con il Sindacato e impostare una cultura aziendale basata sulla fiducia?

Obiettivi

- > Conoscere i temi principali della trattativa sindacale
- > Gestire negoziazioni ad alta complessità
- > Comprendere l'importanza di una preparazione adeguata
- > Sviluppare l'empatia e la capacità di ascolto
- > Acquisire tecniche e stili negoziali
- > Imparare ad utilizzare un linguaggio negoziale adeguato

Metodologia

Aula teorica frontale, analisi delle attitudini individuali, esercitazioni, role playing e lavoro di gruppo. Lavoro su temi reali e definizione del metodo applicabile.

Programma

- > La trattativa sindacale
- > I principali temi di trattativa sindacale
- > Principi generali per la gestione delle relazioni sindacali
- > L'importanza della preparazione: costruire l'oggettività per promuovere il dialogo
- > Empatia ed ascolto
- > Linguaggio e negoziazione

2 giornate | Costo: 1.300 € + IVA

Milano 2017: 7-8 settembre | 7-8 novembre
2018: 15-16 gennaio | 5-6 marzo | 11-12 giugno

HR PER GLI HR

People Management per gli HR Manager

Le organizzazioni che hanno affrontato questo periodo di cambiamenti ottenendo risultati di successo hanno mostrato una rinnovata attenzione per la centralità della persona, comprendendo che occuparsi delle persone significa investire sui requisiti di ogni futuro successo. In questo scenario alla funzione HR compete impostare criteri coerenti di People Management, e ingaggiare i Manager nella responsabilità di attrarre nuovi talenti, ingaggiarli, costruire concrete opportunità di sviluppo e fidelizzarli. Quali strumenti per supportare questo sforzo e accompagnare al successo questi progetti?

Obiettivi

- > Comprendere i principi generali del people management
- > Acquisire gli strumenti necessari per un'efficace gestione delle persone
- > Comprendere come utilizzare al meglio gli strumenti di people management
- > Comprendere i principi base dello sviluppo organizzativo
- > Imparare a valutare il potenziale delle persone ed allinearne la crescita alle traiettorie di sviluppo organizzativo

Metodologia

Aula teorica frontale, analisi delle attitudini individuali, esercitazioni, role playing e lavoro di gruppo. Lavoro su temi reali e definizione del metodo applicabile.

Programma

- > I principi e gli strumenti chiave del people management
- > La persona al centro: obiettivi, delega e motivazione
- > Modelli organizzativi gerarchici, funzionali e flessibili
- > Costruzione di un piano d'azione personale

2 giornate | Costo: 1.300 € + IVA

Milano 2017: 9-10 ottobre | 11-12 dicembre
2018: 1-2 febbraio | 11-12 aprile | 9-10 luglio

ATTRARRE E GESTIRE IL TALENTO

Come definire e implementare politiche concrete e realistiche

Dalla prima metà degli anni '80 le aziende e le organizzazioni sono impegnate nella "guerra dei talenti". Da allora la situazione di conflitto, che un tempo riguardava solo grandi imprese e multinazionali, si è estesa anche alle PMI. Ma è proprio vero che bisogna avere un grande marchio per attrarre talenti? Ma è proprio vero che bisogna essere una grande azienda per avere un'efficace politica di gestione dei talenti?

Obiettivi

- > Comprendere la differenza tra people management e talent management
- > Apprendere i principi base e acquisire gli strumenti di people e talent management
- > Riuscire ad implementare un'efficace politica di gestione delle persone e del loro talento

Metodologia

Aula teorica frontale, analisi delle attitudini individuali, esercitazioni, role playing e lavoro di gruppo. Lavoro su temi reali e definizione del metodo applicabile.

Programma

- > Talent management e People management: cosa sono e in cosa differiscono
- > Talent management: principi base, politiche e strumenti, attori e tecniche
- > People management: principi base, politiche e strumenti, attori e tecniche
- > Obiettivi concreti di una politica di gestione dei talenti e strumenti per realizzarla
- > Gli attori e le tecniche del Talent Management
- > Indicatori, misura e follow-up

2 giornate | Costo: 1.300 € + IVA

Milano 2017: 13-14 settembre | 16-17 novembre
2018: 18-19 gennaio | 15-16 marzo | 6-7 giugno

Accademia dei

COS'È:

Pillole formative interaziendali della durata di mezza giornata che possono essere sviluppate successivamente anche in azienda

LE TEMATICHE:

Imparare l'ascolto: capacità decisiva per il manager d'oggi

Ascolto, attenzione, metacomunicazione, relazione: il ciclo virtuoso per creare team e generare autonomia funzionale

> Lezione interattiva con micro-esperienze

Milano 2017: 11 settembre | 13 novembre
2018: 5 febbraio | 9 aprile | 11 giugno

Apprendere e diventare padroni dell'arte del "Decidere"

Ragione, emozione, intuizione: la dinamica complessa del decidere: come possiamo aumentarne l'efficienza e minimizzarne i rischi

> Lezione interattiva con micro-esperienze

Milano 2017: 12 settembre | 14 novembre
2018: 6 febbraio | 10 aprile | 12 giugno

Si fa presto a dire "Cambia"

Il cambiamento non è "naturale", mentre lo è la resistenza al cambiamento. L'impresa vive però di cambiamento, oggi più che mai. Comprendere questo paradosso significa governarlo efficacemente

> Lezione interattiva con casework

Milano 2017: 13 settembre | 15 novembre
2018: 7 febbraio | 11 aprile | 13 giugno

Il futuro dell'impresa tecnologicamente avanzata sta nel fattore umano

La fluidità complessa e largamente imprevedibile richiederà il massimo di tecnologia digitale intelligente, che potrà essere sfruttata solo da persone intuitive, intelligenti, motivate e capaci di lavorare in team. La formazione sarà un tool decisivo e intrinseco alla vita aziendale quanto i computer

> Lezione interattiva con scambio di esperienze personali e casework

Milano 2017: 20 settembre | 22 novembre
2018: 14 febbraio | 18 aprile | 20 giugno

L'arte della "Consapevolezza"

Nella complessità fluida in cui l'impresa si troverà sempre più a navigare possiamo scegliere di fidarci dell'istinto o delle abitudini o della imitazione. Ma forse sarebbe meglio aumentare la consapevolezza che ci consente di elaborare scenari, cogliere trend, valutare l'evoluzione competitiva e individuare il DNA della nostra impresa. Come per ogni altra cosa anche la consapevolezza si può "apprendere" e diventare una competenza chiave per il nuovo manager

> Lezione interattiva con presentazione esemplificativa di analisi di scenario e trends

Milano 2017: 21 settembre | 23 novembre
2018: 15 febbraio | 19 aprile | 21 giugno

Costruire Relazione: la risorsa chiave per una impresa smart

Dove c'è relazione c'è efficienza e velocità di reazione e le imprese che navigano la fluidità complessa del mondo d'oggi e di domani hanno bisogno di queste due qualità. Siamo abituati a pensare che la relazione è spontanea e empatica: ma come ogni umana abilità in realtà viene in buona parte appresa nello sviluppo da bambino ad adulto, nelle situazioni relazionali familiari e amicali. Nell'impresa d'oggi non possiamo affidarci totalmente alla casualità della natura e della biografia per skill così decisivi per il successo organizzativo e di mercato

> Lezione interattiva con micro-esercizi esperienziali

Milano 2017: 22 settembre | 24 novembre
2018: 16 febbraio | 20 aprile | 22 giugno

€ 500 + IVA

Sconto 20% iscrivendo 2 persone della stessa azienda, sconto 30% per 3 o più iscritti.



Giovanni Siri

Ordinario di psicologia generale,
esperto di trend e consulente strategico

Professore ordinario di Psicologia Generale ha insegnato presso la Cattolica di Milano, l'Università di Genova, l'Università IULM di Milano, al master Europeo di Comunicazione Aziendale presso Ca' Foscari a Venezia, l'Università San Raffaele di Milano. Parallelamente agli impegni accademici ha svolto attività di consulenza per la ricerca sul consumatore, la comunicazione di impresa, il branding, le analisi di trend e di scenario. Ha svolto attività di consulenza tra gli altri in Ferrero, Young & Rubicam, McCann Erickson, Renault, Parmalat, Soremartec, Branca, Mutti. Ha cooperato a lungo con Giampaolo Fabris sia in Università che con la società GPF & Associati e ha diretto per circa due decenni un proprio istituto di ricerca sul consumatore. Si occupa attualmente di processi di cultural change in tutte le sue declinazioni, generazione di vision e di valori negli scenari e megatrend dei prossimi anni. Con un approccio strutturato in cui anche i dati estensivi vengono considerati come sintomi da leggere alla luce di una ermeneutica qualitativa centrata sulla personalità, i desideri, le rappresentazioni socialmente condivise nell'immaginario collettivo, le categorizzazioni cognitive che organizzano l'io. Tra i suoi libri "Sogni e Bisogni", "La psiche del consumo", "Cercare il futuro". È responsabile in Execo dell'area FormaMentis.

CONVERSAZIONI DIFFICILTOSE

Dialogo, confronto e negoziazione nella gestione del Capitale Umano

A tutti è capitato di dover gestire conversazioni critiche, che coinvolgono interlocutori difficili o costituiscono il punto di arrivo di storie nelle quali è mancata la chiarezza. Come affrontare questi momenti? Come trasformare un momento di potenziale conflitto in un'opportunità di dialogo e confronto?

Obiettivi

- > Apprendere i principi generali di gestione delle critical conversations
- > Apprendere quali sono gli errori da evitare
- > Comprendere l'importanza della preparazione per costruire l'oggettività e promuovere il dialogo
- > Sviluppare le capacità di empatia ed ascolto
- > Acquisire e imparare a padroneggiare il linguaggio negoziale
- > Comprendere come imparare dagli errori

Metodologia

Aula teorica frontale, analisi delle attitudini individuali, esercitazioni, role playing e lavoro di gruppo. Lavoro su temi reali e definizione del metodo applicabile.

Programma

- > Elementi di comunicazione efficace
- > Principi generali per la gestione delle critical conversations:
 - preparazione
 - empatia
 - ascolto
 - oggettività
 - linguaggio negoziale
- > La gestione del conflitto
- > Stili di negoziazione
- > La negoziazione per chiarire situazioni incerte
- > Negoziazioni competitive e negoziazioni cooperative
- > Piano di azione individuale

2 giornate | Costo: 1.300 € + IVA

Milano 2017: 12-13 ottobre | 29-30 Novembre
2018: 5-6 febbraio | 14-15 maggio | 12-13 luglio

HR PER I NON HR

People Management per i Responsabili di Funzione e Processo

Le Organizzazioni che hanno affrontato questo periodo di cambiamenti ottenendo risultati di successo hanno mostrato una rinnovata attenzione per la centralità della persona, comprendendo che occuparsi delle persone significa investire sui requisiti di ogni futuro successo. In questo scenario alla funzione HR compete impostare criteri coerenti di People Management, ma la responsabilità di attrarre nuovi talenti, ingagiarli, costruire concrete opportunità di sviluppo e fidelizzarli è parte viva e fondamentale del lavoro quotidiano dei Responsabili di Funzione e Processo. Quali strumenti dare a questi Manager per supportare il loro sforzo, e permettergli di aumentare la loro efficacia in un processo così critico?

Obiettivi

- > Apprendere i principi generali del People Management
- > Prendere consapevolezza del proprio ruolo di Manager e Responsabile nel People Management
- > Comprendere come Manager e HR possano riuscire a collaborare efficacemente

Metodologia

Aula teorica frontale, analisi delle attitudini individuali, esercitazioni, role playing e lavoro di gruppo. Lavoro su temi reali e definizione del metodo applicabile.

Programma

- > Principi generali del People Management
- > Il ruolo di Manager e Responsabili
- > HR e non-HR linguaggi diversi ma obiettivi comuni
- > Costruzione di un piano d'azione personale

2 giornate | Costo: 1.300 € + IVA

Milano 2017: 21-22 settembre | 20-21 novembre
2018: 22-23 gennaio | 12-13 marzo | 21-22 giugno

LA TRASFORMAZIONE ORGANIZZATIVA

Cultura del cambiamento e ingaggio

Molte organizzazioni stanno considerando la necessità di mettere mano ai propri processi e al proprio modello organizzativo. Quando le persone non sono coinvolte, questo processo genera disagi e resistenze che possono produrre effetti considerevolmente negativi sul risultato di progetti anche complessi. Al contrario, quando le persone sono coinvolte i progetti danno risultati sorprendenti. Come coinvolgere le persone nella cultura del cambiamento? Come motivare il loro ingaggio? Come trarre spunto da una revisione organizzativa per mettere la persona al centro e fare di questo requisito il fondamento dei futuri risultati?

Obiettivi

- > Comprendere l'inevitabilità e la necessità del cambiamento
- > Comprendere come evitare e/o gestire le resistenze al cambiamento
- > Imparare a coinvolgere le persone nel cambiamento
- > Comprendere come motivare e ingaggiare le persone nel processo di cambiamento
- > Comprendere come imparare dagli errori propri ed altrui per evitare che la storia si ripeta

Metodologia

Aula teorica frontale, analisi delle attitudini individuali, esercitazioni, role playing e lavoro di gruppo. Lavoro su temi reali e definizione del metodo applicabile.

Programma

- > Macro cambiamenti e micro cambiamenti: cosa hanno in comune
- > Persone: né funzioni né ruoli
- > Cos'è l'ingaggio
- > Il cambiamento è costante; siamo costanti anche noi?
- > Principi generali della cultura del cambiamento
- > Persone, funzioni e ruoli
- > L'ingaggio e la costanza
- > Costruzione di un piano d'azione personale

2 giornate | Costo: 1.300 € + IVA

Milano 2017: 24-25 ottobre | 14-15 dicembre
2018: 22-23 febbraio | 28-29 maggio | 16-17 luglio

EFFICACIA DEI TAVOLI DI LAVORO

Dalla cooperazione alla collaborazione

I tavoli di lavoro riuniscono persone con differenti ruoli aziendali per la realizzazione di un progetto interfunzionale. Sono uno strumento formidabile, che tuttavia spesso non produce i risultati attesi. Tra gli ostacoli principali al loro funzionamento possiamo riconoscere: il conflitto tra gli interessi dei partecipanti; la scarsa chiarezza su obiettivi, tempi e budget; i difficili rapporti tra gerarchia e struttura funzionale. Questo corso considera un approccio concreto al problema, basato sull'esperienza e su poche chiavi condivisibili e applicabili.

Obiettivi

- > Comprendere la definizione dei principi di funzionamento di un Tavolo di Lavoro
- > Comprendere le logiche

Metodologia

Aula teorica frontale, analisi delle attitudini individuali, esercitazioni, role playing e lavoro di gruppo. Lavoro su temi reali e definizione del metodo applicabile.

Programma

- > Principi generali per la creazione e il funzionamento di un Tavolo di Lavoro:
 - i limiti operativi
 - i limiti di senso
 - gli strumenti
- > Il Tavolo di Lavoro non è un'Azienda nell'Azienda
- > Opportunità ed errori da evitare nella costituzione di un Tavolo di Lavoro

2 giornate | Costo: 1.300 € + IVA

Milano 2017: 18-19 settembre | 22-23 novembre
2018: 29-30 gennaio | 19-20 marzo | 25-26 giugno

BASI DI IMPRENDITORIALITÀ

Di fronte all'ampiezza del cambiamento globale in atto è indispensabile che ogni lavoratore, a prescindere dalla specifica posizione gerarchica, operi imprenditorialmente mettendo in campo risorse e capacità per sviluppare la propria efficacia personale e contribuire al benessere dell'azienda.

Consapevolezza, responsabilità, determinazione, proattività, capacità di analisi e visione prospettica: sono solo alcune doti dell'"imprenditore ideale" che possono essere diffuse ad ogni livello aziendale grazie a questo corso.

Obiettivi

- > Maturare una profonda consapevolezza di se stessi e del proprio ruolo in azienda
- > Accogliere la responsabilità: accettare attivamente il proprio ruolo
- > Riconoscere il proprio talento (cioè le proprie attitudini) e metterlo in pratica
- > Focalizzare il proprio lavoro verso obiettivi precisi, definiti e concreti
- > Dotarsi degli strumenti indispensabili ad un "imprenditore ideale": la cassetta degli attrezzi

Metodologia

- > Aula teorica frontale
- > Analisi delle attitudini individuali
- > Utilizzo di audio e video

Programma

- > Conoscere se stessi
- > Consapevolezza del proprio ruolo e delle proprie capacità tecnico-specialistiche e comunicativo-relazionali
- > Risultati positivi e negativi: condividerli e farsene carico
- > Motivazione: da cosa dipende, come si sviluppa e come si mantiene nel tempo
- > Obiettivi: le strategie migliori per definirli e perseguirli
- > La pianificazione efficace delle attività
- > La cassetta degli attrezzi dell'"imprenditore ideale"

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 23 ottobre | 18 dicembre
2018: 12 febbraio | 18 aprile | 12 giugno

CONOSCERE E VINCERE LE ABITUDINI

Cos'è un'abitudine? Quanto le abitudini condizionano le nostre azioni? Come si formano? Cos'è il ciclo della routine? Come e perché anche a lavoro spesso le cattive abitudini ci impediscono di raggiungere i nostri obiettivi? È possibile cambiare un'abitudine nociva con una più adeguata ed efficace? A queste domande è possibile rispondere con un percorso formativo che aiuta a riconoscere le cattive abitudini e ad attivarne subito di nuove e più gratificanti, pertanto vincenti nel lavoro e nella vita.

Obiettivi

- > Comprendere come si forma un'abitudine
- > Imparare a dismettere un'abitudine inutile o nociva
- > Sostituire le vecchie con nuove e più efficaci abitudini

Metodologia

- > Lezione interattiva
- > Utilizzo audio-video
- > Esercizi e giochi

Programma

- > Psicologia dell'abitudine
- > Il cerchio della routine
- > Abitudine e gratificazione
- > Dinamismo operativo
- > Le abitudini in azienda

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 29 novembre
2018: 22 gennaio | 11 aprile | 4 luglio

CONOSCERE E VINCERE LA PAURA

In questo momento storico critico e complesso in tanti vivono in un costante stato di incertezza: la precarietà del lavoro e delle risorse finanziarie, la crisi, l'insicurezza delle relazioni stimolano l'emozione della paura. Le paure sono il centro di un territorio sconosciuto: quando abbiamo paura ci accorgiamo che c'è qualcosa che non sappiamo, che non conosciamo. Quando abbiamo paura tutte le nostre certezze scompaiono. Essere insicuri significa non decidere. Lo sviluppo della competenza emotiva e in particolare della conoscenza delle proprie paure può costituire una risorsa determinante. Le emozioni, anche quelle collegate alla paura, sono un mezzo fondamentale per decidere e per raggiungere obiettivi e risultati.

Obiettivi

- > Comprendere le emozioni e la loro funzione
- > Conoscere la paura: esplorare le emozioni legate alla paura, soprattutto in situazioni di instabilità e cambiamento
- > Individuare delle opzioni comportamentali nella gestione delle proprie emozioni per acquisire maggior benessere ed efficacia personale e professionale

Metodologia

- > Lezione interattiva
- > Utilizzo di video
- > Esercitazioni

Programma

- > Intelligenza emotiva
- > Fenomeno delle emozioni "negate" e l'importanza di recuperarle
- > Funzionalità della paura
- > Consapevolezza su come il proprio modo di interpretare gli eventi e alcune convinzioni ormai radicate possano condizionare il modo di agire

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 4 ottobre | 8 novembre
2018: 11 gennaio | 14 marzo | 10 maggio | 7 giugno

LEADER NON GERARCHICO

All'interno delle organizzazioni, soprattutto quelle più complesse, si assiste con sempre maggiore frequenza alla nascita di strutture non gerarchiche o trasversali (network, task force, processi...) che si basano su logiche differenti da quelle più "tradizionali". La leadership trasversale ha infatti delle proprie caratteristiche ben precise e si fonda principalmente sul coordinamento e la cooperazione, a prescindere da vincoli gerarchici. Il corso analizza le caratteristiche delle strutture trasversali e fornisce metodi e strumenti efficaci per riuscire ad esserne leader.

Obiettivi

- > Legittimare il proprio ruolo di leader non gerarchico
- > Migliorare le proprie capacità per gestire e coinvolgere senza vincoli gerarchici
- > Sviluppare l'assertività
- > Sviluppare la collaborazione e creare un clima di fiducia
- > Creare le condizioni per un'ottimale gestione delle dinamiche interfunzionali
- > Sviluppare le condizioni per collaborazioni durevoli nel tempo
- > Migliorare la produttività personale e del proprio gruppo di lavoro

Metodologia

- > Aula teorica frontale
- > Analisi delle attitudini individuali
- > Esercitazioni individuali e di gruppo

Programma

- > Nuove frontiere organizzative: le strutture trasversali
- > Le strutture trasversali: logiche di funzionamento
- > Il leader non gerarchico: caratteristiche, competenze, responsabilità
- > La legittimazione del leader non gerarchico
- > Comunicazione e comportamenti assertivi
- > Coordinamento e cooperazione
- > Ascolto di sé e degli altri
- > La diversità come forza edificante

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 12 settembre | 10 novembre
2018: 18 gennaio | 9 aprile | 19 giugno

DAL PERFORMANCE MANAGEMENT AI SISTEMI DI FEEDBACK

Dopo decenni di impegno e di investimenti, siamo arrivati ad un punto di svolta: le aziende iniziano a considerare i tradizionali sistemi di Performance Management poco efficaci e non sostenibili. I manager non li usano per consolidare la leadership e sviluppare i collaboratori, i collaboratori non li considerano un'opportunità di crescita ma solo un passaggio burocratico, spesso sgradevole o semplicemente formale. Si fanno strada i sistemi di feedback orizzontali e verticali centrati sullo sviluppo, per ricominciare a crederci e crescere.

Obiettivi

- > Analizzare strutture, fattori di successo e di insuccesso dei sistemi tradizionali
- > Comprendere come i nuovi sistemi di cultura e di valori investono il performance management
- > Approfondire le diverse responsabilità di valutatori e valutati nei nuovi scenari
- > Introdurre al cambiamento dei processi tradizionali verso i sistemi di feedback centrati sullo sviluppo

Metodologia

- > Esame dei sistemi tradizionali di performance management attraverso esempi concreti
- > Analisi dei punti di forza e di debolezza dei sistemi tradizionali e degli attori coinvolti
- > Studio e approfondimento delle nuove esperienze in corso e della loro efficacia
- > Verifica in aula sulla trasferibilità dei nuovi modelli alle situazioni concrete dei partecipanti

Programma

- > Gestione della performance e valutazione dei risultati: il paradigma tradizionale
- > Approfondimento delle criticità gestionali dei sistemi tradizionali e delle loro evoluzioni nel tempo
- > Il ruolo dei capi nella valutazione e nel feedback: cosa ha funzionato e cosa no
- > La correlazione tra performance management, gestione retributiva e talent management
- > Le nuove organizzazioni collaborative: nuove relazioni, nuove responsabilità
- > La creazione di un sistema basato sui feedback di capi, colleghi e clienti

1 giornata | Costo: 1.100 € + IVA

Milano 2017: 29 settembre | 15 novembre
2018: 6 febbraio | 25 maggio | 18 luglio

NEUROBIOLOGIA DEL TEMPO

Tutti gli esseri viventi dotati di un sistema nervoso, anche semplice, possiedono il senso del tempo, che è quindi reale ed è una dimensione essenziale della vita.

Il corso affronta due importanti macro-aree: il rapporto delle organizzazioni con il tempo e la relazione della persona con il tempo.

Obiettivi

L'obiettivo del corso è quello di stimolare nei partecipanti una profonda riflessione su sé stessi e sul loro modo di percepire e percepirsi nel tempo, così da comprendere quali comportamenti mettere in atto e quali evitare per gestire efficacemente le attività quotidiane, sul piano professionale e personale.

Metodologia

- > Aula teorica frontale
- > Riflessioni condivise
- > Esercitazioni individuali

Programma

- > Che cos'è il tempo
- > Tempo e linguaggio
- > I processi nervosi del tempo
- > La durata: la durata prospettica e la durata retrospettiva
- > L'illusione della simultaneità
- > La compressione consapevole del tempo nella:
 - stimolazione plurisensoriale
 - esperienza audiovisuale
 - stimolazione monosensoriale
- > Gestione dello stress
- > Programmazione e pianificazione
- > Come usare correttamente l'agenda
- > Il tempo nella comunicazione per l'adeguata gestione di colloqui, riunioni, email

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 15 settembre | 15 novembre
2018: 15 gennaio | 20 aprile | 11 luglio

LEARNING AGILITY

Learning Agility: l'abilità e la propensione di una persona di imparare dall'esperienza – propria e altrui – per migliorare le performance future. I compiti manageriali si evolvono, i ruoli hanno confini sempre meno certi: l'unica certezza è che le strategie applicate nel passato potrebbero non funzionare più nel contesto attuale o in quello futuro. La Learning Agility è la metacompetenza che aiuta manager, talenti e aziende a rispondere alle sfide di un presente incerto e di un futuro poco prevedibile a muoversi e prendere decisioni in un sistema che spesso cede alla tentazione di stare fermo ed aspettare. Il manager agile è colui o colei che ha il coraggio di continuare ad imparare per essere pronto/a ad affrontare le sfide di oggi e quelle di domani.

Obiettivi

- > Ripensare alla propria esperienza in termini di Learning Agility
- > Individuare i fattori personali che facilitano l'approccio al cambiamento
- > Identificare gli ostacoli principali
- > Impostare un piano d'azione personale

Metodologia

La metodologia didattica utilizzata ha lo scopo di aiutare l'applicazione concreta degli argomenti affrontati con l'uso di esercitazioni, case history e autocasi. Ai partecipanti può essere fornito dopo il seminario un feedback personalizzato sulla propensione personale alla Learning Agility.

Programma

- > Le componenti della Learning Agility
- > Consapevolezza di sé e intelligenza sociale
- > Apertura al nuovo
- > Gestione del cambiamento
- > Tensione verso il risultato in ambienti sfidanti
- > Learning Agility e cambiamento
- > Ostacoli psicologici

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 12-13 ottobre | 14-15 dicembre
2018: 15-16 febbraio | 12-13 aprile | 25-26 giugno

LA RESILIENZA IN PRATICA

Capita a tutti nella vita lavorativa di inciampare, di cadere, di sentirsi disorientati di fronte ai cambiamenti improvvisi. In questi casi, rialzarsi non è sempre scontato così come non lo è riuscire ad apprendere dalla caduta qualcosa che possa migliorare se stessi e aggiungere risorse per rimettersi in azione.

“Resilienza” è una parola abusata: il corso si propone però di “metterla in pratica”, sperimentando sul campo alcuni semplici accorgimenti che possono fare la differenza quando si tratta di rialzarsi e rimettersi in gioco.

Obiettivi

- > Individuare i propri “inciampi” e imparare a rialzarsi
- > Sperimentare e individuare risorse personali per far fronte alle cadute e agli scivoloni
- > Trarre insegnamento dagli errori e imparare a cambiare strategie

Metodologia

- > Esercitazioni ed esperienze
- > Riflessioni condivise
- > Supporto teorico

Programma

- > Esempi di resilienza
- > Riconoscere i possibili fattori di “inciampo” personale in momenti di cambiamento
- > Individuare gli antidoti alle cadute e ai fallimenti
- > Scoprire ed esercitare vecchie e nuove risorse personali e professionali
- > Le emozioni che trattengono, le emozioni che liberano
- > Sviluppare le capacità di risollevarsi e di cambiare strategia di gioco

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 18 settembre | 23 novembre
2018: 20 febbraio | 16 aprile | 21 giugno

GESTIRE LE EMOZIONI E LO STRESS

Le emozioni rivestono un ruolo centrale nella vita – privata e professionale – di ognuno. Imparare a riconoscerle e gestirle in modo adeguato può avere una serie di effetti positivi: permette un'efficace gestione dello stress; aiuta lo sviluppo di un'interazione consapevole e positiva con colleghi e collaboratori; aumenta il benessere in azienda e dunque la produttività.

Il corso introduce quindi allo stress management e alla gestione delle emozioni, fornendo strumenti utili ed efficaci in tal senso.

Obiettivi

- > Conoscere il mondo delle emozioni e gli effetti sulla vita lavorativa
- > Acquisire strumenti di gestione emotiva
- > Favorire una più consapevole gestione dello stress

Metodologia

- > Esercitazioni
- > Riflessioni condivise
- > Supporto teorico

Programma

- > Le emozioni ed il loro ruolo nel contesto lavorativo
- > L'intelligenza emotiva
- > Acquisire consapevolezza emotiva
- > Riconoscere e gestire le emozioni negative e gli stati emotivi: rabbia, preoccupazione, ansia, apatia, noia
- > Le emozioni e il loro impatto sullo stress
- > Riconoscere i fattori che generano stress e i propri segnali di allarme
- > Strategie di gestione dello stress e di benessere emotivo

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 18 ottobre | 18 dicembre
2018: 7 marzo | 16 maggio | 12 luglio

DESIGN THINKING

Il mondo sta cambiando rapidamente e l'esigenza di trovare nuove modalità per crescere e sostenere il proprio business è sempre più forte. Quali sono i nuovi prodotti da implementare? E quali i servizi da offrire? Per prendere queste decisioni può essere utile un approccio da designer, anziché da manager. I designer usano l'arte, metafore, analogie e altri elementi per accendere l'ispirazione sulle forme, le funzioni, i sentimenti e l'esperienza. Nell'affrontare le sfide più astratte e ambigue, il design thinking aiuta a prendere decisioni più efficienti, perché permette di "sezionare" la decisione e, allo stesso tempo, considerare più opzioni.

Obiettivi

L'obiettivo del Design Thinking è quello di identificare una soluzione innovativa ad un problema, che soddisfi 3 criteri fondamentali: gradimento (del mercato o degli attori), fattibilità e redditività o sostenibilità economica

Metodologia

Il processo fa riferimento a cinque fasi principali:

- identificazione del problema e quindi dell'obiettivo
- identificazione del contesto (dati e attori chiave)
- esplorazione e ricerca delle opportunità.
- ideazione, prototipazione, test e validazione.
- implementazione.

Ogni momento del processo diventa così un momento conoscitivo, snodo di tantissime potenziali evoluzioni, basterà scegliere quale strada imboccare.

Programma

- > Che cos'è il design thinking
 - definizione
 - l'approccio
 - il mindset
 - ruoli per l'innovazione
 - tangibilità: lo spazio della creazione
 - tangibilità: rendere visiva la complessità
- > La leadership con il design thinking
 - le sfide del design thinking
 - le skills richieste ad un leader dal design thinking
 - allineare il team
 - gestire il flusso creativo
 - definire un obiettivo condiviso
 - allineamento attivo
- > Guidare la collaborazione creativa: il design con l'utente al centro, la generazione delle ipotesi
- > Creare la mappa del percorso: sintesi, attività concettuale, sviluppo
- > L'advance thinking
- > L'arte del prototipo
- > Il cambio culturale

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 15-16 novembre | 13-14 dicembre
2018: 22-23 marzo | 17-18 maggio | 12-13 luglio

LUXURY ATTITUDE

Ogni dipendente è un ambasciatore del marchio. Attraverso il proprio atteggiamento, le parole e i gesti, rappresenta il brand quotidianamente. Lavorare in un settore up-market o in un ambiente di lusso richiede una conoscenza approfondita delle sue sottigliezze e dei codici, così come la consapevolezza della propria responsabilità personale nel garantire la soddisfazione del cliente.

Obiettivi

- > Essere efficaci ambasciatori di un brand di lusso
- > Imparare a dare una corretta immagine della propria persona
- > Utilizzare un codice linguaggio corretto
- > Costruire una cerimonia di benvenuto e saluto personalizzati
- > Scoprire le aspettative dei clienti per anticiparle e superarle
- > Personalizzare ogni interazione con il cliente
- > Imparare l'arte dell'osservazione: comprendere il linguaggio del corpo per migliorare la comunicazione
- > Accogliere il cliente prestando particolare attenzione a ciascuno ed essere in grado di gestire le situazioni difficili
- > Trasformare ogni contatto in un'esperienza positiva
- > Creare un'esperienza perfetta

Metodologia

- > Lezione frontale
- > Video
- > Esercitazioni

Programma

- > Comprendere il cliente per adattarsi meglio ai diversi profili
- > Rendere perfetta la prima impressione
- > Osservare e anticipare le esigenze
- > Come gestire un cliente difficile
- > Congedarsi con eleganza

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 13 settembre | 15 novembre
2018: 17 gennaio | 17 aprile | 20 giugno

GENERARE VALORE CON LA FIDUCIA

Fiducia: atteggiamento, verso altri o verso sé stessi, che risulta da una valutazione positiva di fatti, circostanze, relazioni, per cui si confida nelle altrui o proprie possibilità, e che generalmente produce un sentimento di sicurezza e tranquillità. (Dizionario di psicologia – Umberto Galimberti)

Le neuroscienze hanno dimostrato come la fiducia stimoli la produzione dell'ossitocina - definita l'ormone del benessere - accrescendo i livelli di energia produttiva e motivazione.

Costruire rapporti di fiducia nelle organizzazioni determina quindi ambienti di lavoro ottimali ed alti livelli di performance, aumentando la produttività e diminuendo i costi.

Una cultura organizzativa basata sulla fiducia crea infatti una maggior soddisfazione da parte dei lavoratori, un maggior coinvolgimento che rafforza le connessioni sociali, favorendo un raggiungimento più veloce ed efficace degli obiettivi.

Obiettivi

- > Aumentare la consapevolezza dell'importanza di dare e ricevere fiducia, così da favorire una piena espressione di sé, del proprio potenziale e di quello dei collaboratori
- > Migliorare la capacità di delega
- > Sviluppare comportamenti di valorizzazione dei collaboratori per migliorare le prestazioni
- > Generare situazioni motivanti per accrescere l'engagement

Metodologia

- > Lezione interattiva
- > Utilizzo di video
- > Esercitazioni

Programma

- > Che cos'è la fiducia e cosa si intende per cultura di fiducia
- > Neuroscienze: fiducia e ossitocina per generare benessere organizzativo
- > L'importanza della qualità delle relazioni
- > I comportamenti manageriali che alimentano l'engagement dei collaboratori
- > Comprendere l'importanza della fiducia in se stessi e verso gli altri per il miglioramento della performance
- > Il processo di delega come meccanismo di crescita organizzativa e di motivazione dei collaboratori

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 13 settembre | 13 dicembre
2018: 7 febbraio | 11 aprile | 8 giugno

SOCIAL MEDIA POLICY EFFICACE

Una Policy ben strutturata, in grado di indicare regole, comportamenti ed atteggiamenti, è molto più di un codice di comportamento! È un documento ormai indispensabile per ogni azienda attiva sui social in quanto, attraverso un'efficace gestione di rischi e criticità derivanti da un eventuale utilizzo scorretto ed inadeguato dei social media, permette di liberare le potenzialità necessarie per perseguire gli obiettivi di Business, di rafforzare il senso di appartenenza dei dipendenti, di aumentare la fiducia di clienti e prospect.

Obiettivi

- > Saper scrivere un documento che tenga conto della specificità, della struttura, del contesto ambientale dell'azienda
- > Comprendere quali punti indispensabili e quali variabili elencare
- > Acquisire consapevolezza sul contesto normativo di riferimento
- > Apprendere come evitare le insidie che una presenza sulle piattaforme social comporta

Metodologia

È un corso d'aula, che vede la presenza, in ogni sua fase, di tre docenti esperti nelle aree: Organizzazione Aziendale; Digital Marketing; Gestione delle Risorse Umane. La prima fase prevede l'ascolto dei partecipanti per capire il contesto di riferimento in cui operano. Segue il corso vero e proprio suddiviso per aree tematiche.

Programma

Perché creare una social media policy?

- > Natura e finalità del documento | Macro categorie Social

Analisi rischi correlati ad una presenza sui social

- > Rischio di Conformità; Rischio Produttivo; Rischio in Sicurezza; Rischio Relazionale; Rischio di perdita della Reputazione; Rischio Economico; Rischio di Concorrenza

Analisi della concorrenza attraverso i social media

- > Come la concorrenza può trarre informazioni su di noi
 - Quali difese dai concorrenti sono necessarie
- > Servizi online per trovare i concorrenti
 - Come analizzare il comportamento dei concorrenti
 - Creare un foglio di calcolo per riepilogare le informazioni raccolte

Processo di creazione di una policy aziendale

- > Social media policy esterna .
 - Contenuti | Monitoraggio | Moderazione | Tone of voice
- > SOCIAL media policy interna
 - Compiti e responsabilità dei settori: Legal | IT | MTKT | HR

Programmi specifici di Employee Advocacy

- > Come trasformare i dipendenti in Ambasciatori del Brand | La motivazione dei dipendenti | Come impostare un progetto pilota in azienda
- > Alcune best practice e casi di successo in Italia e nel mondo
- > I tool per la social media employee advocacy
- > Metriche e KPI per misurare l'efficacia del programma di employee advocacy

1 giornata | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 17 ottobre | 14 dicembre
2018: 6 febbraio

LinkedIn per aziende e professionisti

Modulo 1 Profilo | Funzionalità | Company Page

Il successo professionale dipende, in larga misura, delle nostre capacità di saper essere e saper fare, di costruire proficue relazioni professionali. Un profilo efficace, una presenza autorevole in LinkedIn è in grado di aumentare la nostra credibilità facendoci percepire dagli utenti come partner, consulenti, collaboratori "ideali". Coniugando in sé aspetti relativi alla costruzione e ottimizzazione del profilo e strategie per gestire le funzionalità offerte dalla nuova release LinkedIn. Il corso è consigliato a tutti coloro che vogliono rimanere competitivi nel mercato del lavoro e che desiderano cogliere nuove opportunità di Business

Obiettivi

- > Comprendere la struttura e le funzionalità della nuova interfaccia
- > Ottimizzare il nostro profilo
- > Costruire proficue relazioni professionali
- > Ampliare le nostre conoscenze e la nostra rete professionale
- > Saper gestire la relazione con altri professionisti
- > Aprire una Company Page
- > Interpretare i dati analitici

Programma

- > LinkedIn presentazione
- > Sezioni e caratteristiche del profilo
- > Gruppi LinkedIn
- > Company page
- > Ricerca avanzata
- > Online learning in LinkedIn

1/2 giornata | Costo: 300 € + IVA

Milano 2017: 3 ottobre | 30 novembre
2018: 1 febbraio | 3 aprile | 5 giugno

Modulo 2 Social selling

I Social Media hanno cambiato radicalmente il processo di acquisto di aziende e clienti. Più del 60% dei buyer prendono una decisione senza aver parlato ancora con un venditore o consulente. Così com'è cambiato il mindset e il comportamento dei clienti o Buyer nel contesto B2B, allo stesso modo è richiesto ai Sales Specialist un cambiamento nell'uso delle tecniche di vendita. In questo mutato contesto nasce il Social Selling, l'utilizzo cioè dei social media per stringere e avvicinare il cliente, per mostrarsi utile e guadagnare la sua fiducia. Il Social Selling non significa quindi vendere sui social media ma trovare punti di contatto e di interazione frequenti, in modo da poter coltivare il contatto qualificato durante la fase di maturazione del cliente (lead nurturing)

Obiettivi

- > Mettere i partecipanti in grado di gestire lo strumento
- > Fornire una metodologia in tecniche di vendita efficaci
- > Indicare programmi per coltivare la relazione con i prospect
- > Indicare tecnologie per generare lead qualificati

Programma

- > Introduzione al Social Selling
- > Il processo di Social Selling in 7 step
- > LinkedIn sales navigator 101

1/2 giornata | Costo: 300 € + IVA

Milano 2017: 10 ottobre | 12 dicembre
2018: 8 febbraio | 10 aprile | 7 giugno

Corsi d'aula della durata di mezza giornata in cui nozioni tecniche si alterneranno ad esempi pratici. Si inizia con l'ascolto dei partecipanti per capire come utilizzano LinkedIn e i loro obiettivi. Successivamente si passa al corso vero e proprio che si avvarrà anche di audiovisivi. Anche se non strettamente necessario, è consigliato portare un notebook.

Modulo 3 LinkedIn Content Marketing

Secondo recenti ricerche condotte dal Content Marketing Institute, LinkedIn si è rivelata essere una piattaforma d'eccellenza per il Content Marketing. Nel corso "tips and tricks" e strategie pratiche per rendere i nostri contenuti strumenti in grado di generare engagement, di rafforzare la nostra reputazione, di aumentare la fiducia nel nostro Brand, di generare conversioni

Obiettivi

- > Presentare il Content Marketing e le tecniche inbound specificatamente costruire per il social
- > Mettere i partecipanti in grado di abbinare i contenuti ai diversi format
- > Fornire nozioni di percezione visiva e di visual content marketing
- > Presentare SlideShare e le sue opportunità di termini di Brand Reputation
- > Fornire nozioni di neuroscienze al servizio del Content Marketing su LinkedIn

programma

- > Best practices per un Content Marketing efficace su LinkedIn
- > I contenuti della company page
- > Le pubblicazioni di post e article
- > Content Marketing su slideshare

1/2 giornata | Costo: 300 € + IVA

Milano 2017: 3 ottobre | 30 novembre
2018: 1 febbraio | 3 aprile | 5 giugno

Modulo 4 LinkedIn advertising

Nel corso degli ultimi anni LinkedIn ha notevolmente arricchito la sua offerta di formati e tipologie di campagne. Ad oggi è possibile inoltre tracciare le conversioni che avvengono sul nostro sito web originate da una campagna su LinkedIn, così come ritargettizzare i nostri potenziali clienti con campagne di retargeting su LinkedIn

Obiettivi

- > Sfruttare le opportunità offerte da LinkedIn di raggiungere il nostro target desiderato, mediante campagne mirate
- > Indicare tecniche per fare brand awareness, lead generation, lead nurturing e customer engagement
- > Mettere i partecipanti in grado di impostare e scegliere la tipologia di campagna in base agli obiettivi
- > Indicare i differenti parametri e modalità di pagamento (CPC, CPM, CPS) in base alla finalità del tipo di campagna

Programma

- > Perché investire in ADV. su LinkedIn
- > Impostare una campagna su LinkedIn
- > Come creare una campagna su LinkedIn
- > Le nuove funzionalità introdotte da LinkedIn

1/2 giornata | Costo: 300 € + IVA

Milano 2017: 10 ottobre | 12 dicembre
2018: 8 febbraio | 10 aprile | 7 giugno

PROGETTARE SLIDE EFFICACI

Chi utilizza slide e tiene presentazioni, spesso non si sofferma sulla loro effettiva efficacia comunicativa, risultando in presentazioni visivamente piatte e dal messaggio principale annegato in un persistente rumore di fondo.

La presentazione infatti spesso diventa più un aiuto per chi presenta, per ricordare gli argomenti da trattare, invece di essere un correlato multimediale per il pubblico, al fine di amplificare i concetti esposti affinché abbiano massimo impatto.

Il corso partirà dalla definizione del ruolo della presentazione e analizzerà la struttura e la creazione della slide, tramite i suoi elementi costitutivi, rimettendo a fuoco l'obiettivo principale di amplificazione dei concetti esposti.

Obiettivi

- > Padroneggiare gli elementi fondamentali della slide e il loro utilizzo
- > Sapere adattare il messaggio al pubblico
- > Sapere progettare la presentazione per l'efficacia del messaggio principale
- > Sapere creare presentazioni coinvolgenti

Metodologia

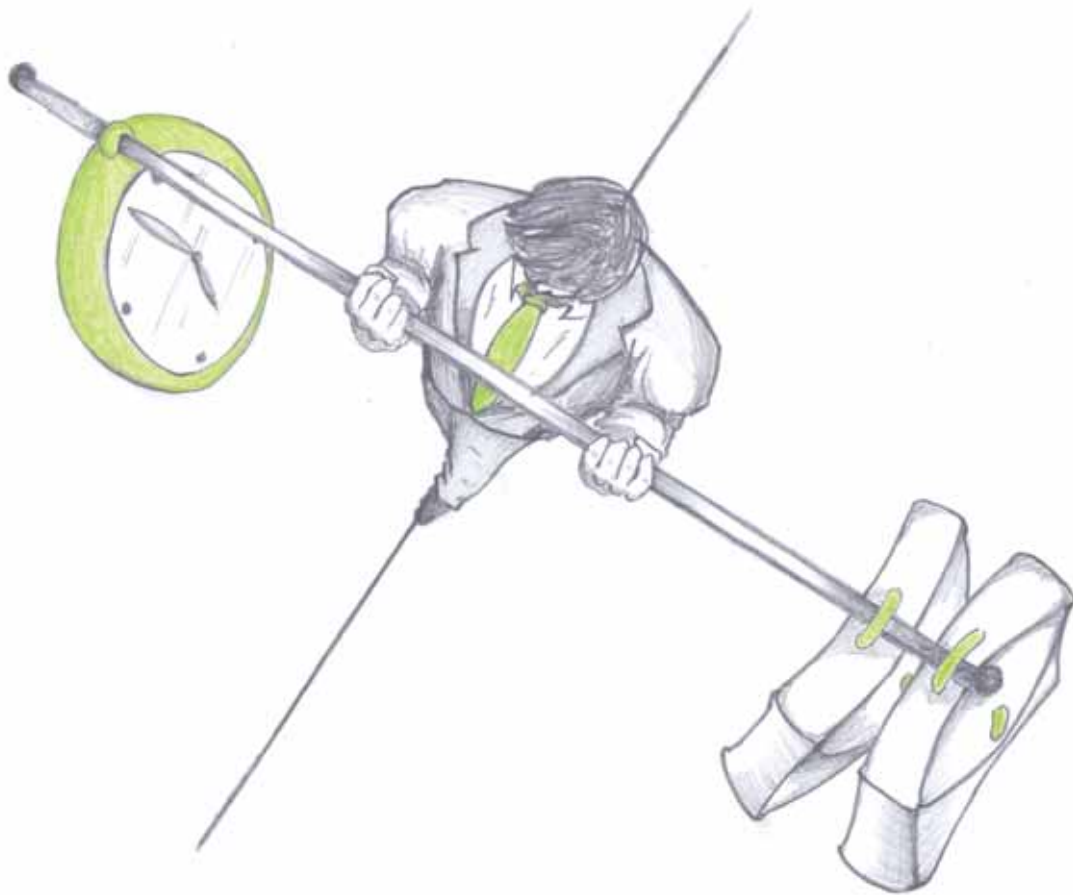
Lezione in aula con esercizi e analisi di casi reali

Programma

- > Definizione del ruolo della presentazione
- > Densità delle informazioni e big idea
- > Elementi compositivi della slide
- > Disposizione spaziale degli elementi
- > Uso di testo, colore, grafica, immagini
- > Uso di movimento, animazioni, transizioni, multimedia
- > Il rapporto segnale/rumore
- > Uso dello schema per efficacia, coerenza e cura estetica
- > Progettare la presentazione
- > Arco narrativo
- > Le differenti strutture di presentazione
- > Il ruolo del pubblico

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 27 settembre | 18 ottobre
2018: 15 febbraio | 12 aprile | 14 giugno



Area Manageriale & Comportamentale

LA LEADERSHIP FLESSIBILE E RELAZIONALE

L'efficacia della leadership si misura sul seguito che riesce a creare. Per incrementare la sua efficacia, un buon leader esce da se stesso per comprendere il contesto, la situazione e la diversità dei collaboratori. Il corso toccherà i principi chiave che sono alla base del rapporto capo-collaboratore e quelli dell'efficacia personale, creando nei partecipanti la consapevolezza che non esiste uno stile di leadership di successo, ma diversi stili adatti a situazioni diverse. Grazie a questa consapevolezza, il leader sarà in grado di creare la situazione in cui tutte le persone contribuiscono al loro meglio. "Il vero test per un leader è ciò che succede quando lui/lei non è lì" (Ken Blanchard, creatore della Leadership Situazionale)

Obiettivi

- > Acquisire consapevolezza del proprio stile di leadership preferito
- > Comprendere che cosa significa essere flessibile nella gestione dei collaboratori
- > Sperimentare modelli semplici che aiutano a "leggere" la situazione e ad affrontarla con uno stile di leadership efficace

Metodologia

- > Spiegazione teorica alternata a momenti di alta interattività
- > Esercitazioni pratiche
- > Utilizzo di audio-video

Programma

- Leadership
- > Consapevolezza
- > Stili
- > Impatti
- Essere un leader flessibile
- > Le competenze
- > Le scelte
- Modelli per la creazione di una leadership flessibile
- > La capacità di diagnosi
- > La scelta dello stile
- > L'interazione con i collaboratori

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 28-29 settembre | 9-10 novembre
2018: 25-26 gennaio | 17-18 maggio

FONDAMENTI DI MANAGEMENT

Essere bravi manager significa agire sia attraverso strumenti di gestione che di concerto con collaboratori efficaci e di qualità. Il corso parte dall'analisi delle variabili che identificano il ruolo manageriale per passare all'analisi e all'applicazione degli strumenti di gestione essenziali da esercitare quotidianamente.

Obiettivi

- > Comprendere le dimensioni del ruolo manageriale
- > Apprendere le dinamiche quotidiane della comunicazione manageriale
- > Riconoscere i bisogni dei collaboratori per tenere alta la motivazione
- > Apprendere gli strumenti di gestione
- > Capire come assegnarsi e assegnare gli obiettivi

Metodologia

Il corso è caratterizzato dalla connotazione estremamente pratica ed esercitativa, infatti verranno proposte: autodiagnosi, casi di studio, simulazioni e infine verrà chiesto ai partecipanti di condividere degli autocasi. Questi ultimi verranno rivisti in plenaria alla luce degli strumenti appresi, così da trovare insieme una soluzione. Al termine verrà chiesto di compilare un piano di miglioramento personale da condividere one to one con il docente.

Programma

- > Il ruolo manageriale
- > Le dimensioni del ruolo
- > Tecniche di comunicazione efficace
- > La comunicazione manageriale: critiche, elogi e feedback
- > Gli stili manageriali
- > La motivazione
- > Riconoscere i bisogni dai comportamenti
- > L'importanza della delega
- > Come e quando delegare
- > Lavorare per obiettivi

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 17-18 ottobre | 14-15 dicembre
2018: 19-20 febbraio | 10-11 maggio | 16-17 luglio

LE TECNICHE PER UNA NEGOZIAZIONE EFFICACE (BASE)

Ogni giorno e in ogni momento siamo chiamati ad affrontare delle negoziazioni: assegnazione di obiettivi, mediazione e risoluzione di conflitti, contrattazioni a diversi livelli, negoziazioni con clienti interni ed esterni e anche con superiori. Il corso si svolgerà in due momenti: il primo, "la strategia", analizzerà tutte le variabili necessarie per preparare una negoziazione, il secondo, "la tattica", vedrà la sperimentazione di tecniche efficaci per influenzare l'altro così da ottenere una reale soluzione win-win.

Obiettivi

- > Imparare ad applicare un metodo per affrontare una negoziazione
- > Comprendere tutte le variabili che è necessario avere per affrontare efficacemente una negoziazione
- > Acquisire le tecniche comunicative di influenzamento e persuasione
- > Sapere come uscire dalle situazioni di stallo
- > Riflettere sui diversi paradigmi negoziali

Metodologia

Il corso partirà da un test per comprendere il proprio stile di negoziazione per poi affrontare casi di studi e giochi per comprendere le dinamiche in gioco nelle negoziazioni. Nella seconda parte di "tattica" ci saranno continue simulazioni per acquisire maggiore dimestichezza con le tecniche di persuasione.

Programma

LA STRATEGIA

Prepararsi a negoziare ogni giorno: la strategia vincente

- > Comprendere se ci sono le condizioni necessarie per negoziare
- > La definizione chiara degli obiettivi
- > I paradigmi negoziali
- > Definizione del contesto e conoscenza degli interlocutori
- > Creare una mappa operativa personale per le negoziazioni più ricorrenti

LA TATTICA

I trucchi per affrontare una negoziazione efficace

- > Saper costruire e mantenere il clima relazionale più adatto
- > Gestire le reazioni alle proposte
- > Influenzare la relazione: elementi di PNL
- > I comportamenti di ricalco e rispecchiamento per diventare guida della relazione e le tecniche di comunicazione persuasiva
- > Tecnica delle domande
- > Uscire da situazioni di stallo
- > Come chiudere l'accordo o affrontare il disaccordo

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 7-8 settembre | 9-10 novembre
2018: 22-23 gennaio | 8-9 marzo | 7-8 maggio | 18-19 giugno

CHANGEABILITY

"Nulla è più difficile da prendere in mano o complicato da condurre o anche più incerto nell'esito che guidare l'introduzione di un nuovo ordine delle cose" (Niccolò Machiavelli). Sempre più spesso i manager devono gestire situazioni di cambiamento, con velocità, obiettivi ambiziosi e imparando on the job, dai propri successi e dai propri errori. Con questo corso intendiamo offrire riflessioni, strumenti e buone pratiche per guidare situazioni di cambiamento con competenza, consapevolezza ed efficacia.

Obiettivi

- > Riflettere su che cosa rappresenta il cambiamento, le dinamiche che genera, gli impatti sul vissuto aziendale
- > Comprendere il significato di guidare situazioni di cambiamento: gestire se stessi mentre si accompagnano gli altri
- > Acquisire utili strumenti per una gestione professionale del cambiamento e allineamento di tutti gli aspetti aziendali

Metodologia

- > Spiegazione teorica alternata a momenti di alta interattività
- > Esercitazioni pratiche
- > Utilizzo di audio-video

Programma

- > Il cambiamento: un "viaggio" da un *prima* a un *dopo*
 - Le fasi
 - Le reazioni
 - Le scelte
- > Anticipare o rispondere al cambiamento la scelta di un change manager "*che vuole cambiare le cose*"
- > Le competenze per la gestione del cambiamento:
 - Pensare nel futuro
 - Volere e fare succedere il cambiamento
 - Portare le persone con sé

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 12-13 ottobre | 11-12 dicembre
2018: 26-27 febbraio | 14-15 maggio | 12-13 luglio

VINCI CON LA SQUADRA (CHE NON HAI SCELTO)

Da sempre siamo abituati a trovarci in aggregati casuali di persone: fin dalle scuole elementari passando per le medie, il liceo e l'università non ci scegliamo i compagni di viaggio. Ci imbattiamo pertanto nella diversità, nella mancanza di obiettivi comuni e nel rischio di cadere nell'individualismo e nella convinzione del "faccio da me".

Tutto ciò accade quotidianamente nelle nostre realtà aziendali dove lavoriamo con colleghi, capi e dipendenti che non possiamo scegliere, ma con cui dobbiamo collaborare.

Dove cercare i fattori che possono farci passare da una concezione individualistica del lavoro ad una nuova e più potente forma di gruppo? Cosa può legarci? Quali passi possiamo compiere verso una forma aggregativa e collaborativa che sia non giustapposta, ma spontanea?

Il presente corso intende partire da un esame di tutte le differenze e diversità esistenti in un gruppo, da quelle neuro biologiche a quelle caratteriali, per giungere insieme agli elementi di convergenza che conducono naturalmente all'avvenimento di un team unito e consonante.

Obiettivi

- > Favorire la costituzione del gruppo alla luce dell'analisi delle motivazioni, delle attitudini e delle competenze del singolo
- > Accrescere la consapevolezza delle risorse cognitive, emotive, comportamentali
- > Introdurre il tema della proattività responsabile e consapevole

Metodologia

Lezione teorica frontale, analisi attitudini individuali
Esercitazioni role playing e sperimentazioni di gruppo.

Programma

- > L'avvenimento di un gruppo
 - Il gruppo generativo: rappresentazione guida e caratteristiche distintive
 - Il gruppo collaborativo: obiettivi, riconoscimento e accettazione differenza
 - Aggregato casuale: dove mi trovo?
- > Diversità: blocco o risorsa? Da aggregati ad alleati imparando a valorizzare le reciproche differenze. Lavoreremo su questi punti:
 - I quattro cervelli
 - Valori
 - Emozioni
 - Desideri e bisogni
- > L'unità che genera armonia: i benefici di un gruppo generativo in azienda

1+1 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 22 e 29 settembre | 13 e 20 novembre
2018: 29 gennaio e 5 febbraio | 2 e 16 marzo | 4 e 18 maggio

FONDAMENTI DI PROJECT MANAGEMENT

In un contesto che pone la flessibilità al centro dello sviluppo, la strutturazione all'interno dell'azienda di progetti trasversali ed interfunzionali diventa un fattore essenziale.

L'approfondimento delle tecniche e degli strumenti di supporto all'attività di pianificazione e realizzazione di un progetto rappresenta quindi una grande opportunità, che può essere colta con questo corso.

Obiettivi

Formare i propri collaboratori a saper realizzare concretamente un progetto, strutturando con competenza l'attività:

- > definizione degli obiettivi
- > definizione dei compiti e delle responsabilità
- > costituzione del team
- > definizione del budget
- > pianificazione
- > gestione dei rapporti/conflitti con i membri del team
- > controllo dell'avanzamento
- > preparazione e presentazione dei report

Metodologia

Il corso è stato appositamente concepito con un taglio pragmatico, con esercitazioni per la verifica della comprensione, esempi e casi di applicazione pratica.

Programma

- > Introduzione al Project Management
- > Una gestione per progetti
- > Project Management: attori, cicli e processi
- > Il ruolo del Project Manager e l'integrazione nel progetto
- > Avvio
- > Pianificazione
- > Esecuzione
- > Monitoraggio e controllo
- > Chiusura

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 11-12 settembre | 13-14 dicembre
2018: 22-23 febbraio | 9-10 aprile | 14-15 giugno

LAVORARE IN MODO INTERFUNZIONALE

Come insegnano le aziende di successo, per massimizzare l'efficacia delle azioni organizzative è necessario che vi sia sinergia tra i processi aziendali: in particolare le persone devono agire in logica di collaborazione interorganizzativa con i colleghi. Per fare questo è necessario che si superino gli specifici ambiti di specializzazione e si agiscano comportamenti cooperativi, avendo una visione d'insieme dei processi in cui ci si è coinvolti. Potenziare i comportamenti facilitanti il raggiungimento del risultato complessivo di processo, in particolare la capacità complessa di lavorare in modo interfunzionale all'interno, risulta un requisito indispensabile per le aziende che puntano ad accrescere l'efficienza interna.

Obiettivi

- > Rendere visibile la contemporaneità e l'interconnessione dei processi aziendali
- > Evidenziare approcci e comportamenti efficaci per gestire le relazioni di processo tra diverse funzioni
- > Modificare modelli cognitivi radicati, abitudini e comportamenti inefficienti
- > Sviluppare la capacità di knotworking oltre a quella di networking

Metodologia

Viene usata una metodologia attiva, con esercitazioni di gruppo, situazioni paradossali e momenti esperienziali, con utilizzo di koan zen (aforismi paradossali).

Programma

- > La logica di processo dell'organizzazione come "rete" di processi
- > Sankaku: i tre lati dell'azienda rotonda zen
- > Interfunzionalità per il raggiungimento degli obiettivi
- > L'integrazione interfunzionale e il team di processo reale e "virtuale"
- > Modelli cognitivi e comportamenti facilitanti ed ostacolanti il lavoro interfunzionale
- > Le capacità di base per il lavoro di integrazione organizzativa
- > Koan zen nella pratica, ovvero lavorare in modo integrato

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 18-19 settembre | 16-17 novembre
2018: 15-16 gennaio | 22-23 marzo | 7-8 giugno

LAVORARE PER OBIETTIVI

Tutti i giorni siamo a contatto con aziende, strutture, organizzazioni e business diversi e abbiamo riscontrato una caratteristica comune: la difficoltà a diversi livelli di concepire e strutturare un lavoro per obiettivi.

Per affrontare le sfide della complessità, della gestione del cambiamento, della responsabilità è necessario imparare a lavorare per obiettivi e diffondere a tutti i livelli aziendali questa cultura.

Dare e darsi degli obiettivi porta un profitto in termini economici per l'azienda, ma anche motivazionali per le persone che vedono così un lavoro finalizzato ad uno scopo.

Obiettivi

- > Comprendere l'importanza di lavorare per obiettivi
- > Imparare il modo corretto per formulare efficacemente un obiettivo
- > Comprendere le variabili in gioco per la trasformazione in progetto
- > Comprendere le variabili in gioco nel processo di goal setting

Metodologia

Si partirà dall'autoconsapevolezza attraverso un test, verranno affrontati dei casi di studio reali e infine i partecipanti, partendo dalla formulazione corretta dell'obiettivi, lavoreranno su un loro autocasò trasformandolo in un progetto.

Programma

- > L'autoconsapevolezza
- > Come darsi obiettivi e trasmetterli alle persone
- > Test PersProfile
- > La formulazione efficace degli obiettivi:
- > Lo S.M.A.R.T. oltre lo S.M.A.R.T.
- > Il P.E.M.
- > Dall'obiettivo al progetto
- > La pianificazione
- > La delega
- > La negoziazione
- > I ruoli
- > Il processo di Goal Setting
- > Monitorare costantemente
- > Fornire feedback costanti
- > Il piano di azione personale
- > Un autocasò: formulare l'obiettivo, strutturare il progetto, identificare i risultati

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 30 ottobre
2018: 29 gennaio | 5 marzo | 18 maggio

BUSINESS CHANGE MANAGEMENT

in collaborazione con **nagima** BUSINESS FINANCE PERFORMANCE

La variabile costante nella vita e nel business è il cambiamento costante. Le aziende leader hanno la capacità di adattarsi velocemente alle nuove variabili dei processi di business. La capacità di progettare ed implementare un processo di cambiamento coinvolgendo in pieno le risorse dell'azienda è la chiave per essere competitivi sul mercato.

Obiettivi

- > Sviluppare la capacità di coniugare i cambiamenti esterni con le necessità di adattamento all'interno dell'azienda
- > Definire e consolidare gli obiettivi di un processo di cambiamento per creare valore d'impresa
- > Comprendere quali sono le 4 leve motivazioni che sorreggono il cambiamento delle persone
- > Comprendere le modalità di progettazione di un processo di cambiamento: le 3 componenti di progetto per garantire il coinvolgimento attivo delle persone
- > Comprendere le modalità di implementazione di un progetto di cambiamento per assicurare il successo del progetto

Metodologia

Sono utilizzati video clip, case history ed esercitazioni per trasferire e consolidare i concetti chiave di un progetto di cambiamento.

Le fasi teoriche sono sempre seguite da sessioni di applicazione al ruolo per contestualizzare le singole realtà aziendali.

Viene utilizzato un test a quiz competitivo per condividere i vari stili di gestione del cambiamento ed attivare le modifiche opportune.

Programma

- > Le logiche e le componenti di un progetto di cambiamento
- > Essere leader del cambiamento
- > Le 4 motivazioni perchè le persone cambiano
- > La propensione al cambiamento e le 10 motivazioni personali
- > La dimensione ed impatto delle motivazioni verso gli altri
- > Le 3 direttrici per sostenere un progetto di cambiamento: il cubo del cambiamento
- > Il piano di comunicazione, formazione-motivazione ed allineamento organizzativo
- > Garantire un progetto di successo: test di tenuta

1 giornata | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 18 settembre | 29 novembre
2018: 19 febbraio | 6 aprile | 19 giugno

BUSINESS EXECUTION

in collaborazione con **najima** BUSINESS FINANCE & PERFORMANCE

In un contesto complesso e con velocità di cambiamento crescenti sapere coniugare Efficacia «faccio le cose giuste» con Efficienza «faccio le cose bene» diventa un imperativo per raggiungere i propri obiettivi e quelli del nostro team.

Obiettivi

- > Sviluppare la sensibilità sulle principali componenti della complessità del contesto attuale evidenziando il loro impatto sulla produttività delle persone
- > Comprendere l'importanza del processo di pianificazione delle proprie attività e di quelle degli eventuali gruppi di lavoro da coordinare
- > Comprendere, esplicitare e scomporre un problema complesso, al fine di renderlo più semplice e controllabile
- > Ottimizzare il processo di esecuzione delle attività attraverso un processo strutturato di identificazione delle priorità, l'eliminazione delle inefficienze, la gestione degli imprevisti e l'organizzazione delle informazioni

Metodologia

I lavori d'aula teorici sono preceduti da attivatori di apprendimento (Case Study, Role Play, esercizi) al fine di stimolare l'apprendimento spontaneo da parte dei partecipanti attraverso un approccio induttivo e seguiti da un'applicazione al ruolo dei partecipanti per facilitarne la contestualizzazione nel loro lavoro quotidiano.

Programma

- > La complessità ambientale: le componenti ed i meccanismi che influenzano il sistema in cui operiamo
- > Le caratteristiche richieste per operare con successo: conoscenza, discrezionalità, parallelismo e teamwork (l'evoluzione del Knowledge Worker)
- > La capacità organizzativa per essere vincenti: Pianificare ed Eseguire
- > La comprensione dell'obiettivo e la riduzione della complessità attraverso la scomposizione strutturata in sotto-obiettivi
- > La pianificazione temporale a medio-termine ed il suo legame con la pianificazione a breve termine
- > La trappola dell'Urgenza
- > La matrice di definizione delle Priorità
- > Il controllo dell'esecuzione: il metodo per avere sotto controllo tutte le attività e la tecnologia a supporto

1 giornata | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 19 ottobre
2018: 22 gennaio | 9 marzo | 5 giugno

LEAN THINKING

in collaborazione con **nagima** BUSINESS PERFORMANCE

Mettere in discussione continuamente le modalità con cui svolgiamo le nostre attività, orientarsi verso i clienti ed i risultati, sviluppare una maggiore responsabilità nella ricerca dell'eccellenza.

Obiettivi

- > Sensibilizzare sul tema della necessità ed opportunità della semplificazione dei processi e miglioramento continuo
- > Acquisire alcune tra le più recenti metodologie e teorie nel campo della semplificazione e miglioramento dei processi organizzativi e di erogazione di servizi
- > Comprendere le direttrici principali della generazione di valore per i clienti
- > Comprendere gli elementi chiave della progettazione ed erogazione di un servizio
- > Applicare i principi Lean al lavoro d'ufficio
- > Far vivere ai partecipanti un'experience diretta ed operativa delle tematiche «lean di processo» (**Lean Board Game**)

Metodologia

I lavori d'aula teorici sono preceduti da attivatori di apprendimento (Case Study, Role Play, esercizi). Verrà organizzata una competizione attraverso un gioco da tavolo (**Lean Board Game**) che, contiene la visione di un processo aziendale rappresentata sotto forma di flusso di attività correlate.

Programma

- > I cinque principi della Lean Organization
- > La definizione del valore per il cliente
- > Progettare il valore e semplificare i processi interni
- > La tracciatura del valore e la stesura del percorso di miglioramento: Current State Map e Future State Map
- > L'identificazione e la misura degli sprechi: i 7 sprechi
- > Il Lean Office
- > Giochiamo al **Lean Board Game**: una competizione tra i gruppi per applicare quanto appreso ad un processo reale

1 giornata | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 22 settembre | 8 novembre
2018: 14 febbraio | 11 maggio

LE MAPPE MENTALI

Le Mappe Mentali sono la rappresentazione grafica del pensiero attraverso parole e immagini secondo una struttura in cui le associazioni sono ordinate gerarchicamente seguendo uno sviluppo radiale dal pensiero centrale. Si basano sulla capacità naturale della mente umana di associare idee e pensieri in maniera non lineare e servono ad elaborare le informazioni in modo non solo logico e razionale, ma anche globale, creativo, intuitivo, emotivo.

Obiettivi

- > Miglioramento della creatività e delle capacità di problem solving
- > Produzione di idee originali e soluzioni nuove
- > Potenziamento del pensiero laterale
- > Miglioramento delle capacità di apprendimento
- > Efficacia nei processi aziendali e nei progetti di lavoro
- > Aumento della memoria e delle energie mentali
- > Miglioramento dell'organizzazione e della gestione del tempo

Metodologia

Lezione dialogata, laboratorio creativo con accompagnamento alla creazione di Mappe Mentali personalizzate nelle diverse situazioni personali e aziendali.

Programma

- > Teoria delle Mappe Mentali
- > Il funzionamento del cervello ed il pensiero associativo
- > Pensiero radiante e pensiero laterale
- > Creatività: fonti, processo, ostacoli
- > Come si crea una Mappa Mentale: struttura, sintesi, schema e grafica, colore
- > Parole chiave ed immagini
- > Utilizzo pratico delle Mappe Mentali
- > Le mappe per sviluppare creatività e problem solving
- > Le mappe per i brain storming ed il lavoro di squadra
- > Le mappe per presentazioni e riunioni (cenni sull'utilizzo di Prezi)
- > Le mappe per la gestione della conoscenza distribuita
- > Le mappe ed il Project Management
- > Le mappe per la negoziazione
- > Mappe Mentali e cambiamento di Mindset
- > Mindset e struttura cognitiva
- > Mindset e consapevolezza
- > Le mappe e l'albero dei valori

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 4-5 ottobre | 23-24 novembre
2018: 15-16 marzo | 24-25 maggio

TIME MANAGEMENT

Il tempo è sicuramente una risorsa preziosa, fissa (24 ore) e ultimamente "rara" per tutti. In un corso di mezza giornata, i partecipanti avranno modo di riflettere sull'uso che fanno di questa risorsa e riceveranno spunti e stimoli per migliorarne l'utilizzo ed efficienza. *"Non dire che non hai abbastanza tempo. Hai lo stesso numero di ore al giorno che sono state date a Michelangelo, Madre Teresa, Leonardo da Vinci e Albert Einstein"* (H. Jackson Brown Junior)

Obiettivi

- > Comprendere i diversi valori che il tempo ha nella nostra vita
- > Riflettere sulla produttività individuale e utilizzo del tempo
- > Sperimentare qualche strumento pratico a supporto del miglioramento dell'efficienza personale

Metodologia

- > Spiegazione teorica alternata a momenti di interattività
- > Questionari ed esercitazioni pratiche
- > Utilizzo di audio-video

Programma

Il valore del tempo

- > La quantità
- > La produttività
- > La relatività

Gestire il tempo in quanto gestione di se stessi. Il ruolo di:

- > Aspettative
- > Abitudini
- > Energia

Efficienza vs. Efficacia

- > Energia
- > Delega

1/2 giornata | Costo: 400 € + IVA

Milano 2017: 15 settembre | 17 novembre
2018: 13 marzo | 11 giugno

LA CONSAPEVOLEZZA DEI COSTI

Nel mondo aziendale troppo spesso la conoscenza del conto economico da parte dei dipendenti si rivela approssimativa. In alcuni casi non si è neanche a conoscenza del puro costo aziendale distinto dalla RAL. Eppure ogni dipendente è un centro di costo vero e proprio con un impatto decisivo sulla redditività di un'Azienda.

È assodato che una maggiore consapevolezza dei costi garantisce uno sguardo d'insieme utile a raggiungere risultati virtuosi e costanti. La conoscenza dei propri "numeri" è una potente leva gestionale: ciò che ha un costo, ha un valore!

Questo corso guiderà il cambiamento da una mentalità impiegatizia reattiva ad una imprenditoriale proattiva, mostrando, attraverso la consapevolezza dei costi il valore del proprio ruolo in Azienda.

Se desiderate costruire un Team di successo che conosca DAVVERO l'Azienda per la quale opera, questo corso fa per voi.

Obiettivi

- > Passare da una forma mentis impiegatizia a una imprenditoriale
- > Imparare a leggere gli elementi base di un bilancio
- > Maggiore consapevolezza dei numeri da adoperare come leva di gestione efficace
- > Comprendere i numeri come strumento per una direzione assertiva

Metodologia

Aula frontale con test, discussioni e confronti.

Programma

Con un linguaggio facile, dinamico, non specialistico, comprensibile per chiunque, verranno trattati i seguenti argomenti:

- > consapevolezza dei numeri e visione d'insieme
- > il volto sincero dei numeri
- > il concetto di costo
- > le categorie di costi: fissi, variabili, diretti, indiretti, costi speciali, costi comuni
- > l'impatto delle varie categorie di costi sulle performance aziendali - distinzione tra costi e investimenti
- > il bilancio: uno strumento di conoscenza
- > la relazione tra i costi, i ricavi e la liquidità
- > da impiegato a "imprenditore"

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 9 ottobre | 11 dicembre
2018: 22 febbraio | 9 maggio | 26 giugno

GESTIONE EFFICACE DELLO STRESS

La soluzione formativa proposta è progettata per comprendere la complessa tematica del benessere psicosociale delle risorse umane e non rivolta agli adempimenti legislativi obbligatori in merito al DVR (Documento della Valutazione del Rischio) relativo allo stress lavoro-correlato.

In questo modo viene facilitato lo sviluppo di un buon ambiente di lavoro, più sereno e produttivo, con un immediato e vantaggioso ritorno economico per l'azienda.

Sarà anche molto più facile che l'esito del DVR sia positivo, evitando così anche i costi aggiuntivi per azioni correttive e consulenze specialistiche.

"... Considerare il problema dello stress sul lavoro può voler dire una maggiore efficienza e un deciso miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza sul lavoro, con conseguenti benefici economici e sociali per le aziende, i lavoratori e la società nel suo insieme..."
(Accordo Europeo sullo stress sul lavoro, Bruxelles, 8 ottobre 2004).

Obiettivi

- > Comprendere la tematica del benessere psicosociale delle risorse umane
- > Facilitare lo sviluppo di un buon ambiente di lavoro, sereno e produttivo
- > Innescare un immediato ritorno economico per l'azienda
- > Favorire l'esito positivo del DVR lavoro correlato
- > Evitare costi aggiuntivi per azioni correttive e consulenze specialistiche
- > Ottenere un positivo ritorno d'immagine aziendale per la cura del benessere del proprio personale

Metodologia

Aula frontale con test, discussioni e confronti.

Programma

- > I costi dello stress lavoro-correlato
- > Definizioni
- > Riconoscere lo stress
- > Effetti sulle persone
- > Effetti sulle aziende
- > Effetti esterni
- > Che fare
- > Le azioni correttive

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 19 settembre | 7 novembre
2018: 26 gennaio | 11 aprile | 20 luglio

PROBLEM SOLVING

Il problem solving è un grimaldello virtuale per scardinare, quando serve, le abitudini consolidate (pattern di pensiero) che impediscono agli esseri umani di individuare soluzioni nuove in situazioni dove le vecchie non funzionano più.

Execo crede che ogni persona abbia una sua riserva, piccola o grande, di creatività ed ha sviluppato un percorso formativo per aiutare organizzazioni ed individui a riscoprirla e a valorizzarla nella vita lavorativa.

Obiettivi

- > Capire come sviluppare la creatività personale nella attività quotidiana
- > Determinare il proprio stile di problem solving
- > Individuare il metodo migliore a seconda del problema
- > Acquisire abilità nell'uso del pensiero "laterale"

Metodologia

Nella prima parte del seminario i partecipanti si concentreranno sul processo di problem solving e dei suoi momenti fondamentali esercitandosi sull'utilizzo dei principali strumenti per la generazione di idee. Nella seconda parte verranno proposte delle tecniche per selezionare le idee e facilitare la fase di decision taking. Il seminario ha una natura esperienziale e partecipativa e prevede l'utilizzo di giochi e icebreaker.

Programma

- > Il cervello umano: il conflitto tra abitudine e ricerca del nuovo
- > Verso una definizione di creatività
- > Il ciclo della creatività naturale
- > Definizione di problema
- > I 6 step del problem solving
- > Le regole di base
- > Strumenti per esplorare possibili ipotesi di soluzione
- > Strumenti per decidere quali adottare

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 25-26 settembre | 20-21 novembre
2018: 25-26 gennaio | 12-13 marzo | 4-5 giugno



Area Comunicazione

PARLARE IN PUBBLICO

Parlare in pubblico è una dote essenziale per qualsiasi persona si trovi ad affrontare presentazioni sia interne che esterne all'azienda. Per sviluppare questa dote è necessario lavorare su alcuni aspetti: da come strutturare una presentazione alla scelta degli argomenti, da come utilizzare il corpo e la voce alla gestione dello stress. Il corso si caratterizza per l'uso della telecamera e di esercitazioni pratiche.

Obiettivi

- > Imparare come preparare a costruire una presentazione di successo
- > Apprendere i trucchi per strutturare slide efficaci
- > Capire al meglio come utilizzare il corpo e la voce
- > Coinvolgere il pubblico trasmettendo i propri contenuti
- > Affrontare le situazioni polemiche e delicate
- > Gestire lo stress

Metodologia

I partecipanti saranno chiamati a simulare delle presentazioni della durata di 8 minuti. Tali simulazioni verranno riprese e successivamente riviste in gruppo così da verificare comportamenti poco efficaci e capire come migliorarli. Inoltre verranno affrontati esercizi di lettura in pubblico per migliorare la voce. Chiediamo quindi di anticipare ai partecipanti la necessità di arrivare in aula con una loro presentazione.

Programma

- > Autovalutazione delle proprie capacità di comunicazione
- > Principi fondamentali di comunicazione efficace
- > Principali ostacoli e barriere
- > Elementi della comunicazione orale
- > Il "physique du rôle" del comunicatore eccellente: il potere del corpo
- > Elaborare i temi da presentare per coinvolgere il proprio pubblico
- > Come ottenere l'attenzione dell'uditorio
- > Il potere delle parole
- > Preparare, costruire, presentare un discorso
- > Mezzi pratici per ottenere l'effetto voluto
- > Iniziare, sviluppare e concludere un discorso
- > Tecniche della fase di apertura e di chiusura
- > Utilizzo dei mezzi audiovisivi a supporto dell'obiettivo
- > Le regole d'oro per una presentazione di successo
- > Gestire l'ansia e lo stress

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 28-29 settembre | 6-7 novembre | 18-19 dicembre
2018: 15-16 febbraio | 9-10 aprile | 28-29 giugno

STORYTELLING

Lo storytelling è una metodologia che usa la narrazione come mezzo creato dalla mente per inquadrare gli eventi della realtà e spiegarli secondo una logica di senso. L'atto del narrare, nello storytelling, si ritrova nell'esperienza umana e si può rappresentare in varie forme (individuali o collettive) che connettono pensiero e cultura. Per un'impresa, la storia ha una "missione" molto importante: saper gestire al meglio il cambiamento culturale e organizzativo, raccontarlo con nuovi codici e stili linguistici. Allo stesso modo anche i prodotti e i servizi sono oggi circondati da una dimensione simbolica che precede ogni atto di adesione e spesa e che si basa su format narrativi.

Obiettivi

- > Padroneggiare diverse tecniche di narrazione
- > Comunicare esperienze, valori e idee
- > Creare storie che sappiano generare attenzione, coinvolgimento, ricordo
- > Favorire apprendimento e senso di appartenenza
- > Riposizionare prodotti, servizi, identità d'impresa
- > Gestire contenuti multimediali in modo appropriato e coerente con le strategie aziendali

Metodologia

Lezione interattiva, laboratorio creativo dove ogni partecipante sarà accompagnato nella creazione di storie personali, professionali e aziendali.

Programma

- > Quando raccontare storie
- > La struttura di una storia
- > L'utilizzo di emozioni, l'elemento sorpresa, metafore ed analogie
- > L'utilizzo dello storytelling per determinare i valori
- > Business storytelling
- > Il content marketing e l'arte di raccontare
- > Community storytelling
- > Il marketing digitale innovativo: idee, device, contenuti
- > Raccontare con le immagini: i contenuti visuali nella rete
- > Come cambia la produzione dei contenuti digitali a seconda dei nuovi device (Google Glasses, tablet, ecc)
- > Branded storytelling e userexperience: coinvolgere l'utente con le migliori storie di marca
- > L'impianto strategico aziendale: integrare idee, device e contenuti per impostare una corretta strategia di digital content marketing
- > Digital analytics: strumenti, metriche e key performance indicator per misurare correttamente le azioni implementate
- > Analisi delle migliori pratiche aziendali nazionali e internazionali

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 28-29 settembre | 14-15 dicembre
2018: 1-2 febbraio | 17-18 maggio | 12-13 luglio

TECNICHE DI ASSERTIVITÀ PER AFFERMARE SE STESSI IN AZIENDA

Il comportamento assertivo caratterizza le persone autorevoli e significa esprimere il proprio punto di vista facendosi ascoltare, rispettando gli altri e le loro opinioni. Per poter raggiungere questi obiettivi è necessario imparare una modalità comunicativa e relazionale nuova. Il corso parte dall'autodiagnosi sulla propria indole, per poi analizzare le caratteristiche dell'assertività, imparando a relazionarsi con i diversi interlocutori.

Obiettivi

- > Riconoscere la propria indole comportamentale
- > Imparare i comportamenti che caratterizzano l'assertività
- > Capire come dire di no in modo assertivo
- > Comprendere come esprimere al meglio il proprio punto di vista facendosi ascoltare
- > Apprendere le tecniche per relazionarsi con interlocutori di indole diversa

Metodologia

Il corso permetterà di sperimentare continuamente le caratteristiche del comportamento assertivo attraverso: un'autodiagnosi iniziale per comprendere il proprio profilo, casi di studio, simulazioni, analisi di situazioni personali difficili, feedback finale del docente e compilazione di un piano d'azione personale.

Programma

- > Analisi della propria indole comportamentale
- > Le diverse tipologie di interlocutori
- > Le caratteristiche dell'assertività
- > La scaletta comunicativa assertiva
- > L'ascolto come forma superiore della comunicazione
- > Come e quando esprimere al meglio il proprio punto di vista
- > Mostrare autorevolezza ed evitare di aggredire, tacere o manipolare
- > I vantaggi del comportamento assertivo
- > Gli elementi base della comunicazione
- > Imparare a dimostrare ascolto verso l'altro
- > Come dire di no
- > Piano di azione personale

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 10-11 ottobre
2018: 18-19 gennaio | 26-27 marzo | 12-13 luglio

INGEGNERIA DELLA COMUNICAZIONE

Telefonate, riunioni, presentazioni, report, mail, sms. Ogni giorno dobbiamo dire tante cose a tante persone. Tecnicamente abbiamo molte più possibilità di una volta, ma abbiamo anche molto meno tempo di una volta. È necessario adottare uno stile di comunicazione più diretto ed essenziale, che ci consenta di dire tutto quello che vorremmo in meno tempo e con meno fatica.

Obiettivi

L'intervento sarà focalizzato sulla condivisione di strumenti di semplificazione logico/verbale, in modo da offrire ai partecipanti un'unica chiave metodologica per utilizzare tutti i canali di comunicazione in modo più essenziale ed efficiente.

Metodologia

Lezione interattiva e simulazioni pratiche.

Programma

- > Il valore della semplicità
- > I dilemmi del comunicatore
- > Valore alle parole, valore al tempo
- > Farsi capire per servire gli altri
- > Il costo della verbosità
- > La semplicità nella comunicazione scritta (mail, report, manuali, ecc.)
- > La semplicità nelle riunioni e nelle presentazioni
- > Esercitazioni e simulazioni
- > Condivisione dei feedback e degli obiettivi di miglioramento
- > Regole e strutture
- > Ordine sulla carta e ordine nel cervello
- > Costrutti, forme verbali, incisi, punteggiatura e nominalizzazioni
- > La regola delle 25 parole
- > Meno sostantivi più verbi
- > Alla ricerca del soggetto e del suo verbo
- > Metafore e parole potenti
- > Esercitazioni e simulazioni
- > Debriefing, condivisione dei feedback e degli obiettivi di miglioramento

2 giornate | Costo: 1.300 € + IVA

Milano 2017: 11-12 dicembre
2018: 14-15 febbraio | 28-29 maggio | 28-29 giugno

COMMUNICATION SKILLS

Tutti comunichiamo, ma non tutti lo riusciamo a fare efficacemente, soprattutto in azienda. Il corso partirà dall'analisi del processo comunicativo e i suoi elementi fondamentali per poi giungere agli stili comunicativi e alla sua applicazione.

Obiettivi

- > Comprendere gli elementi fondamentali nel processo comunicativo
- > Utilizzare le tecniche di comunicazione più adatte ai differenti interlocutori
- > Imparare i comportamenti che dimostrano ascolto
- > Conoscere il modello degli stili comunicativi

Metodologia

Durante il corso verranno eseguiti continui giochi ed esercitazioni per poter personalizzare il contenuto presentato. Al termine verranno analizzati anche i casi personali dei partecipanti.

Programma

- > Le caratteristiche della comunicazione
- > Gli assiomi del processo comunicativo
- > L'importanza del corpo
- > Differenza tra comunicazione verbale, non verbale e paraverbale
- > L'ascolto come forma superiore della comunicazione
- > Gli stili di comunicazione
- > Analisi di autocasì
- > Piano di azione personale

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 20 settembre | 13 novembre
2018: 26 febbraio | 6 aprile | 25 giugno

SCRIVERE IN AZIENDA

L'informatica e i cellulari sembravano aver reso inutile la scrittura, poi la mail ci ha riportato al rito della posta del gentiluomo; in azienda si è sempre continuato a scrivere, anche troppo. Nelle organizzazioni si scrive molto e spesso male, i messaggi e le relazioni non raggiungono i risultati attesi; la sfida è migliorare la capacità di scrivere testi aziendali che trasmettano il messaggio corretto a diversi pubblici di lettori.

Obiettivi

- > Fornire indicazioni su come progettare e scrivere un testo a seconda del pubblico a cui è rivolto
- > Condividere strumenti pratici per scrivere un testo chiaro ed efficace

Metodologia

La metodologia didattica utilizzata ha lo scopo di aiutare l'applicazione concreta degli argomenti affrontati. Ogni momento del seminario prevede l'immediata applicazione di quanto visto per favorire la completa comprensione e padronanza di ogni strumento. Alla fine di ogni modulo didattico è previsto un esercizio di riscrittura a partire da un testo aziendale.

Programma

- > Allenarsi a produrre testi aziendali
- > Scopi della comunicazione: informare o convincere?
- > L'autore e i suoi pubblici
- > I principi dello scrittore aziendale: chiarezza ed efficacia
- > Gli scopi del testo
- > Scelte di lessico
- > Stile e contesto
- > Le fasi della scrittura

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 5-6 ottobre
2018: 8-9 febbraio | 10-11 maggio | 5-6 luglio



Area Commerciale & Marketing

VENDERE NON FA PER ME

La situazione economica attuale sta obbligando molte persone ad affrontare l'attività di vendita; questo corso all'avanguardia offre un aiuto concreto per sviluppare le proprie capacità commerciali superando le naturali difficoltà e resistenze.

Obiettivi

- > Superare i blocchi emotivi alla vendita
- > Superare le resistenze culturali alla vendita
- > Diffondere la cultura dell'orientamento al cliente
- > Convertire figure tecniche e/o di back office in figure commerciali
- > Motivare alla vendita.

Metodologia

Attraverso una serie di interviste, giochi ed esercitazioni i partecipanti saranno chiamati da un lato ad individuare "i killer" del proprio talento commerciale, dall'altro a progettare dei piani concreti di miglioramento personale.

Programma

3 cose che non facciamo:

- > non raccontiamo formule magiche per chiudere i contratti
- > non diciamo "sei un grande, puoi farcela"
- > non diciamo "ogni tanto bisogna essere furbi e cinici"

3 cose che facciamo:

- > impariamo a relativizzare i punti di vista
- > distinguiamo il concetto di persuasione dal concetto di manipolazione
- > ci alleniamo ad accogliere "la porta in faccia"

2 giornate | Costo: 1.500 € + IVA

Milano 2017: 20-21 novembre
2018: 29-30 gennaio | 28-29 marzo | 8-9 maggio

TECNICHE DI VENDITA BASE: LA PERSONA AL CENTRO

Il commerciale è da sempre una delle professioni più richieste. Il mercato odierno, profondamente complesso, richiede di sviluppare un metodo organizzato e tecniche pratiche da applicare quotidianamente per svolgere in modo efficace l'attività commerciale. Oltre a questi strumenti di pianificazione è fondamentale individuare ed assumere un atteggiamento mentale flessibile, motivato e creativo che permette di conquistare e guidare il cliente verso scelte che portano ad un vantaggio comune. Il corso affronta le tematiche fondamentali per la programmazione dell'attività commerciale ed è rivolto a chi vuole imparare o migliorare un metodo commerciale.

Il corso sarà preceduto dalla somministrazione di un questionario comportamentale.

Obiettivi

Sviluppare e/o migliorare un metodo pratico "quotidiano" per svolgere l'attività commerciale ed ottenere i risultati desiderati lavorando principalmente sulle caratteristiche personali

Metodologia

- > Lezioni frontali
- > Esercitazioni pratiche
- > Confronto e scambio
- > Simulazioni e coaching di gruppo

Programma

- > Il ruolo del commerciale oggi
- > Riflessioni generali sul mercato e sul cliente attuale
- > L'atteggiamento mentale per conquistare e motivare il cliente
- > Dove trovare clienti: internet, fiere, suggerimenti, ovunque
- > La presentazione: mia e dell'azienda
- > Vantaggi che la nostra proposta offre e/o l'opportunità che rappresenta: valore trasferito/percepito
- > Strumenti di contatto: mail, telefono, visita
- > La vendita in numeri: la programmazione settimanale
- > Raccogliere i bisogni del cliente con le giuste domande: distinguere i bisogni dalle richieste dirette
- > Anticipare i bisogni del cliente e capire le sue leve motivazionali: il commerciale nel ruolo di guida
- > Le promesse "Boomerang"
- > Obiezioni: cercarle e superarle
- > Il post vendita
- > C'è una sola cosa più importante di vendere ... vendere bene

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 11-12 settembre | 9-10 novembre
2018: 10-11 gennaio | 6-7 marzo | 8-9 maggio | 12-13 giugno

TECNICHE DI VENDITA AVANZATA

I due fattori che oggi maggiormente portano risultati solidi e concreti in ambito commerciale sono prima di tutto la consapevolezza delle caratteristiche della propria personalità e di come il controllo che si ha delle stesse impatta nella relazione con il cliente, e poi un'ottima capacità di analizzare tutti quei dati che ci portano a definire un cliente o un business profittevole. Per tanto diventano capacità distintive e requisiti fondamentali per un commerciale il SAPERE i differenti approcci commerciali utilizzati quotidianamente, il CONOSCERE le dinamiche comportamentali che influenzano le scelte, il COMUNICARE in modo efficace, il GESTIRE i conflitti ed infine il CREARE con assertività le basi dell'accordo negoziale. Il corso si rivolge a tutti coloro che, partendo da un'analisi e messa in discussione del proprio agire, vogliono imparare e/o affinare le proprie abilità negoziali.

Obiettivi

- > Prendere consapevolezza del proprio atteggiamento commerciale
- > Riconoscere le dinamiche commerciali vincenti nella relazione cliente-venditore per migliorare la negoziazione
- > Saper mettere in pratica i principi delle più importanti scuole di vendita
- > Saper gestire i "numeri" legati alla vendita.

Metodologia

Esercitazioni pratiche, confronto e scambio, simulazioni e coaching di gruppo

Programma

- > Il ruolo del commerciale oggi
- > Riflessioni generali sul mercato e sul cliente attuale
- > Cosa significa vendere bene
- > Come si compone la proposta al cliente: contenuto, servizio e relazione
- > L'atteggiamento vincente per affrontare il mercato ed il cliente oggi
- > Caratteristiche del cliente attuale
- > Clienti potenziali: perchè, come e cosa acquistano
- > Negoziare con la comunicazione efficace e l'assertività come strumenti
- > Come fare domande, utilizzare l'ascolto attivo e gestire i diversi stili comunicativi
- > Definire obiettivi in modo efficace
- > Orientarsi al margine: gli aspetti che lo influenzano
- > Le variabili che minano anche i migliori risultati: i costi
- > Individuare i costi "sommersi" nella relazione col cliente
- > Programmare l'attività per aumentare la redditività
- > Budget e piani settimanali
- > Le variabili che definiscono l'attrattività di un cliente
- > Il valore dei clienti attivi e dei "non clienti"
- > L'analisi del portafoglio clienti
- > L'analisi del portafoglio opportunità
- > Orientarsi al customer service per crescere
- > Clienti persi: analisi dei fattori critici di miglioramento del nostro agire commerciale

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 11-12 ottobre | 14-15 dicembre
2018: 7-8 febbraio | 16-17 aprile | 29-30 maggio | 11-12 luglio

VENDERE CON LE PAROLE

Oltre il 60% della nostra giornata viene speso comunicando verbalmente, un'opportunità per convincere, spiegare, influenzare, motivare, dare una consulenza o istruire. Con le parole è possibile creare movimento, entusiasmo e visione. Con le parole giuste le cose prendono vita, si crea energia, si è più convincenti. Come disse Mark Twain, "La differenza tra la parola giusta e la parola sbagliata è la differenza tra un fulmine e una lucciola." In sostanza le parole che usiamo hanno il potere di attrarre o respingere i potenziali clienti, i collaboratori, le persone con cui abbiamo a che fare. Una buona scelta delle parole può anche essere fondamentale per disinnescare certe situazioni e nel convincere la gente ad accettare il tuo punto di vista. Anche una sola parola può fare la differenza nella percezione ed accettazione degli altri.

Obiettivi

- > Padroneggiare il linguaggio dei leader
- > Utilizzare le parole per migliorare le proprie strategie di vendita
- > Scrivere efficaci presentazioni commerciali
- > Ottimizzare la comunicazione aziendale (dal sito internet, ai social network, ai materiali di vendita)
- > Definire obiettivi professionali ed efficaci per se stessi e i propri collaboratori

Metodologia

Aula frontale con esercizi, simulazioni e role playing

Programma

- > Creare buone relazioni entrando in sintonia con le altre persone: rispecchiamento ed utilizzo del linguaggio del corpo
- > I canali percettivi preferenziali
- > Il linguaggio per vendere: parole magiche, parole da evitare, strategie del linguaggio
- > La comunicazione efficace: come arrivare a segno
- > Formulare le domande giuste nel momento e nel modo giusto
- > Comprendere lo stato d'animo del cliente
- > Comprendere come ragiona il cliente

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 27-28 novembre

2018: 20-21 febbraio | 14-15 maggio | 25-26 giugno

FONDAMENTI DI NEGOZIAZIONE COMMERCIALE

Essere in grado di creare una propria strategia di negoziazione commerciale consente di raggiungere i propri obiettivi di vendita e mantenere la relazione con il cliente, gestendo al meglio i suoi comportamenti. Nella negoziazione è fondamentale imparare a muoversi con sicurezza, gestendo sia gli aspetti tecnici più strategici, sia quelli più relazionali e basati su una buona comunicazione. Questo corso fornisce entrambe le tipologie di strumenti, con una particolare attenzione alla dimensione della comunicazione e alla resistenza alla pressione del cliente, attraverso una metodologia d'aula molto pratica, basata su preparazione pratica dell'incontro e simulazioni di negoziazione.

Obiettivi

- > Gestire la negoziazione commerciale con diverse tipologie di negoziatori
- > Identificare il proprio stile di negoziazione e quello dell'interlocutore
- > Saper creare una propria tattica di negoziazione
- > Difendere con sicurezza la propria proposta di vendita
- > Chiudere una vendita con reciproca soddisfazione

Metodologia

Aula frontale, video, roleplay, utilizzo degli strumenti per la negoziazione

Programma

- > Conoscere il proprio stile di negoziazione
- > Scegliere la propria posizione negoziale prima dell'incontro
- > Comprendere i diversi stili di negoziazione
- > Preparare l'incontro di negoziazione
- > Comprendere i rapporti di forza
- > Definire i confini della negoziazione: la matrice degli obiettivi
- > Definire concessioni e contropartite
- > Conoscere ed utilizzare le chiavi della negoziazione commerciale
- > Riconoscere ed evitare le trappole dell'acquirente ai fini di una più efficace difesa del prezzo
- > Comunicare efficacemente:
 - La ricerca di interessi comuni: rendere il cliente più cooperativo
 - La negoziazione win-win per salvaguardare la relazione e concludere vendite vantaggiose per tutti

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 9-10 ottobre

2018: 12-13 febbraio | 9-10 aprile

PERSONAL BRANDING

La percezione di un brand o di un individuo online e off dipende dalla costruzione di un'identità, dallo sviluppo di un'autorevolezza, dalla creazione di contenuto, di stile, di coerenza.

Obiettivi

- > Aumentare la propria consapevolezza
- > Creare e gestire il proprio brand personale
- > Gestire la propria immagine in rete
- > Rafforzare la propria reputazione ed il numero di contatti

Metodologia

Lezione dialogata, laboratorio creativo con produzione accompagnata della propria identità personale, studio del brand e piano di personal marketing.

Programma

- > Comprendere il personal branding
- > Determinare gli obiettivi del branding
- > Sviluppare una voce autorevole
- > Costruire un'identità
- > Sviluppare uno stile personale
- > Sviluppare coerenza sul brand
- > Definire una nicchia
- > Creare contenuti
- > Misurare il successo del brand

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 18-19 settembre | 11-12 dicembre
2018: 5-6 febbraio | 21-22 maggio | 9-10 luglio

MARKETING DI BASE

Le aziende stanno riconoscendo sempre di più l'importanza del ruolo del marketing e il suo contributo nel realizzare una crescita sostenibile e un profitto. Il marketing è determinante nel creare prodotti e servizi differenziati e di alta qualità, che producano valore per un target definito di intermediari e consumatori finali. Il corso introduce ai principi chiave del marketing e dimostra come questi possono essere applicati per migliorare l'efficacia del marketing e delle performance aziendali. In aula si lavorerà insieme per sviluppare un approccio diretto al cliente ed al mercato: i partecipanti comprenderanno come un approccio integrato possa portare un beneficio all'azienda in termini di performance più efficace ed efficiente sul mercato. I principi chiave appresi saranno immediatamente applicabili sul posto di lavoro.

Obiettivi

- > Comprendere cosa sia il marketing e come possa migliorare il profitto di un'azienda e la sua competitività
- > Comprendere il ruolo del marketing all'interno di un'azienda e partecipare con sicurezza al lavoro di un dipartimento marketing
- > Sviluppare una comprensione delle competenze di marketing che combinano analisi di mercato, strategia e tattica per generare e gestire con successo un piano di marketing
- > Conoscere i principi del marketing per sviluppare con successo una carriera nel settore

Metodologia

Oltre alla lezione frontale, il corso combinerà interattivamente discussioni di casi di studio, video, esempi contemporanei e porterà ogni partecipante a creare il proprio primo piano di marketing.

Programma

- > Concetti e principi di base del marketing
- > Comprendere la terminologia di marketing
- > Il processo di marketing
- > Comprendere e sviluppare un'analisi di mercato
- > Segmentazione, target e posizionamento
- > Il marketing mix e le relazioni tra marketing e vendita
- > Pratiche di marketing: casi di successo e insuccesso

3 giornate | Costo: 1.200 € + IVA

Milano 2017: 18-20 ottobre | 29 novembre-1 dicembre
2018: 22-24 gennaio | 7-9 marzo | 13-15 giugno



in collaborazione con

LA TELEFONATA PER IL BUSINESS

Il colloquio telefonico non è solo negoziare o vendere. Ogni volta che parlate con qualcuno al telefono avete l'opportunità di costruire e incrementare una relazione che darà frutti per lungo tempo. Come fare ad essere essenziali, fluidi ed incisivi? Come riuscire ad essere sempre dell'umore giusto anche nelle giornate difficili e di fronte alle obiezioni del vostro interlocutore? Questo corso presenta tutto ciò che dovete conoscere affinché la telefonata rappresenti sempre e comunque un obiettivo raggiunto.

Obiettivi

- > Saper impostare relazioni efficaci al telefono
- > Imparare a gestire gli stati d'animo propri e altrui
- > Apprendere come affrontare resistenze e obiezioni
- > Imparare a chiudere la conversazione con eleganza

Metodologia

Aula con test, simulazioni, role playing.

Programma

- > Le regole generali della conversazione telefonica efficace
- > Come riconoscere e gestire i propri stati emotivi prima e durante la conversazione
- > Come riconoscere e gestire gli stati emotivi dell'interlocutore
- > Uso funzionale dei quadranti TO BE/TO DO
- > Gestione rapida delle obiezioni
- > Pianificare gli obiettivi

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 21 settembre | 17 novembre
2018: 15 febbraio | 7 maggio | 11 luglio



Area Human Resources

CONSAPEVOLEZZA DEI COSTI PER HR

Mai come nel momento attuale la gestione dei costi aziendali è stata tanto importante. Molti dei costi gestiti dalla funzione HR rappresentano voci significative del bilancio dell'azienda. La consapevolezza delle diverse tipologie di costi e dei loro diversi impatti sui conti aziendali permetterà ai professionisti HR di fare scelte oculate ed efficienti e meglio contribuire al successo dell'azienda.

Obiettivi

- > Acquisire la consapevolezza degli aspetti base della gestione costi di un'azienda
- > Comprendere il ruolo di HR nella gestione efficace dei costi del personale
- > Stimolare una mentalità imprenditoriale in azienda attraverso la gestione e analisi dei costi

Metodologia

- > Spiegazione teorica alternata a momenti di alta interattività
- > Esercitazioni pratiche

Programma

- > Il profitto aziendale
- > I costi aziendali
 - Tipologie di costi
 - Costi vs. Investimenti
 - L'attribuzione dei costi
- > Il budget
- > Il bilancio aziendale
- > L'importanza dell'analisi dei dati
- > L'approccio imprenditoriale in tutti i ruoli.

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 6 ottobre | 19 dicembre
2018: 6 febbraio | 10 aprile | 3 luglio

EASY FINANCE PER LE RISORSE UMANE

Sempre più le Risorse Umane hanno necessità di districarsi nel grande mondo dei numeri e dei bilanci. La terminologia usata da chi si occupa di amministrazione finanza e controllo ormai si dà per scontata e durante le riunioni ufficiali le logiche base del controllo di gestione sono sempre più fondamentali di tutte le considerazioni e le decisioni aziendali. Inoltre le risorse umane possono trovarsi a redigere budget economici, finanziari, mini business plan, report riguardanti analisi di costi e valutazione di investimenti. Con questo percorso breve ma esaustivo, si offrono basi e strumenti per acquisire tutte le conoscenze in chiave finance per le Risorse Umane.

Il corso è rivolto alle Risorse Umane che vogliono acquisire terminologia e conoscenze base di aspetti economico-finanziari

Obiettivi

- > Orientarsi genericamente nella terminologia di amministrazione e finanza
- > Dialogare tecnicamente con gli addetti ai lavori
- > Gestire business plan e budget di cui si devono occupare

Programma

1 Riprendiamo le logiche base (1 giornata)

Comprendere le logiche base del bilancio: le differenze tra conto economico e stato patrimoniale. Chiarire termini come EBIT, EBITDA, GROSS MARGIN, MARGINE DI CONTRIBUZIONE LORDO, MOL... in modo che non ci siano incertezze a riguardo.

2 Il budget economico e i due indici fondamentali da analizzare: Bep e leva operativa (1/2 giornata)

Il ruolo di responsabilità obbliga la conoscenza delle logiche di costruzione di un budget economico. L'utilizzo della riclassificazione a margine di contribuzione è fondamentale per la costruzione e l'analisi dei due strumenti budgetari più importanti: il punto di pareggio (Bep) e la leva operativa. Si vedranno questi indici economici anche in chiave differente rispetto alle logiche di controllo di gestione, ossia in chiave commerciale e organizzativa.

3 Analisi di bilancio (1/2 giornata)

Un HR si trova davanti bilanci e report gestionali e deve orientarsi in un mondo di bilanci che non è il suo pane quotidiano. Si offre un approccio rapido e immediato in cui, in pochi minuti, si riesce a leggere in maniera esaustiva un bilancio. Si evidenziano "trucchetti" ed insidie.

4 Analisi finanziaria: quando il budget non è solo economico (1/2 giornata)

Un HR deve avere a che fare con budget economici, ma non solo: anche il cash flow (flusso di cassa) può essere nei suoi obiettivi di redazione o di analisi. E allora ecco che questo modulo in maniera lineare offre tutti gli strumenti per conoscere le logiche finanziarie. I significati dei segni in un flusso di cassa spesso confondono le idee e quindi è indispensabile entrare nella logica finanziaria del cash flow.

5 Valutazione degli investimenti (1/2 giornata)

Una volta determinato il budget finanziario della cassa generata dalla gestione, occorre entrare nell'ottica di possibili eventuali investimenti. Per non scegliere strategicamente alla cieca è indispensabile poter affrontare le scelte attraverso l'analisi di strumenti, quali il PBP (periodo di recupero dell'investimento iniziale), l'IRR (TIR – tasso interno di rendimento) e il NPV (valore attuale netto).

6 Analisi dei costi: direct e full costing, ABC (1/2 giornata)

L'HR nei propri report ha necessità di ripartire con metodologie convincenti i costi del personale e non solo. Si affrontano le varie tecniche di distribuzione dei costi e dei ricavi nei centri di responsabilità, esaminandole nelle loro componenti oggettive e soggettive.

7 Risk management in chiave HR: quando il personale non è tutto dipendente dell'azienda (1/2 giornata)

E se un HR si trova a dover fronteggiare la gestione del personale in un'azienda che utilizza personale in società terze? Cosa occorre sapere e quali possono essere le tipologie di rischio a cui bisogna prestare attenzione?

7 moduli | Costo: 960 € + IVA

Milano 2017: 15 settembre (giornata intera)
22 e 29 settembre (mezza giornata)
6, 13, 20, 27 ottobre (mezza giornata)

2018: 12 gennaio (giornata intera)
19 e 26 gennaio (mezza giornata)
2, 9, 16, 23 febbraio (mezza giornata)

Possibilità di iscriversi ai singoli moduli:

- > giornata intera 300€
- > mezza giornata 150€

Il percorso sarà attivato solo al raggiungimento di un numero minimo di partecipanti.

SELEZIONE DEL PERSONALE - base

Per avere successo il processo di ricerca e selezione del personale deve essere condotto in modo razionale, metodico, pianificato. Il corso fornisce gli strumenti necessari per condurre l'attività di recruiting dalla fase di ricerca del personale a quella di colloquio e scelta del candidato. Verranno fornite tutte le metodologie necessarie a garantire azioni valutative coerenti con le necessità aziendali e organizzative.

Obiettivi

- > Gestire al meglio tutti i processi di ricerca e selezione del personale
- > Condurre delle interviste corrette
- > Conoscere i canali di recruitment classici e l'utilizzo dei social network nella selezione del personale
- > Come creare un annuncio efficace

Metodologia

Lezione interattiva e simulazioni di casi reali.

Programma

- > Una selezione corretta è basata sulla identificazione di un profilo chiaro
- > Quali canali di ricerca usare: dal database ai social network
- > Come comunicare la ricerca: i segreti di un annuncio chiaro e motivante
- > Metodologie di screening
- > Le diverse tipologie di intervista
- > Come gestire un assessment
- > Introduzione all'uso dei test nel processo di valutazione
- > Valutazione del candidato
- > Come stendere un profilo corretto, conciso e chiaro

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 26-27 ottobre
2018: 24-25 gennaio | 27-28 marzo | 7-8 maggio | 5-6 luglio

SELEZIONE DEL PERSONALE - avanzato

Il mondo della selezione del personale è in continua evoluzione: gli approcci e gli strumenti devono essere aggiornati per tenere il passo con i cambiamenti e le nuove tecnologie. Il corso consente di consolidare l'esperienza maturata in ambito di selezione del personale e di perfezionare le competenze in ambito di colloquio di selezione, riconoscendo i candidati con potenziale elevato e applicando strumenti come l'analisi transazionale, la PNL, non tralasciando l'evolversi delle dinamiche relazionali che vedono nella comunicazione non verbale e nella decodifica dei micro segnali il maggiore strumento di lavoro di coloro che si occupano di selezione del personale.

Obiettivi

- > Massimizzare la qualità nel minor tempo possibile e con minori costi
- > Costruire efficacemente il profilo del candidato non fermandosi solo all'esigenza espressa
- > Conoscere le diverse metodologie di selezione
- > Applicare i principi di comunicazione non verbale, programmazione neurolinguistica e analisi transazionale al processo di selezione

Metodologia

Lezione interattiva, simulazioni videoregistrate ed esercitazioni.

Programma

- > Definizione del profilo atteso (a colloquio con la committenza: caratteristiche del contesto organizzativo e aziendale)
- > Formulazione delle ipotesi di intervento operativo:
 - strutturazione del piano di colloquio
 - conduzione di un Assessment Center
- > La stesura di un profilo (sintesi delle caratteristiche del candidato). Presentazione efficace alla committenza
- > Gestione e organizzazione dei colloqui di gruppo. La generazione creativa di "casi" di discussione congruenti
- > Presentazione di "casi" emblematici: simulazioni videoregistrate. Analisi critico-propositiva degli "stili" e delle modalità operative messe in campo da ciascun partecipante
- > La strutturazione di un "Ufficio Selezione": aziende e società di consulenza
- > Il rapporto tra etica del selezionatore ed etica aziendale (che non sempre sono in sintonia)
- > La gestione delle "segnalazioni": il "raccomandato" non sempre è favorito...

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 9-10 novembre
2018: 8-9 febbraio | 14-15 maggio | 2-3 luglio

Sentite di non avere il know-how
per gestire un iter di selezione completo?

È possibile selezionare e formarsi allo stesso tempo?

Selezione Km 0



EXECO vi affianca proponendovi un training on the job direttamente presso la vostra sede strutturando e seguendo con voi l'intero processo di selezione.

Mentre la ricerca procede, il vostro collaboratore si formerà e diverrà autonomo per gestire le future esigenze.



Area Web & Informatica

EXCEL - base

Saranno forniti gli elementi di base necessari per utilizzare in modo adeguato e proficuo i fogli elettronici. Il corso è incentrato principalmente sulla creazione di tabelle strutturate, l'inserimento dei diversi tipi di dati, la formattazione e le elaborazioni automatiche dei dati mediante formule. Permetterà di conoscere l'interfaccia del programma, le possibilità operative e le modalità di funzionamento del foglio elettronico.

Obiettivi

- > Acquisire manualità con il programma
- > Imparare a risolvere situazioni di errore o incertezza
- > Scoprire e percorrere correttamente strade nuove e più efficienti per svolgere operazioni usuali.

Metodologia

Teoria ed esercizi in aula.

Programma

- > Introduzione ad Excel
- > Risorse pratiche in caso di errore o malfunzionamento
- > Struttura dell'interfaccia e del foglio elettronico
- > Tipologie di dati
- > Formattazione dei dati e delle tabelle
- > Formule e funzioni
- > Filtri e ordinamenti
- > I grafici
- > La stampa
- > Le tabelle Pivot
- > Personalizzare il programma
- > Excel e il web
- > Gli errori comuni

2 giornate | Costo: 550 € + IVA

Milano 2017: 5-6 ottobre | 13-14 novembre
2018: 15-16 marzo | 28-29 maggio | 2-3 luglio

EXCEL - avanzato

È pensato per chi ha già dimestichezza con le operazioni elementari di Excel, come l'inserimento dei dati, la formattazione, la creazione di tabelle e grafici e l'utilizzo delle funzioni.

Fornisce conoscenze avanzate sull'elaborazione dei dati e la gestione di database ampi. Particolare attenzione sarà rivolta alle tecniche che permettono di estrarre informazioni rilevanti e sintetiche da grandi quantità di dati.

Obiettivi

- > Acquisire manualità con l'elaborazione avanzata dei dati
- > Imparare a risolvere situazioni di errore o incertezza
- > Scoprire e percorrere correttamente strade nuove e più efficienti per svolgere operazioni usuali.

Metodologia

Teoria ed esercizi in aula.

Programma

- > Riepilogo delle funzioni base di Excel
- > Risorse pratiche in caso di errore o malfunzionamento
- > Introduzione all'elaborazione dei dati
- > Le query di ricerca e filtri avanzati
- > Raggruppamento dei dati e creazione di elenchi
- > Operazioni sugli elenchi di dati
- > Classificazione dei dati
- > Introduzione alle tabelle pivot
- > Formattazione delle tabelle pivot
- > Operazioni con le tabelle pivot
- > Grafici con le tabelle pivot
- > Funzioni avanzate
- > Introduzione alle macro e registratore macro
- > Personalizzazioni avanzate
- > Excel e il web
- > Gli errori comuni

2 giornate | Costo: 550 € + IVA

Milano 2017: 20-21 novembre
2018: 10-11 gennaio | 19-20 marzo | 7-8 giugno

VENDERE CON IL BLOG AZIENDALE

Il blog è uno degli strumenti più efficaci per fare marketing online. Permette ad ogni azienda di comunicare in modo autorevole presentandosi al cliente con soluzioni e non con proposte commerciali. Questo accorcia rapidamente le distanze trasformando i lettori in clienti senza dover ricorrere costantemente a sconti e offerte commerciali.

Obiettivi

- > Comprendere le funzionalità chiave di un blog
- > Creare una strategia di comunicazione e marketing basata su un blog
- > Identificare le argomentazioni valide da trattare e la forma da utilizzare
- > Coinvolgere le persone interne ed esterne all'azienda nella produzione di contenuti

Metodologia

Durante il corso, ogni concetto teorico sarà accompagnato da esempi pratici esplicativi.

Programma

- > Le funzionalità di un blog (la piattaforma CMS di WordPress)
- > Il ruolo del blog aziendale e del Content Marketing
- > Individuare e definire il cliente tipo (Buyer Personas)
- > Obiettivi di un blog aziendale
- > Costruire una strategia di Content Marketing
- > Realizzare un calendario editoriale per il blog
- > Scrivere (la struttura di un post)
- > Scrittura efficace sul blog (nozioni pratiche di copywriting)
- > Forme alternative di contenuto (video, immagini, audio)
- > Strumenti di conversione
- > Misurabilità dei risultati su un blog aziendale

1 giornata | Costo: 400 € + IVA

Milano 2017: 21 settembre | 23 novembre
2018: 1 febbraio | 19 aprile | 26 giugno

CONTENT MARKETING

Dalla semplice email alla pubblicazione di uno status su LinkedIn, fino a un blog post, conoscere le regole della comunicazione online è indispensabile per sfruttare al meglio ogni punto di contatto con i clienti. Lo scopo del corso è quello di fornire un metodo pratico e subito applicabile per produrre contenuti online. Nello specifico questo passa attraverso la costruzione di una strategia di comunicazione per concretizzarsi nella creazione dei contenuti.

Obiettivi

- > Apprendere le migliori strategie, tattiche e tecniche di gestione di un blog aziendale
- > Comprendere che cos'è il Content Marketing e perché è così importante per dare un reale vantaggio competitivo ad un'azienda (di qualsiasi tipo e dimensione e in qualsiasi settore operi)
- > Capire come intercettare i potenziali clienti attraverso la creazione di contenuti di valore sul blog aziendale
- > Capire come aumentare l'autorevolezza e la credibilità del brand agli occhi dei clienti potenziali (e già acquisiti) creando contenuti di valore
- > Capire a chi affidarsi per la creazione di un blog aziendale e dei relativi contenuti (o quali sono le persone in azienda che se ne possono occupare)
- > Capire come calcolare il ROI dei contenuti pubblicati sul blog aziendale (e in genere sul web)
- > Apprendere alcune tecniche di marketing dei contenuti che danno risultati concreti in qualsiasi contesto aziendale (B2B o B2C, vendita di prodotti o di servizi, grande brand o PMI)

Metodologia

Durante il corso, ogni concetto teorico sarà accompagnato da esempi pratici esplicativi.

Programma

- > Costruire una strategia di content marketing
- > Mettere il blog al centro della tua comunicazione online
- > Individuare il cliente tipo (Buyer Persona)
- > Quali argomenti trattare e trovare nuove idee per i tuoi contenuti
- > Come coinvolgere dipendenti, collaboratori e clienti nella creazione dei contenuti
- > Come sfruttare i "generatori di fiducia" per ottenere la massima attenzione
- > Costruire e utilizzare un calendario editoriale
- > Forme di contenuto alternative al testo
- > Creare contenuti per il web
- > Le differenze tra la scrittura per la carta e scrittura per il web
- > Le regole del web writing
- > SEO copywriting: scrivi e fatti trovare da Google (e dai clienti)
- > Come creare un contenuto di 700 parole in meno di un'ora (metodo pratico)
- > Scrivere sui social network senza fare Spam (Facebook, Twitter)

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 19 settembre | 29 novembre
2018: 22 febbraio | 10 aprile | 18 luglio

POWERPOINT - base

Fornisce tutti gli elementi base necessari per utilizzare in modo adeguato e proficuo il programma. È incentrato principalmente sulla creazione di contenuti strutturati, il trattamento di dati multimediali, la formattazione, le animazioni e le tecniche per creare una presentazione efficace e coinvolgente.

Il corso permetterà di conoscere l'interfaccia del programma, le possibilità operative e le modalità di funzionamento.

Obiettivi

- > Acquisire manualità con il programma
- > Imparare a risolvere situazione di errore o incertezza
- > Scoprire e percorrere correttamente strade nuove e più efficienti per svolgere operazioni usuali
- > Saper creare presentazioni coinvolgenti

Metodologia

Teoria ed esercizi in aula.

Programma

- > L'interfaccia del programma
- > Creare e salvare una presentazione
- > Le slide
- > Lavorare con il testo (box di testo, formattazione, liste, correzioni e miglioramenti)
- > Le tabelle
- > Modificare i layout: temi e master
- > Creare e formattare gli oggetti
- > Clip Art e foto
- > Come utilizzare le Smart Art
- > I Grafici
- > Gli effetti sonori
- > I video
- > La presentazione: creare effetti animati e transizioni
- > Funzioni di ricerca
- > Stampa
- > Come distribuire una presentazione: risorse pratiche
- > Esercizi pratici finali

1 giornata | Costo: 400 € + IVA

Milano 2017: 18 settembre | 6 novembre
2018: 22 gennaio | 7 maggio

POWERPOINT - avanzato

Fornisce tutti gli elementi base e diversi strumenti avanzati necessari per utilizzare in modo adeguato e proficuo il programma. È incentrato principalmente sulla creazione di contenuti strutturati, il trattamento di dati multimediali, la formattazione, le animazioni e le tecniche per creare una presentazione efficace e coinvolgente.

Il corso permetterà di conoscere l'interfaccia del programma, le possibilità operative e le modalità di funzionamento, con l'aggiunta di tutorial personalizzati costruiti su misura per i partecipanti. Verrà mostrato come customizzare il programma per consentirne un uso facile e quotidiano.

Obiettivi

- > Acquisire manualità con il programma
- > Imparare a risolvere situazioni di errore o incertezza
- > Scoprire e percorrere correttamente strade nuove e più efficienti per svolgere operazioni usuali
- > Saper creare presentazioni coinvolgenti
- > Realizzare ipertesti interattivi e applicazioni multimediali

Metodologia

Teoria ed esercizi in aula.

Programma

- > L'interfaccia del programma
- > Creare e salvare una presentazione
- > Le slide
- > Lavorare con il testo
- > Le tabelle e i grafici
- > Modificare i layout: temi e master
- > Creare e formattare gli oggetti
- > Clip Art e Foto
- > Come utilizzare le Smart Art
- > Incorporare contenuti da altri programmi
- > Gli effetti sonori e i video
- > La presentazione: creare effetti animati e transizioni
- > Funzioni di ricerca
- > Oggetti multimediali e impostazioni avanzate
- > Opzioni di configurazione e personalizzazioni del programma
- > Condivisione e collaborazione tra gli autori
- > Design interattivo e presentazioni automatiche
- > Come distribuire una presentazione: risorse pratiche
- > Creare del materiale di supporto alle presentazioni
- > Esercizi pratici finali

2 giornate | Costo: 550 € + IVA

Milano 2017: 16-17 ottobre | 14-15 dicembre
2018: 26-27 febbraio | 11-12 giugno

SEO: OTTIMIZZAZIONE DEI SITI PER I MOTORI DI RICERCA

Migliorare la visibilità del proprio sito Internet vuol dire ampliare in modo esponenziale i potenziali clienti, ampliando il proprio business, superando la concorrenza.

Il corso è pensato per:

- tutti coloro operano già nel settore del web ma vogliono acquisire conoscenze che gli permettano di fare un salto di qualità nell'ottimizzazione dei propri siti, diventando competitivi sui motori di ricerca.
- chi è nuovo al mondo di Internet ma è deciso ad approfondire e scoprire tutte le tecniche per sfruttare al meglio le tecnologie informatiche ed aprirsi al meglio verso un mercato in continua e costante crescita
- le aziende che vogliono formare risorse interne con competenze tecnico-strategiche che gli permettano di raggiungere risultati stabili e duraturi nell'indicizzazione e nell'ottimizzazione dei servizi online offerti ai propri clienti.

Obiettivi

- > Comprendere il funzionamento dei motori di ricerca e avere una visione dettagliata e chiara del web e di Internet
- > Orientarsi tra le varie tipologie di siti Internet disponibili
- > Capire quali sono i fondamentali passi da compiere la prima volta che ci si affaccia sul web e come costruire una base solida da cui partire
- > Conoscere tutte le tecniche di ottimizzazione più efficaci e saperle mettere in pratica su un qualsiasi sito
- > Monitorare lo stato di indicizzazione di un sito e capire se sta funzionando in modo corretto
- > Utilizzare tutti gli strumenti messi a disposizione da Google per i webmaster
- > Elaborare strategie anche complesse di indicizzazione, così da raggiungere le prime posizioni sui motori senza rischiare di essere bannati
- > Raggiungere le prime posizioni sui motori di ricerca

Metodologia

- > Lezioni comprensive di tutorial ed esempi pratici
- > Analisi del proprio sito ed elaborazione di una strategia di indicizzazione ed ottimizzazione personalizzata

Programma

- > Introduzione
 - un glossario di termini legati al mondo della ricerca 2.0
 - l'elenco dei motori più famosi con le principali caratteristiche per ognuno
 - gli obiettivi dell'ottimizzazione per i motori di ricerca
- > Il sito Internet
- > Primi passi: costruire una base solida per essere indicizzati
- > Ottimizzazione per i motori di ricerca
- > Raggiungere la vetta: le prime posizioni nei motori di ricerca
 - > Nella testa di Google
 - > Gli strumenti Google

2 giornate | Costo: 700 € + IVA

Milano 2017: 18-19 ottobre
2018: 17-18 gennaio | 8-9 marzo | 5-6 luglio

WEB MARKETING E SEARCH ENGINE MARKETING

Secondo le statistiche le attività che non creano un proprio network online non solo faticano a crescere, ma risultano penalizzate. Ritagliarsi un proprio spazio in Internet, investire nella realtà 2.0, vuol fornire al proprio business una base solida per crescere, preparandosi al futuro. Se vuoi raggiungere la vetta, devi partire nel modo giusto: scopri come!

Obiettivi

- > Comprendere il funzionamento dei motori di ricerca
- > Scegliere quale tipologia di sito Internet utilizzare per la propria attività
- > Capire quali sono i fondamentali passi da compiere la prima volta che ci si affaccia sul web e come costruire una base solida da cui partire
- > Collegare il proprio sito a tutti i servizi forniti da Google e saperli utilizzare
- > Elaborare strategie di indicizzazione, così da raggiungere le prime posizioni sui motori senza rischiare di essere bannati
- > Creare il proprio sito, costruirgli intorno un network e raggiungere le prime posizioni sui motori di ricerca

Metodologia

Lezioni comprensive di tutorial ed esempi pratici.

Programma

- > Introduzione
- > Si vedrà in breve la storia di Internet così da comprendere a fondo la situazione attuale, si analizzeranno i principali motori di ricerca, le loro differenze e si scoprirà perché sono diventati le autorità sul web
- > Saranno forniti tutti gli strumenti per affrontare il corso, insieme ad un glossario di termini legati al mondo del web 2.0
- > Il sito Internet
- > Costruire una base solida per essere indicizzati
- > Gli strumenti di google
- > Ottenere più traffico per il proprio sito

1 giornata | Costo: 550 € + IVA

Milano 2017: 20 ottobre
2018: 19 gennaio | 12 marzo | 23 luglio

COME COSTRUIRE E GESTIRE IL PROPRIO SITO WEB

Con questo corso imparerai a creare in poco tempo un sito internet per far volare il tuo business e come gestirlo al meglio. Sei stanco di affidarti ad altri per la promozione della tua attività su internet? Vorresti poter caricare i contenuti che preferisci in tempi brevi, invece di attendere per giorni l'intervento di webmaster troppo indaffarati? Questo corso ti permetterà di diventare finalmente autonomo. Curare la tua immagine online, o quella del tuo business, è una priorità per qualunque professionista, non soltanto per chi lavora sul web. Il proprio sito web non è soltanto un biglietto da visita privilegiato, ma un mezzo immediato ed incredibilmente efficace per comunicare, per farsi trovare e conoscere da centinaia, migliaia di potenziali clienti. Seguilo, personalizzalo, curalo costantemente.

Obiettivi

- > Comprendere il funzionamento dei motori di ricerca e avere una visione chiara del web e di Internet
- > Orientarsi tra le varie tipologie di siti Internet disponibili e capire quale tecnologia fa al proprio caso
- > Scoprire quali sono i contenuti ottimali per il proprio sito, qual'è la struttura più efficace e la veste grafica perfetta
- > Imparare come creare e gestire un sito internet con i CMS (Joomla e Wordpress)
- > Realizzare il proprio sito internet
- > Indicizzare il proprio sito internet sui principali motori di ricerca

Metodologia

Lezioni comprensive di tutorial ed esempi pratici. Consulenza personalizzata per la realizzazione del proprio sito web. Inseriamo che sarà possibile richiedere consulenza per il proprio sito web successivamente al corso ad un prezzo scontato.

Programma

- > Come funziona un sito internet: diverse tipologie per infiniti utilizzi
- > Cosa sono i CMS e perché sono così utilizzati
- > I servizi di hosting, spazio server e domini
- > Registrazione del dominio e acquisto dello spazio server
- > Costruire la base del sito internet: front end e pannello amministratore
- > Pianificare i contenuti e progettare la struttura interna
- > Scegliere il template e l'aspetto grafico del sito
- > La gestione dei multimedia: inserire immagini e video
- > Come utilizzare Google Webmaster Tools e Google Analytics
- > Quali servizi esterni integrare al proprio sito
- > Ottimizzazione per i motori di ricerca e SEO
- > Come monitorare la salute del proprio sito ed aggiornarlo regolarmente
- > Sicurezza e backup

3ª giornata facoltativa

Si metteranno in pratica, passo dopo passo, tutti i principi appresi nelle lezioni precedenti, per creare il proprio sito internet tramite un CMS e pubblicarlo online. Il sito sarà basato sulla struttura progettata nella seconda giornata e sarà gestibile e modificabile successivamente in modo semplice.

2+1 giornata | Costo: 700+300 € + IVA

Milano 2017: 12-13 e 30 ottobre | 27-28 novembre e 14 dicembre
2018: 1-2 e 15 febbraio | 8-9 e 29 maggio



Area Finanza & Legale

EASY FINANCE

Troppo spesso la finanza in azienda viene vissuta come lontana e come materia per soli esperti. Con questo corso intendiamo fornire a tutti i partecipanti gli strumenti che permettano di condividere e comprendere le dinamiche finanziarie aziendali, e di saper adottare i comportamenti più coerenti con le politiche di bilancio per muoversi nel proprio ruolo con omogeneità rispetto alle scelte del CEO e del CFO.

Obiettivi

- > Fornire gli strumenti economico/finanziari di base per coordinare la propria azione con gli obiettivi aziendali
- > Combattere la visione settoriale del proprio ruolo aziendale
- > Comprendere e condividere, non osteggiare, le scelte strategiche dell'impresa

Metodologia

Lezione interattiva ed esercitazioni.

Programma

- > Verrà affrontato il bilancio, per individuare strategie volte alla redditività aziendale
- > Verranno affrontati casi semplici, che mettano in rilievo la differenza tra fatturato e redditività
- > Analizzeremo le dinamiche dei costi e dei ricavi, la loro natura e le relazioni pericolose tra gli stessi
- > Affronteremo l'analisi del bilancio per indici e per flussi, individuando cosa fa bene e cosa fa male all'azienda
- > Daremo gli strumenti per comprendere il ruolo fondamentale del cash flow, per scelte operative che creino valore per l'azienda
- > Daremo il giusto spazio ad una visione globale e non settoriale dell'azienda tramite metodologie esperienziali innovative
- > Tutto verrà affrontato con un linguaggio semplice, efficace, adatto a qualunque sia il ruolo ricoperto dal partecipante

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 2-3 ottobre | 23-24 novembre
2018: 7-8 febbraio | 17-18 maggio | 10-11 luglio

RECUPERO CREDITI

Il recupero crediti è un tema cruciale nella vita delle imprese, specie in quest'epoca storica. Per completare le competenze di chi se ne occupa in azienda, proponiamo una formazione "sul campo" a partire dall'analisi dei vostri casi pratici per fornire suggerimenti operativi. Punto forte la docenza di un avvocato specializzato in materia che, applicando il nostro metodo formativo, punta al "concreto", con l'obiettivo di fornire un set di strumenti per tutelare effettivamente il credito della vostra azienda, prima (azione preventiva) e dopo (quando si forma l'insoluto). La nostra ambizione è fornire una formazione diversa, limitando la teoria all'essenziale e privilegiando l'esperienza. Il corso è erogabile anche in lingua Inglese.

Obiettivi

- > Conoscere gli strumenti di valutazione della solvibilità della controparte e gestire il rischio di insoluto
- > Imparare a tutelarsi "prima" (quando si negozia con il cliente)
- > Velocizzare ed ottimizzare tempi e risorse per un recupero crediti efficace

Metodologia

Il corso prevede delle esercitazioni pratiche da svolgersi in aula per apprendere le formule da usare per evitare errori.

Programma

- > Come scrivere le offerte/contratti per tutelarsi con il cliente
 - le modalità di pagamento e le garanzie
 - le clausole di tutela
 - la caparra, la clausola penale, la fideiussione, il pegno e l'ipoteca
 - la promessa del fatto altrui ex art. 1381 c.c. e la lettera di patronage
- > Solleciti di pagamento e messe in mora
 - come scrivere le lettere di sollecito
 - l'importanza dei piani di rientro: come devono essere formulati
 - quando si può sospendere l'esecuzione del contratto se il cliente non ci paga?
- > L'azione legale
 - come e quando avviarla
 - quali danni si possono chiedere alla controparte e quando?
 - gli interessi, legali e convenzionali
 - il ricorso per decreto ingiuntivo: quando proporlo
 - la prova nel procedimento di ricorso per decreto ingiuntivo
 - l'esecuzione provvisoria e il giudizio di opposizione a decreto ingiuntivo
- > Il pignoramento

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 15 settembre | 23 novembre
2018: 26 gennaio | 16 marzo | 25 maggio

IVA - CORSO BASE

Il corso si propone di offrire ai partecipanti le conoscenze normative e gli accorgimenti pratici per consentire loro di affrontare al meglio l'operatività quotidiana e la corretta imputazione dei documenti contabili. Durante le giornate di corso saranno illustrate le più rilevanti previsioni normative in ambito di Imposta sul Valore Aggiunto per le operazioni in ambito nazionale e internazionale, avendo riguardo a richiamare anche alle principali interpretazioni della prassi ministeriale. Il corso si rivolge agli addetti contabili che si occupano di contabilità generale, contabilità clienti, contabilità fornitori.

Obiettivi

Fornire ai partecipanti gli strumenti per una agire consapevole nella giungla di norme, interpretazioni, adempimenti e scadenze

Metodologia

Esercitazioni pratiche:

- > registrazioni di operazioni nazionali ed estere
- > lettere d'intento
- > dichiarazione annuale

Programma

- > Principi generali
- > La fatturazione
- > La detrazione dell'imposta, la liquidazione periodica, gli adempimenti contabili
- > Le operazioni con l'estero
- > Gli adempimenti dichiarativi ed il quadro sanzionatorio

2 giornate | Costo: 900 € + IVA

Milano 2017: 27-28 settembre | 25-26 ottobre
2018: 18-19 gennaio | 19-20 marzo | 7-8 maggio

LEGAL ENGLISH

È un corso pratico sulla terminologia dei contratti internazionali e della corrispondenza.

Viene tenuto (anche integralmente in lingua Inglese) da un avvocato specializzato in materia. Verranno analizzate (con confronto Inglese-Italiano) le formule inglesi tipiche e ricorrenti nell'ambito della corrispondenza, dei documenti precontrattuali e dei contratti.

Obiettivi

- > Migliorare la padronanza della lingua giuridica inglese
- > Imparare la terminologia tecnica specifica della contrattualistica internazionale
- > Esaminare le clausole e le formule da usare per evitare incomprensioni (linguistiche e giuridiche)

Metodologia

Il corso prevede delle esercitazioni pratiche da svolgersi in aula per apprendere i termini e le clausole di difficile interpretazione e le formule da usare per evitare incomprensioni.

Programma

- > Il legal english nella corrispondenza e nei documenti tipici della fase di negoziazione
 - strumenti di tutela della riservatezza
 - le lettere d'intenti
 - memorandum of understandings
- > L'analisi di un contratto redatto in lingua inglese
 - le espressioni linguistiche più ricorrenti nei contratti internazionali tipici
 - la struttura ordinaria dei contratti internazionali
 - gli elementi del contratto
 - il caso di "conflitto" tra le lingue del contratto: opzioni e soluzioni pratiche
 - Representations & Warranties: le clausole di garanzia
- > L'inglese giuridico nel diritto societario
 - formule proprie del diritto societario in inglese
 - analisi di atti e documenti societari
 - gli errori più comuni nella redazione di documenti societari in inglese

1 giornata | Costo: 700 € + IVA

Milano 2017: 18 settembre | 9 novembre
2018: 2 febbraio | 11 aprile | 22 giugno

I CONTRATTI DI IMPRESA

È un corso pratico per la redazione dei contratti maggiormente utilizzati nel mondo dell'impresa. Verranno analizzate le formule contrattuali più tutelanti e gli errori da evitare nella stesura di specifiche clausole contrattuali. Questo corso desidera fornire gli strumenti per assicurarsi la giusta tutela nell'ambito della fornitura di beni, servizi o per l'esecuzione di opere.

Obiettivi

- > Redigere contratti validi e funzionali all'esigenza dell'impresa
- > Come adempiere ad un contratto per non incorrere in responsabilità
- > Come comportarsi in caso di inadempienze della controparte contrattuale

Metodologia

Il corso prevede delle esercitazioni pratiche da svolgersi in aula per apprendere i termini e le clausole di difficile interpretazione e le formule da usare per evitare incomprensioni.

Programma

- > La negoziazione del contratto: come comportarsi durante le trattative e la responsabilità conseguente
 - la trattativa: responsabilità e tutele per condurre una trattativa nel modo corretto
 - la responsabilità di chi conduce la trattativa in male fede
- > La redazione di un contratto: regole valide sempre
 - quando il contratto è valido e vincolante?
 - la forma del contratto: scritta? Orale?
 - chi può sottoscrivere un contratto per conto di un'impresa?

- le giuste clausole di tutela
- la clausola risolutiva espressa: come scriverla
- la clausola penale: penale per il ritardo e per l'inadempimento
- inadempimento e risoluzione del contratto
- > Come tutelarsi nei confronti di una controparte inadempiente
 - la risoluzione del contratto
 - le garanzie e responsabilità per le parti
 - gli interessi in caso di ritardo nel pagamento del corrispettivo
- > Prevedere gli eventi che possono accadere nel corso di un contratto
 - fallimento di una delle parti
 - cessione del contratto
 - recesso: quando si può?
- > E se si deve litigare?
 - a quale Giudice rivolgersi
 - meglio un Giudice o un Arbitro?
- > Cenni su specifici contratti
 - la compravendita/fornitura
 - l'appalto
 - l'agenzia e la distribuzione

1 giornata | Costo: 600 € + IVA

Milano 2017: 19 ottobre | 14 dicembre
2018: 23 marzo | 11 maggio | 6 luglio

Informazioni generali



I corsi saranno confermati via mail una settimana prima dell'incontro.

La sede dei corsi è:

EXECO

Via Achille Mauri, 4 - 20123 Milano
MM1 Duomo - MM3 Missori

Orari dei corsi:

9.00-13.00/14.00-17.30

Contatti:

Tel. 02 84176400 - mail@execohr.it



SCHEDA D'ISCRIZIONE

Inviare all'indirizzo mail@execohr.it o via fax al numero +39 02 84176271

Per informazioni e chiarimenti contattare il numero +39 02 84176400

Presa visione delle condizioni di partecipazione, vi chiediamo di registrare la seguente iscrizione:

PARTECIPANTE

Nome _____ Cognome _____

Funzione _____ E-mail _____

Titolo Corso _____ Data Corso _____

REFERENTE AZIENDALE (Riceverà tutte le informazioni logistiche e le eventuali comunicazioni)

Nome _____ Cognome _____

Funzione _____ Tel. _____

E-mail _____

RESPONSABILE RISORSE UMANE

Nome _____ Cognome _____

E-mail _____ Tel. _____

SOCIETÀ ALLA QUALE INTESTARE LA FATTURA

Ragione Sociale _____

Indirizzo _____

Città _____ CAP _____ Provincia _____

Partita Iva _____ Codice fiscale _____

E-mail _____

Quota di iscrizione: € _____ + iva, include la partecipazione al corso, il materiale didattico, l'attestato di partecipazione.

Modalità di iscrizione: compilare la scheda di iscrizione ed inviarla via mail all'indirizzo mail@execohr.it o via fax al n. +39 02 84176271

Modalità di pagamento: si prega di provvedere al saldo della quota di iscrizione dopo nostra conferma. Il pagamento dovrà pervenire sempre prima della data dell'incontro. La fattura del corso verrà spedita a ricevimento del pagamento.

Il pagamento della quota di partecipazione dovrà avvenire tramite bonifico bancario intestato a:

Execo Srl - Banca Popolare di Sondrio - IBAN IT60U0569601621000006383X36

Conferma corso: la conferma o la disdetta del corso verrà comunicata ai partecipanti 7 giorni lavorativi prima dell'incontro, via fax o mail. In caso di sospensione del corso per qualsiasi causa, anche dopo i termini, la responsabilità di Execo si intende limitata alla quota d'iscrizione pervenuta.

Recesso - disdetta: in caso di impossibilità di partecipare al corso, saremo lieti di accettare un vostro collega in sostituzione, previa comunicazione via fax o mail prima dell'inizio del corso. È possibile rinunciare all'iscrizione entro e non oltre il 10° giorno lavorativo precedente la data di inizio corso, comunicando la disdetta via fax o mail. In assenza di disdetta, il corso si intende confermato anche senza aver provveduto al pagamento e pertanto verrà emessa fattura e sarà dovuto l'intero importo.

Agevolazioni:

Ente Pubblico esente ex. Art. 10 D.P.R. 633/72 come modificato dall'Art. 14 L. 537/93

Informativa ai sensi del D.Lgs. 196/2003

Execo Srl garantisce la massima riservatezza per i dati forniti, che verranno usati esclusivamente per comunicazioni relative a nostre iniziative in ambito formazione e consulenza e per le elaborazioni amministrative necessarie. Sarà possibile inviare una mail all'indirizzo mail@execohr.it per chiedere la cancellazione dei propri dati.

Data _____ Firma _____



EX3CO

The Human Side

Milano - Via Achille Mauri, 4 | Roma - Via Don Pasquino Borghi, 172
T 02 84176400 | F 02 84176271 | mail@execohr.it | www.execohr.it