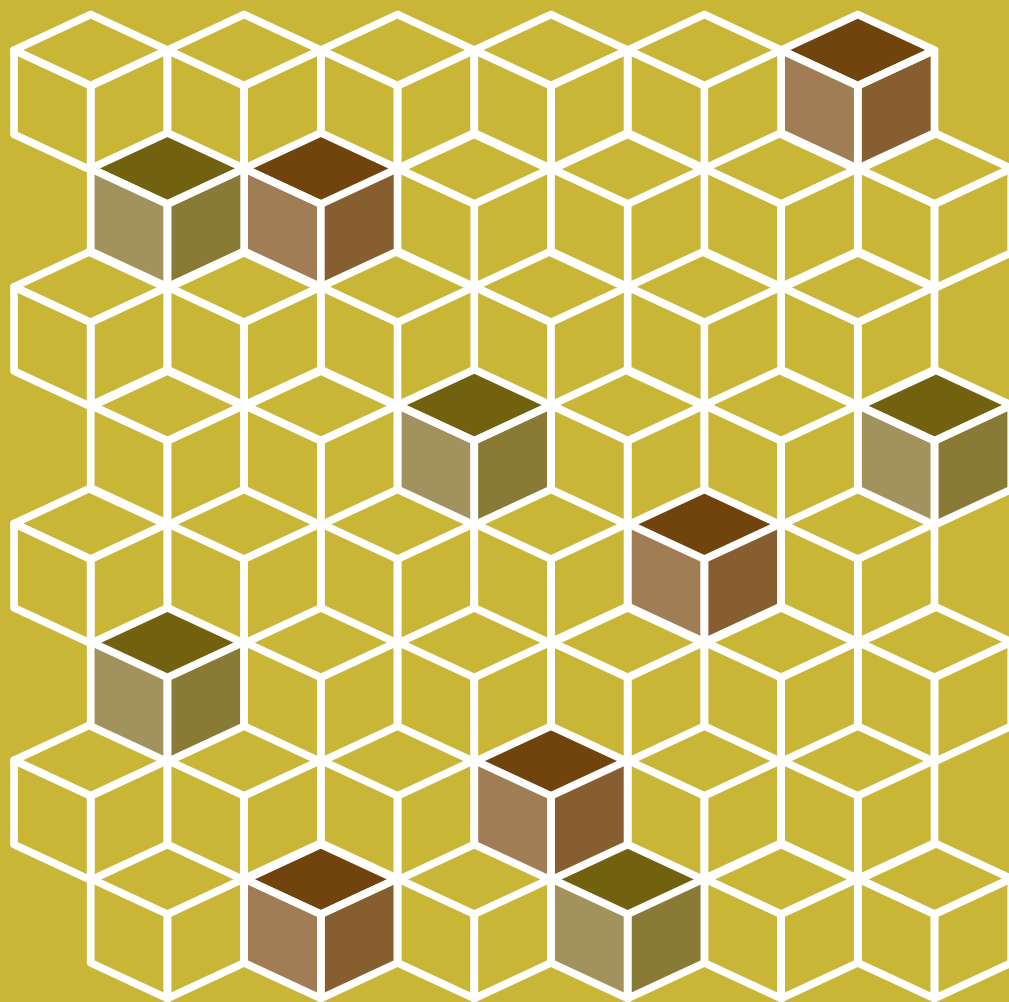


Corsi Aziendali su Misura



WISEWORKING

Introduzione ad un modo “più saggio” di lavorare

Gli eventi degli ultimi anni hanno messo alla prova persone e organizzazioni. La velocità, la portata e il grado di complessità dei cambiamenti **stanno cambiando lo scenario** con il quale ci confrontiamo ogni giorno e richiedono un ripensamento profondo dei modelli consolidati di lavoro. Ciò che sembra in transizione è il **significato stesso dell'esperienza del lavoro**, di fronte al quale le aziende e i loro manager si chiedono cosa fare: come è possibile trovare un equilibrio tra prosperità del business, ben-essere individuale e sostenibilità? Esso dipende dalle decisioni dell'azienda e dai comportamenti quotidiani dalle singole persone, tra le quali si aspira ad una composizione che vorremmo fondata su consapevolezza delle molte interdipendenze e sulla ricerca di integrazione tra esigenze diverse. Cioè il più possibile *wise*. Ecco una proposta per iniziare a **tradurre in azione** questi principi

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di: sostenere i partecipanti nella progettazione e costruzione di **ambienti di lavoro produttivi e fecondi**, capaci di coniugare le esigenze di business e i bisogni delle persone, alimentare **energia e focus** nel proprio lavoro e nel proprio *team*, contrastando gli stati di stress e il loro impatto sulle persone e sul lavoro; comprendere e confrontarsi con il modello W.I.S.E. (*Wellbeing, Interdependence, Sense&Sustainability, Empathy*); **sviluppare consapevolezza di sé** e della propria situazione in relazione al modello proposto; progettare azioni per orientare la propria vita professionale (e non solo...) verso comportamenti e abitudini più sane (per l'individuo) ed ecologiche (per gli ambienti che abita).

Contenuti

1. Aziende, persone e lavoro nello scenario attuale: evidenze dalle ricerche recenti;
2. Le sfide per aziende e manager: “tenere insieme” produttività, sostenibilità e ricerca di senso e di benessere;
3. Introduzione al **modello WISE**: da dove deriva, cosa significa, come può essere utile a livello individuale e organizzativo;
4. Il ben-essere (*Wellbeing*) come obiettivo e driver dell'esperienza lavorativa;
5. L'interconnessione (*Interdependence*) come chiave di lettura dei sistemi organizzativi e presupposto per uno sviluppo efficace del business;
6. La capacità di dare senso al lavoro quotidiano (*Sense*) e renderlo sostenibile nel tempo (*Sustainability*) come fondamentali fattori di engagement e resilienza;
7. L'abilità di costruire in modo rapido e flessibile relazioni cooperative (*Empathy*) come base di una competenza core per tessere un network fertile e duraturo.

Benefici attesi

Attraverso il corso sul *Wiseworking* i partecipanti potranno:

- comprendere con lucidità **come sta cambiando la relazione tra persone, azienda e lavoro e ciò che sta accadendo nella loro realtà specifica**;
- imparare ad **utilizzare il modello WISE come bussola** per orientarsi nella gestione del proprio lavoro e del proprio *team*;
- sviluppare maggiore consapevolezza su **come sta evolvendo il ruolo di chi guida *team***, strutture organizzative e aziende alla luce del profondo cambiamento negli scenari, nelle organizzazioni e nei bisogni delle persone.

Destinatari

Manager di ogni livello, HR interessati ai *trend*, imprenditori.

Docenza

Mens Corpore è una società nata dall'esperienza dei suoi tre soci, cresciuti professionalmente a cavallo tra le attività di consulenza e formazione e quella dell'insegnamento universitario, che raccoglie e rilancia l'eredità dell'omonima Associazione ed ha come missione la realizzazione di percorsi formativi per uno sviluppo armonico e integrale di individui e imprese. “*Sosteniamo le persone e le organizzazioni nel loro percorso di crescita, le aiutiamo a prendersi cura di sé, degli altri e del mondo, coltivando risorse fisiche, cognitive ed emotive attraverso il sano piacere dell'imparare insieme*”.

ESSERE SOSTENIBILI INSIEME

“Essere sostenibili insieme” è un corso che esplora il concetto di sostenibilità, perché ne parliamo e ne parleremo a lungo, con un forte *focus* sulle normative che richiederanno obbligatoriamente alle imprese con determinate caratteristiche non solo di rendicontare il proprio impegno in termini di sostenibilità ma anche quanto accade lungo tutta la loro catena del valore in materia di ambiente e diritti umani.

Obiettivi

L'obiettivo per i partecipanti è acquisire le competenze per arrivare ad una lettura consapevole delle opportunità offerte dalla transizione ecologica e per rendicontare le performance ambientali, sociali e di governance della propria azienda e della propria catena del valore mediante l'utilizzo degli *standard* internazionali più utilizzati.

Contenuti

Il corso si articola nei seguenti punti:

- che cosa intendiamo per sostenibilità
- dove ci sta portando la normativa comunitaria
- i principi ESG per l'impresa e per la finanza
- gli standard internazionali più utilizzati per rendicontare la sostenibilità
- quali sono le informazioni rilevanti da rendicontare: come, dove e quando reperirle
- *stakeholder engagement*: l'importanza e i vantaggi di conoscere i propri *stakeholder* e in particolare la propria catena di fornitori
- le aspettative del sistema bancario in tema di sostenibilità
- il percorso per la creazione del proprio “*Report* di sostenibilità” e il suo utilizzo strategico e nella comunicazione al mercato e al sistema bancario.
- *case study*: la costruzione della mappa di materialità.

Benefici attesi

Il corso sarà l'occasione per allineare le competenze dei referenti dell'impresa in tema di sostenibilità e del mondo normativo in arrivo utili a predisporre un “*report* di sostenibilità” per iniziare a confrontarsi con il proprio mercato, i propri clienti e fornitori e con il mercato bancario

Destinatari

Imprenditori, Responsabili Amministrativi e Finanziari, Liberi professionisti.

Docenza

Stefano Zecchi è *Sustainability & Innovation Manager* certificato negli ambiti della transizione ecologica e digitale. Ha sviluppato una decennale esperienza nel marketing strategico presso società di consulenza e istituti finanziari. Oggi aiuta le associazioni di categoria e le imprese a diffondere e comunicare al meglio i temi della sostenibilità mediante corsi di formazione e interventi di consulenza strategica.

GESTIRE LA RETE COMMERCIALE

Come sviluppare una forza vendita vincente

Il responsabile dell'area vendita ha bisogno di possedere tutte le abilità e qualità del venditore ed anche di più, allo scopo di far eseguire i suoi programmi, grazie ad una gestione opportuna di una squadra spesso formata da persone molto eterogenee. Nella sua attività viene in particolare evidenziato il lavoro di pianificazione, controllo, verifica, direzione e motivazione del suo *team* di vendita. Affinché il venditore possa muoversi in autonomia, prendere l'iniziativa e trattare con i clienti sentendosi libero di decidere fin dove si può spingere nella trattativa, c'è bisogno che la direzione definisca obiettivi chiari e specifici, regole, strategie, priorità e su questi attui poi delle azioni mirate ed efficaci di condivisione con le persone che compongono la rete stessa. Il cambiamento dello stile direttivo del *Sales Management* diventa così un aspetto fondamentale nell'attuale ambiente di lavoro. In particolare si pone l'accento sull'influenza che il comportamento dei manager e l'autonomia di lavoro possono avere sulla soddisfazione lavorativa percepita dalla forza vendita. Dalla nostra esperienza possiamo dire che quando un venditore fallisce i casi sono due: è stata scelta la persona sbagliata oppure è stata gestita male.

Obiettivi

Il corso fornisce le basi per acquisire tecniche e strumenti necessari per la gestione della rete di vendita, la pianificazione delle attività commerciali e il controllo dei risultati raggiunti. L'azione di controllo può divenire un elemento strategico nel processo di *sales management* perché non solo è in grado di assicurare un momento costante di verifica, ma può diventare un elemento di differenziazione nel contesto competitivo. Il successo commerciale di un'azienda oramai non è più solamente legato al prodotto e al servizio offerto; dipende sempre più dalle capacità, dalle competenze, dalla motivazione della rete di vendita.

Contenuti

- L'organizzazione della rete vendita.
- La pianificazione dell'attività commerciale.
- La gestione del portafoglio agenti/distributori.
- Il processo di formazione del *budget*.
- Il controllo dell'attività di vendita.
- Il processo di valutazione delle prestazioni: che venditori abbiamo?
- I sistemi di incentivazione e le principali leve motivazionali.

Benefici attesi

Si aiuteranno gli *area manager* dell'azienda a costruire una forza vendita più salda e compatta, mediante lo sviluppo del ruolo e della struttura della rispettiva organizzazione, in vista dei cambiamenti delle esigenze dei clienti.

Destinatari

Responsabili vendite, *area manager* e titolari di piccole-medie imprese che intendono approfondire gli aspetti per rendere efficace il processo di *sales management*.

Docenza

Daniele Rimini formatore e consulente direzionale per aziende di diversi settori da oltre vent'anni. Esperto nelle attività di pianificazione e sviluppo marketing e commerciale, svolge attività formativa in diverse *Business School*, nell'area Marketing e Vendite. Professore a contratto per l'Università di Bologna presso le sedi di Bologna e Rimini e socio fondatore della società PDFOR Consulenza Direzionale Srl, che si occupa di progetti e sviluppo delle aziende clienti negli ambiti della Direzione d'impresa.

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LE AZIENDE

Vantaggi e sfide per il marketing commerciale

L'intelligenza artificiale (IA) offre una serie di vantaggi significativi per le aziende, ma comporta anche alcune sfide che devono essere affrontate. Vedremo un'analisi dettagliata dei vantaggi e delle sfide dell'IA per le aziende.

Obiettivi

Modulo 1: Introduzione all'Intelligenza Artificiale (IA), Deep Learning e reti neurali I partecipanti impareranno i fondamenti dell'Intelligenza Artificiale (IA), comprenderanno il concetto di Deep Learning e acquisiranno le competenze necessarie per comprendere l'architettura e l'addestramento delle reti neurali.

Modulo 2: Casi d'uso dell'Intelligenza Artificiale per il Marketing e il Commerciale. I partecipanti acquisiranno competenze pratiche nell'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale per generare contenuti di qualità, supportare le risposte ai clienti, estrarre informazioni dai documenti e database, analizzare la concorrenza e creare e modificare elementi grafici e video.

Modulo 3: Sfide e considerazioni etiche nell'utilizzo dell'IA. I partecipanti svilupperanno una consapevolezza delle sfide legate alla privacy e alla sicurezza dei dati nell'utilizzo dell'IA, comprendendo le considerazioni etiche associate e le migliori pratiche per garantire la protezione dei dati dei clienti.

Il corso prevede sessioni pratiche, esercizi e casi di studio per favorire l'apprendimento attivo e la comprensione dei concetti teorici, fornendo ai partecipanti strumenti e competenze pratiche per applicare l'Intelligenza Artificiale in modo efficace nelle attività di marketing e commerciali.

Contenuti

- Modulo 1: Introduzione all'Intelligenza Artificiale (IA), Deep Learning e reti neurali
Definizione e concetti fondamentali dell'IA
Introduzione al Deep Learning
Architettura ed addestramento delle Reti Neurali
- Modulo 2: Casi d'uso dell'Intelligenza Artificiale per il Marketing e il Commerciale:
Generazione di contenuti e piano editoriale
Per il sito web aziendale ed il blog
Per i social networks
Supporto nelle risposte ai clienti (risposte via email, traduzioni e riassunti)

Estrazione di informazioni dai documenti e database (ad esempio ricavare il *buyer persona* da un CRM), o loro sintesi

Analisi della concorrenza (tabelle con aziende, siti, social network, prodotti principali, analisi delle differenze tra le aziende)

Creazione di *storyboard* per video e strumenti per la loro creazione e modifica agevolata

Creazione e modifica di elementi grafici

Realizzazione di presentazioni su un argomento specifico

Utilizzo di chatbot per assistere i clienti, rispondere alle domande comuni e gestire le richieste di supporto

- Modulo 3: Sfide e considerazioni etiche nell'utilizzo dell'IA
Privacy e sicurezza dei dati

Benefici attesi

Il corso prevede sessioni pratiche, esercizi e casi di studio per favorire l'apprendimento attivo e la comprensione dei concetti teorici, anche con l'utilizzo di casi reali dei partecipanti.

Destinatari

Responsabili di *marketing* e vendite, Imprenditori, Responsabili del servizio clienti, Professionisti del settore della comunicazione e del design.

Docenza

Marco Besi Ha un'ampia esperienza nel settore commerciale e marketing, specializzandosi nello sviluppo di business e internazionalizzazione. Ha guidato *team* di vendita per promuovere crescita ed espansione e offerto consulenza per l'ingresso in nuovi mercati. Nel campo del marketing, ha competenze nel marketing strategico e digitale, e sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale.

GLI ATTORI PRINCIPALI IN AMBITO ENERGY MANAGEMENT

L'*Energy Management* in ambito aziendale coinvolge un numero grandissimo di decisioni, di modifica di comportamenti, di interventi e di messa a punto di modalità ottimali di gestione dell'energia. La prima cosa da fare è attuare politiche integrate in materia di energia e sostenibilità volte a cambiare sia le fonti dalle quali ricaviamo l'energia che utilizziamo sia il modo in cui produciamo e usiamo l'energia stessa, con lo scopo di passare ad un'economia basata su una combinazione di tecnologie, risorse energetiche e un'accorta gestione dell'energia che sia ecologicamente ed economicamente sostenibile.

Nel caso di un'impresa è necessaria una continuità di gestione attenta e finalizzata, che richiede il coinvolgimento di tutti gli operatori dell'impresa stessa per poter avere un controllo efficace dei consumi energetici. Da qui l'importanza di inserire nelle attività dell'organizzazione una cultura energetica che interessi tutte le risorse aziendali ed in particolare quelle che rientrano nei processi più energivori. Sul mercato troviamo numerosi strumenti (es. ISO 50001, LCCA, UNI CEI/TR 11428 per le Diagnosi Energetiche, ecc.) che dettano requisiti e linee guida per la corretta pianificazione degli interventi ma richiedono per prima cosa un serio impegno della direzione verso il miglioramento dell'efficienza, oltre a un coinvolgimento proattivo da parte di tutti i livelli aziendali. Ad oggi le due figure che hanno compiti di gestire e razionalizzare l'uso dell'energia sono l'*Energy manager* e l' EGE.

Obiettivi

- Risparmio energetico e quindi contenimento dei consumi ed eliminazione degli sprechi e delle inefficienze
- Risparmio economico, collegato a quello energetico, rispetto al costo delle bollette
- Ottimizzazione di costi e tempi, garantito attraverso il monitoraggio continuo
- Minore impatto ambientale, correlato alla diminuzione delle emissioni di CO2
- Migliore immagine aziendale, connessa a tematiche di sostenibilità e transizione energetica

Contenuti

- D. Lgs. 102/2014
- Grandi Imprese
- Aziende Energivore
- Aziende Gasivore
- Ege / Esco
- Energy Manager
- Sistema di Gestione dell'Energia (ISO 50001)

Benefici attesi

Conoscenza e rispetto della legislazione in ambito *Energy Management*, Gestione intelligente ed efficiente dell'energia, Riduzione dell'impatto ambientale, Miglior *brand reputation*, Consapevolezza dei professionisti in ambito *Energy Management*.

Destinatari

Responsabili di produzione/stabilimento e addetti, personale coinvolto nella gestione dell'energia, *HSE Manager*, *Energy Manager*, CEO, CFO.

Docenza

Laura Michetti, dottoressa in ingegneria energetica e nucleare, consulente e formatore in tema energetico. Offre il servizio di *Energy Management* a 360°. Collabora con aziende, progettisti ed enti di formazione rivestendo il ruolo di *Energy Manager* (gestione pratiche, realizzazione diagnosi energetiche, analisi bollette, opportunità di finanziamento, ecc...).

5 PILLARS OF TRUST

Il valore della fiducia

La fiducia è un concetto tanto fondamentale quanto intangibile. È un elemento base di ogni rapporto umano, ma paradossalmente nei percorsi di sviluppo viene citato e allenato molto poco. Innanzitutto vi è un problema legato al suo significato e all'interpretazione soggettiva che ognuno ha di questo concetto, che porta a non poche conflittualità e incomprensioni. In secondo luogo vi è un elemento di allenamento pratico della fiducia, per renderla un comportamento concreto e soprattutto condiviso. In ultimo, possiamo dire che questo momento storico sempre di più ci mostra come la fiducia all'interno dei *team* e delle aziende, ma anche all'esterno verso clienti e *stakeholders* sia la chiave di successo fondamentale e più duratura.

Obiettivi

L'obiettivo del corso è di fornire uno spazio di riflessione, consapevolezza e concretizzazione nel quotidiano rispetto al tema della fiducia. Il corso si ispira a *"The Speed of Trust"*, libro scritto da Stephen M. R. Covey, figlio del famoso autore e trainer a livello internazionale Stephen Covey.

Contenuti

- Perché parlare di fiducia e qual è il suo valore nel contesto odierno
- Fiducia: significati soggettivi e rischio di conflittualità
- La fiducia in sé stessi: come incrementarla?
- La fiducia negli altri: da cosa è minacciata e cosa si può fare nel quotidiano?
- La fiducia nel *team*, tra capo e collaboratori, tra collaboratori e azienda
- La fiducia nel mercato e la *brand reputation*
- La fiducia sociale e il principio di contributo

Benefici attesi

Il percorso consentirà di lavorare in profondità sul tema della fiducia e su tutte le aree ad esso collegate, tra cui ad esempio le relazioni interpersonali, l'autostima, la trasparenza, la responsabilità, la comunicazione, l'orientamento ai risultati. Il tema permette un lavoro sia personale sul singolo, sia a livello di squadra e di collaborazione interfunzionale. Ne escono quindi rafforzate la consapevolezza individuale, ma anche la cooperazione all'interno e all'esterno del contesto aziendale, superando la logica "a silos" e gli atteggiamenti conflittuali. Inoltre, sarà possibile avere un report sulla percezione dei partecipanti rispetto ai 13 comportamenti collegati alla fiducia e a quanto questi vengono agiti e rilevati in azienda

Destinatari

Imprenditori, Direttori Generali, Direttori, Responsabili di funzione, Responsabili Risorse Umane, chiunque gestisca un team.

Docenza

Eleonora Mauri - Senior Trainer, Corporate Coach, HR Consultant

TEAM BUILDING RADIO

In ogni contesto, lavorativo e personale, l'uomo (per sua natura animale sociale) è immerso in una miriade di relazioni. Ma non sempre riesce a sfruttare al meglio l'enorme potenziale che queste relazioni hanno e i vantaggi che possono portare, sia a livello di efficienza lavorativa, sia a livello di benessere personale. Se è vero che, come dice la *Gestalt*, "il tutto è più della somma delle singole parti", è necessario imparare a diventare più efficaci nelle relazioni coi nostri collaboratori per diventare un gruppo unito che porti soddisfazione e risultati maggiori e non più tanti singoli individui che lavorano insieme senza portare cambiamenti significativi.

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di rendere i partecipanti consapevoli delle dinamiche relazionali e lavorative che mettono in campo quotidianamente, attraverso la realizzazione di un'attività che, pur esulando dal loro reale contesto lavorativo, li porterà a mettere in campo le proprie competenze trasversali. Per farlo, saranno chiamati a costruire un programma radiofonico da zero, di cui, dopo aver scritto gli interventi e scelto le canzoni da abbinare ad essi, realizzeranno la puntata pilota come fosse una vera diretta..

Contenuti

- *Teamwork*
- Comunicazione e *public speaking*
- Gestione del tempo
- Organizzazione del lavoro
- Leadership e negoziazione
- Gestione dello stress

Benefici attesi

Oltre al miglioramento del clima organizzativo, al termine della formazione i partecipanti arriveranno a conoscere molto meglio i propri colleghi e i loro punti di forza. Inoltre, aver portato a termine con successo un'attività per loro completamente nuova e sfidante li renderà più sicuri rispetto alle proprie capacità. Ma il beneficio principale sarà quello di rendersi conto delle dinamiche che, inconsciamente, ogni giorno mettono in campo a lavoro nel relazionarsi coi colleghi e per il raggiungimento dei propri obiettivi. Dinamiche su cui, attraverso la metodologia della formazione esperienziale che sperimenteranno, diventeranno consapevoli sperimentando nell'arco di una giornata le conseguenze e gli effetti che queste hanno sul lavoro dell'intero *team*.

Destinatari

Tutti coloro che lavorano in *team* o devono relazionarsi con altri colleghi, conoscere meglio i propri collaboratori, instaurare con loro una nuova relazione lavorativa (a seguito, ad esempio, di spostamenti di aree/reparti) o modificare dinamiche disfunzionali nelle relazioni in ambito lavorativo.

Docenza

Barbara Cifalinò è una Psicologa del lavoro e formatrice aziendale specializzata su comunicazione e *public speaking*. La sua esperienza come *speaker* radiofonica l'ha portata a realizzare questo format di *team building* che, negli anni, ha portato in tutta Italia lavorando con aziende di vari settori (telefonia, farmaceutica, editoria, GDO, Università, banche ...). La sua doppia prospettiva e il rimando al mondo radiofonico per lavorare sulle competenze trasversali rendono questo format unico.

EMOTIONAL LABOUR

Come svelare e gestire le emozioni in azienda

I vari ruoli lavorativi richiedono di adottare un approccio sempre positivo nel raggiungimento di obiettivi o nella gestione dei problemi. Questo sia che si tratti di ruoli interni o anche rivolti a clienti, fornitori, all'esterno più in generale. Il sorriso non va mai perso. Non sempre è tuttavia facile vivere emozioni solo positive, quando le situazioni diventano complesse ne emergono diverse che vanno gestite per una migliore performance e maggiore soddisfazione di tutta l'azienda.

Obiettivi

Il corso si pone l'obiettivo di:

- Fornire gli indicatori utili al riconoscimento dell'*emotional labour* rispetto ai vari ruoli
- Dare strumenti concreti per una gestione efficace delle emozioni del singolo e del *team*
- Individuare le tecniche di comunicazione funzionali alla gestione delle diverse emozioni

Contenuti

- Che cos'è l'Emotional Labour e come riconoscerlo
- I diversi ruoli in azienda e la richiesta emozionale per ciascuno di essi
- Le emozioni richieste rispetto obiettivi da conseguire e problemi da risolvere
- Le declinazioni dell'Emotional Labour nel singolo e nel *team*
- Osservare il comportamento per riconoscere le emozioni
- Come svelare, comprendere e gestire le emozioni più nascoste
- L'Emotional Labour durante le fasi di cambiamento aziendale
- Clienti, fornitori, figure esterne ed il carico che rappresentano in termini di Emotional Labour

Benefici attesi

Grazie all'acquisizione di tecniche e strumenti specifici, i partecipanti potranno pervenire ad un'efficace gestione dell'*Emotional Labour* sul piano individuale e di *team*. Sapranno riconoscere, gestire e canalizzare sia le emozioni positive che quelle negative. Potranno cogliere da punti di vista diversi le relazioni e i cambiamenti affrontandoli con maggiore motivazione e opportunità di crescita personale e professionale.

Destinatari

Manager, team leader, responsabili Hr o di funzione, ruoli commerciali, direzione aziendale.

Docenza

Barbara Tamburini Psicologa del Lavoro e Psicoterapeuta oltre che laureata in Scienze della Formazione. Da vent'anni si occupa di progetti in cui l'obiettivo comune è la crescita e lo sviluppo delle "*soft skills*" e delle competenze manageriali. Collabora con aziende italiane e multinazionali di settori diversi. Sviluppa anche progetti rivolti al cambiamento in termini di innovazione tecnologica e non.

RICERCA E SVILUPPO DEL BENESSERE

Training aziendale

Basta il senso del dovere per ottenere risultati durevoli e sostenibili? Quanto il “senso del volere” può produrre creatività? Quali sono gli ingredienti del benessere e della “felicità”?

Attrarre e mantenere “talenti” passa attraverso la ricerca e lo sviluppo del benessere nelle organizzazioni a tutti i livelli. Ogni persona in ogni organizzazione può lavorare per coniugare il proprio benessere con quello aziendale e di *team*. Ognuno è di fatto responsabile pro quota dei risultati sociali e di business.

Obiettivi

Accrescere la self leadership come base di partenza per aumentare il benessere derivante da una maggiore autoefficacia. Far fruttare il “capitale semantico, relazionale ed emotivo”. Scoprire ed esercitare le proprie virtù e potenzialità. Contrastare la tossicità di alcuni comportamenti tossici che minano il benessere nelle organizzazioni attraverso una comunicazione assertiva che intreccia le proprie radici nel terreno del coraggio e della coerenza. Sviluppare la capacità di influsso a tutti i livelli per ricevere idee di miglioramento delle condizioni di benessere.

Contenuti

- Self leadership
- Autorealizzazione
- Capitale semantico
- Capitale relazionale
- Virtù, potenzialità
- Comportamenti tossici

Benefici attesi

Sviluppare consapevolezza nelle persone sulle sorgenti del benessere.

Aiutare le persone ad affrontare comportamenti tossici agiti, subiti o semplicemente osservati.

Ricevere dai Collaboratori proposte sul miglioramento del benessere in Azienda.

Destinatari

Manager e imprenditori che abbiano necessità o desiderio di utilizzare al meglio le proprie capacità di resilienza per gestire lo stress quotidiano, accrescere la propria *leadership*, provando a trasformare situazioni avverse in nuove opportunità.

Docenza

Traning Meta coltiva da oltre trent'anni quelle che oggi, a rivoluzione 4.0 in corso, sono considerate “risorse distintive”: rendere le aziende un “posto attraente”, aiutare i leader a produrre risultati, benessere e collaborazione, i venditori a garantire clienti soddisfatti, spingere le persone a diventare migliori di quanto pensano di essere.

L'INNOVAZIONE STRATEGICA IN AZIENDA: BUSINESS MODEL DESIGN

Oggi produrre e vendere prodotti di qualità non è più sufficiente per vincere sul mercato: la globalizzazione e l'evoluzione tecnologica richiedono alle aziende una continua innovazione.

Innovare non significa solo sviluppare nuovi prodotti o cercare una maggiore efficienza nei processi: è necessario uscire dalla logica analitica verso una logica più sistemica. I clienti vengono continuamente contattati con moltissime offerte, la competizione travalica i tradizionali confini del settore. L'unica strategia che garantisce continuità e sostenibilità alla propria impresa è l'innovazione del modello di business. Innovare il modello di business è un obiettivo sfidante ma raggiungibile: oltre il 90% di tutti i modelli di business innovativi sono una ricombinazione di modelli e idee già presenti in altri settori.

Obiettivi

Il *Business Model Design* è un metodo per l'innovazione strategica che permette di analizzare e innovare gli elementi fondamentali attorno ai quali è costruita la proposta di valore utilizzando un approccio sistemico esteso a tutta l'organizzazione aziendale. Per creare modelli di *business* per la propria azienda in modo semplice e veloce esistono delle tecniche e degli schemi utili a valutare le possibili alternative e scegliere quelle che permettono di: aumentare e differenziare le fonti di ricavo, gestire in maniera efficace i costi, definire le risorse e le attività chiave, identificare le partnership strategiche, garantendo una proposta di valore per i segmenti di clientela individuati.

Contenuti

- Come innovare i tuoi prodotti e la tua azienda
- Che cos'è un *business model*?
- *Business Model Design*:
gli strumenti e la metodologia efficace
- Gli elementi di base per l'applicazione in azienda
- Come impostare un nuovo *business model* e valutarne i rischi
- Come il *business model* impatta sul *marketing*
- *Best practice* da altre aziende

Benefici attesi

Sviluppare strumenti per comprendere il processo del *business design* con molti esempi di aziende che hanno innovato con successo. I partecipanti saranno coinvolti in lavori di gruppo su casi studio per velocizzare l'apprendimento del metodo. Si farà uso intensivo di metodi visuali con l'approccio tipico del *design thinking*.

Destinatari

Imprenditori e titolari di aziende, direzione generale, *manager* dell'ambito commerciale e *marketing* ed altri *manager* coinvolti nelle decisioni strategiche dell'azienda.

Docenza

Ing. Pietro Pecchini Ingegnere appassionato di tecnologia e innovazione con esperienza di 20 anni presso aziende multinazionali e PMI nel settore IT e energia. MBA presso Bologna Business School nel 2008. Consulente e formatore aziendale nelle aree del *business design* e insegna *modelling* e strategia per l'innovazione. Professore a contratto di Brand Design presso Accademia Santa Giulia.

Ing. Pier Paolo Parenti laureato in Ingegneria Informatica, Executive MBA presso Bologna Business School (BBS). Esperienze internazionali presso Nokia Network e Nokia Mobile Phone in Danimarca. Si occupa di consulenza e formazione per aziende e multinazionali. Imprenditore nel settore ICT.

AI: APPLICAZIONI E OPPORTUNITA' PER LE IMPRESE

L'intelligenza artificiale è attualmente un tema al centro del dibattito tecnologico e culturale, ma spesso è complesso comprenderne le dinamiche ed una reale ed efficace declinazione nella vita quotidiana e aziendale. Seppur in alcuni casi l'intelligenza artificiale abbia raggiunto dei risultati sorprendenti, è ancora un tema estremamente nuovo, con enormi potenzialità di sviluppo ma non semplice da declinare in progetti di effettivo successo.

Obiettivi

Il modulo formativo ha come obiettivo quello di approfondire lo stato dell'arte e fornire i principali rudimenti al fine di comprendere le potenzialità della tecnologia e valutarne le potenziali ricadute e applicazioni in contesti aziendali. A partire da alcuni esempi concreti, si vogliono inoltre trasferire alcuni criteri utili per supportare le decisioni e le scelte strategiche nell'approcciare un nuovo progetto di Intelligenza Artificiale.

Contenuti

- Che cos'è l'intelligenza artificiale: breve storia, principi e tecnologie abilitanti (Analytics, Big Data);
- Principali declinazioni e terminologia associata: sistemi esperti, reti neurali, machine learning e deep learning, robotica, Robotic Process Automation, Artificial Intelligence Planning, Computer Vision;
- Stato dell'arte, aree di utilizzo dell'Intelligenza Artificiale e principali applicazioni di riferimento (ChatGPT, DALL-E, Stable Diffusion, Atlas, Tesla, etc);
- Dove e come l'intelligenza artificiale può essere applicata con successo nei processi aziendali: casi concreti di applicazioni di successo.

Benefici attesi

I partecipanti saranno in grado di comprendere le potenzialità che offre l'Intelligenza Artificiale nei vari settori e capire gli investimenti e le tecnologie utilizzate.

Destinatari

Manager di tutte le aree aziendali e responsabili di R&D.

Docenza

Romagna Tech è una Società Consortile per Azioni senza scopo di lucro. E' accreditata come Laboratorio di Ricerca Industriale e centro per l'Innovazione e il Trasferimento Tecnologico nell'ambito della Rete Alta Tecnologia della Regione Emilia-Romagna (accreditamenti numero 2/C del 13/07/2015 e 92/L del 28/09/2015). E' un Organismo di Ricerca e Trasferimento tecnologico ai sensi del Regolamento CE n. 651/2014.

L'ORGANIZZAZIONE EFFICACE: 4+1 PILASTRI DEL RISULTATO AZIENDALE

La gestione delle persone è uno degli asset più importanti: nonostante negli anni ci si sia focalizzati sulla qualità del prodotto e sulla competenza del servizio, chi realizza la differenza nelle *performance* aziendali sono le persone. Per questo il vero efficientamento aziendale viene messo in campo nelle azioni quotidiane che ogni leader/team leader mette in campo:

1. Definizione corretta degli obiettivi. Coerenza degli obiettivi con le competenze e gli strumenti a disposizione.
2. Delega formale e delega di progetto o *task*. Distribuzione dei talenti, dei carichi di lavoro
3. *Feedback*: azioni correttive o di rinforzo. Dare e ricevere il *feedback* a diversi livelli (pari-capo-collaboratori)
4. Riunioni

Alla base e in modo trasversale affinché tutto questo funzioni occorre che ci sia una solida fiducia tra le persone.

Quindi il quinto pilastro è proprio la fiducia su cui viene costruito un laboratorio che può essere declinato all'interno del singolo contesto e portare quindi ad azioni concrete di allenamento nonché alla co-creazione della carta dei comportamenti e della cultura aziendale.

Obiettivi

Il modulo formativo ha i seguenti obiettivi:

- Portare l'attenzione alla differenza tra azienda e organizzazione, intesa come l'insieme delle persone
- Focalizzare gli strumenti di relazione tra le persone corretti per rendere l'azienda efficace, valorizzando al meglio tutte le componenti dell'azienda.
- Definire correttamente gli obiettivi, integrando obiettivi personali, dell'organizzazione e di ruolo
- Rendere la delega uno strumento di sviluppo delle competenze e dell'organizzazione
- Lavorare con i feedback per migliorare le relazioni e accelerare lo sviluppo delle competenze delle persone
- Sviluppare un modello di riunioni efficace

Contenuti

OBIETTIVI: Definire cos'è un obiettivo, metodologia *smarter plus* per la definizione degli obiettivi, obiettivi come strumento di motivazione, identificare la coerenza tra obiettivi personali, di ruolo e aziendali, lavorare sui diversi livelli di obiettivo: dalla vision all'operatività

DELEGA: il valore della delega, modello della delega Management 3.0, i 7 livelli di delega, interazione tra delega e leadership, fattori di delega, imparare a delegare, esercitazione sulla delega.

FEEDBACK: lavorare sulla mappa dei *feedback*, come introdurre i feedback all'interno di un'organizzazione, i diversi tipi di *feedback*, cosa motiva le persone, regole per dare un buon *feedback*.

RIUNIONI EFFICACI: diverse tipologie di riunioni, le fasi di gestione: preparazione, guidare/coordinare una riunione mantenendo il *focus*, chiusura e definizione dei passi successivi, riunioni online e in presenza: differenze di approccio ed efficacia, ruoli principali all'interno della riunione.

FIDUCIA E LEADERSHIP: elementi che rendono efficaci obiettivi, delega, *feedback* e riunione, la credibilità personale, allenare la fiducia nel *team*.

Benefici attesi

I partecipanti saranno in grado di: aumentare la capacità critica rispetto allo stato dell'arte dell'organizzazione, identificare le aree di miglioramento, lavorare sulle competenze personali per rendere l'organizzazione più efficace, individuare le azioni per accelerare il processo di crescita organizzativa.

Destinatari

Manager di tutte le aree aziendali e *team leader*, responsabili o direttori d'azienda.

Docenza

People 3.0 Da 10 anni aiutiamo le aziende a migliorare le proprie performance potenziando le persone e la qualità dell'ambiente di lavoro. Crediamo fortemente nell'impatto positivo che l'attenzione alla persona ha sui risultati, reputazione ed attrattività verso il mercato, talenti e territorio. Valorizziamo le persone e il *brand*. Costruiamo percorsi altamente personalizzati di consulenza e *mentoring*, formazione, *performance coaching*, *outdoor & game training*, organizzazione eventi e *convention*.

