

Formazione 2023

Catalogo Corsi

Contatti di riferimento

ree@confindustriaromagna.it

REFERENTE

Elisa Fontana

tel. 0544 210440

efontana@ilsestanteromagna.it

SEDE DI RAVENNA

Via G. Barbiani 8/10, 48122 Ravenna

Tel. 0544.210436

COORDINAMENTO

Martina Sorrentino

tel. 0544 210402

msorrentino@ilsestanteromagna.it

UFFICIO SVILUPPO

Silvia Scicchitano

cell. 342.1007618

sscicchitano@ilsestanteromagna.it

Valentina Cislghi

cell. 392.2016751

vcislghi@ilsestanteromagna.it

SEDE DI RIMINI

Via IV Novembre 37, 47921 Rimini

Tel. 0541.352700

COORDINAMENTO

Francesca Mirri

tel. 0541.352781

fmirri@assoformromagna.it

UFFICIO SVILUPPO

Carlo Li Vecchi

cell. 334.6687163

clivecchi@assoformromagna.it

SEDE DI FORLÌ-CESENA

Via Ravennate 959, 47521 Cesena

Tel. 0547.632358

COORDINAMENTO

Antonella Linza

tel. 0547 632358

alinza@assoformromagna.it

UFFICIO SVILUPPO

Carlo Li Vecchi

cell. 334.6687163

clivecchi@assoformromagna.it



Corsi Executive e Percorsi Aziendali su Misura

ASSOFORM
ROMAGNA



CONFINDUSTRIA ROMAGNA

ILSESTANTE
ROMAGNA

Perché REE

Romagna Executive Education è al servizio di imprenditori e manager che avvertono la necessità di **approfondire le proprie competenze, valorizzare i propri talenti e incrementare i propri risultati**. Caratterizzata da un taglio “executive”, REE vuole alimentare una cultura manageriale capace di produrre nuove idee e risultati concreti attraverso processi di conoscenza ad alto valore aggiunto e vuole portare qualità ed innovazione tramite un’offerta formativa in grado di interpretare le nuove esigenze di imprese che competono su di un mercato globale.

Romagna Executive Education si propone come **partner per le imprese** nella crescita e sviluppo della propria organizzazione, nel ridefinire le proprie linee strategiche, i processi operativi e i sistemi di gestione delle risorse umane, con un approccio centrato sui bisogni specifici del cliente. L’obiettivo è quello di assumere un ruolo di riferimento formativo, professionale e personale per gli imprenditori e manager che parteciperanno alle attività proposte e divenire polo d’attrazione per il territorio provinciale e romagnolo.

Cosa: i servizi REE

EXECUTIVE PROGRAM: percorsi innovativi di formazione manageriale per lo sviluppo di competenze tecnico - specialistiche e relazionali.

PERCORSI SU MISURA: REE si affianca alle aziende nella definizione di fabbisogni formativi e nella progettazione di interventi ad hoc di formazione aziendale e *coaching*.

WORKSHOP: incontri di taglio pratico con esperti del settore, volti ad approfondire attivamente tematiche di attuale interesse e confrontarsi sulle tendenze più innovative.

WEBINAR: incontri formativi in videoconferenza con lo scopo di sviluppare contenuti innovativi in modalità sincrona attraverso l’utilizzo e l’applicazione di *digital devices*.

Come: le metodologie REE

La docenza è affidata ai formatori e liberi professionisti che fanno parte della **Faculty REE**, un gruppo di esperti che si è impegnato collegialmente nella progettazione e programmazione del progetto di sviluppo. I docenti di tutte le aree tematiche avranno cura di adottare metodologie didattiche che privilegiano l'interazione,

la personalizzazione ed il coinvolgimento dei gruppi.

I percorsi di formazione interaziendale REE possono essere seguiti dallo sviluppo di un piano formativo aziendale e/o integrati con **percorsi progettati su misura**, di **coaching** o di **networking**.

Tariffe: le nostre riduzioni

Le aziende che iscriveranno due o più partecipanti potranno usufruire, a partire dal secondo partecipante in poi, di un 10% di sconto sulla quota (esclusi i casi in cui si faccia ricorso all'utilizzo dei fondi interprofessionali).

Modalità di erogazione

I percorsi formativi si svolgeranno in aula in presenza, a distanza tramite webinar oppure in modalità *blended*.

Modalità di iscrizione e pagamento

Per formalizzare l'iscrizione è necessario, entro sette giorni dall'avvio del corso, compilare e inviare l'apposito modulo. La scheda di iscrizione ha valore di impegno alla partecipazione, a fronte della quale verrà emessa regolare fattura. Il pagamento dovrà essere effettuato tramite Bonifico bancario a conferma di avvio del corso.

Conferma del corso

REE si impegna, almeno 5 giorni prima dell'inizio del corso, a confermare l'avvio e a comunicare i dettagli necessari per la partecipazione. In caso di annullamento o di slittamento della data di avvio, saranno comunicate tempestivamente le variazioni.

Finanziamenti

È possibile finanziare i corsi attraverso l'utilizzo dei Fondi Interprofessionali (Fondirigenti e Fondimpresa). In tal caso occorre considerare il rispetto dei tempi previsti dall'istruttoria: consigliamo di contattarci per analizzare nel dettaglio i singoli casi.



Indice Corsi Executive

- pag. 10 **DIVERSITY & INCLUSION MANAGER**
Il nuovo standard internazionale ISO 30415:2021 *Human Resources Management Diversity and Inclusion* e il riferimento del PNRR alla certificazione della parità di genere
- 11 **MARKETING ANTIFRAGILE**
Come trasformare le incertezze in opportunità
- 12 **BANCHIERE PER UN GIORNO®**
- 13 **INNOVATION MINDSET: AGILITÀ E FLESSIBILITÀ**
- 14 **PIANIFICAZIONE COMMERCIALE IN TEMPI SFIDANTI**
La bussola commerciale 2023
- 15 **VIRTUAL TEAM MANAGEMENT**

Schema calendario con giornate di corso

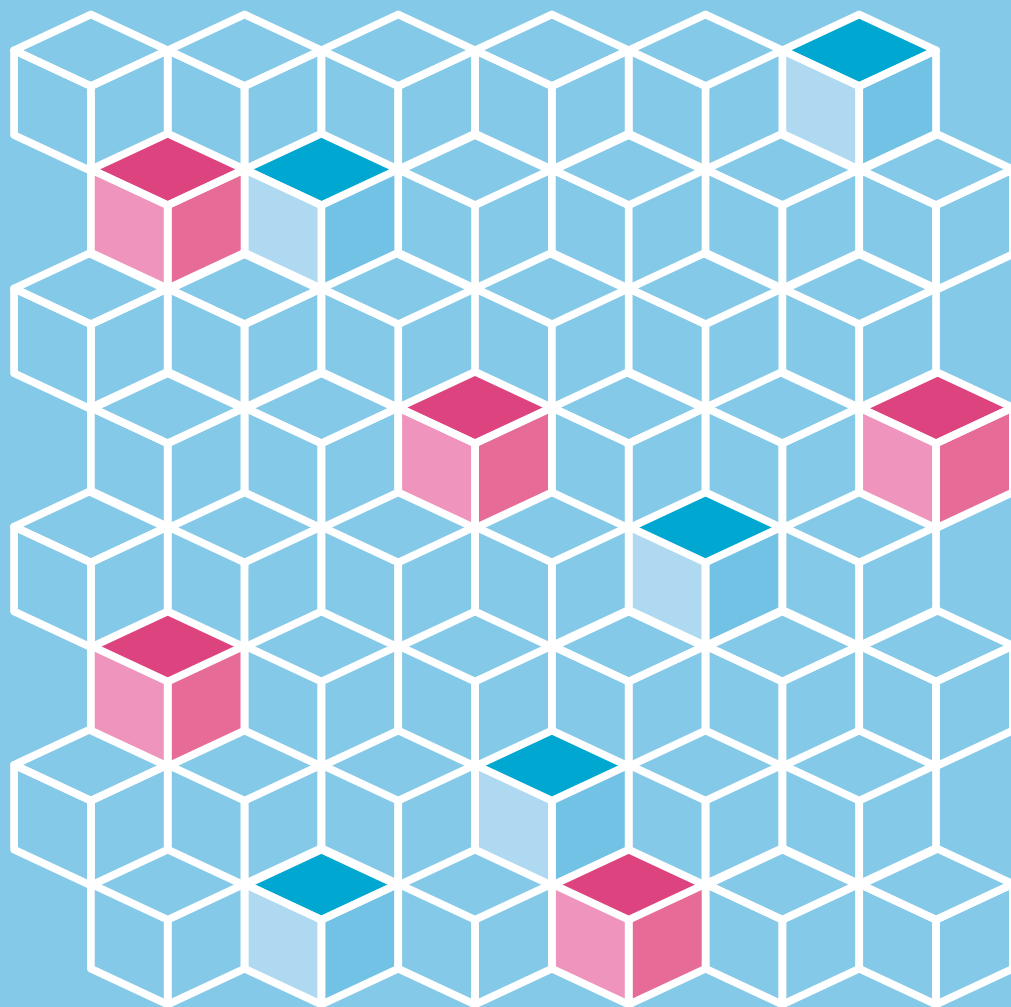
pag.	CORSI	ore	marzo	maggio	giugno	luglio	ottobre	novembre
10	DIVERSITY & INCLUSION MANAGER Il nuovo standard internazionale ISO 30415:2021 <i>Human Resources Management Diversity and Inclusion</i> e il riferimento del PNRR alla certificazione della parità di genere	8	9, 23					
11	MARKETING ANTIFRAGILE Come trasformare le incertezze in opportunità	12		17, 24				
12	BANCHIERE PER UN GIORNO®	8			14			
13	INNOVATION MINDSET: AGILITÀ E FLESSIBILITÀ	16				4, 11		
14	PIANIFICAZIONE COMMERCIALE IN TEMPI SFIDANTI La bussola commerciale 2023	8					10, 24	
15	VIRTUAL TEAM MANAGEMENT	8						8, 15



Indice Corsi Aziendali su Misura

- pag. 17 **BENESSERE ORGANIZZATIVO E PERFORMANCE LAVORATIVA**
- 18 **COME SUPERARE I SILOS COMUNICATIVI NEI CONTESTI DIGITALI**
- 19 **CUSTOMER CENTRICITY**
Il cliente al centro di ogni azione commerciale
- 20 **GLI STRUMENTI ALLA BASE DELL'INNOVAZIONE DI PRODOTTO PER PERSEGUIRE I PRINCIPI DELLA SOSTENIBILITÀ**
Life cycle assessment, Carbon foot print ed Eco-design
- 21 **LEADERSHIP 2.0**
Le competenze per guidare team virtuali, in presenza e misti, in ambienti di lavoro in continua evoluzione
- 22 **SALES TRANSFORMATION**
L'evoluzione della funzione vendite e i nuovi strumenti per costruire strategie commerciali efficaci
- 23 **SPRINT CUSTOMER DISCOVERY**
Il processo agile e visuale per individuare il corretto mercato e lanciare nuovi prodotti e servizi
- 24 **STRESS MANAGEMENT**
- 25 **TECNOLOGIE E NUOVE SOLUZIONI DI MARKETING AUTOMATION**
- 26 **UOMO E PROFESSIONISTA IN UNA NUOVA IMPRESA**
Global full immersion
- 27 **VENDERE CON LE EMOZIONI**

Corsi Executive



DIVERSITY & INCLUSION MANAGER

Il nuovo standard internazionale ISO 30415:2021 *Human Resources Management Diversity and Inclusion* e il riferimento del PNRR alla certificazione della parità di genere

A fronte di una forza lavoro sempre più **eterogenea**, è importante comprendere come **accogliere la diversità** e gestirla in modo positivo, sia da un punto di vista dell'organizzazione dei compiti, sia da un punto di vista relazionale. Il corso tratterà della gestione di lavoratori di diversa età, orientamento sessuale, con disabilità e con disagio psichico all'interno dei luoghi di lavoro. Si discuterà di come accogliere ciascun lavoratore con le proprie caratteristiche e impiegarlo al meglio per costruire un'organizzazione inclusiva e al tempo stesso efficace.

Obiettivi

Il corso ha come obiettivo la formazione di *Diversity & Disability Manager* di elevato profilo professionale. Verrà posta particolare attenzione agli strumenti di organizzazione del lavoro, di assessment e di costruzione per le strategie di inclusione.

Contenuti

- La collocazione strategica della figura di *Diversity Manager*
- Politiche di recruiting e di sviluppo del personale
- Attrarre una forza lavoro diversificata
- L'implementazione e la gestione dei progetti di inclusione e *diversity management*
- Indicazioni giurisprudenziali di *diversity management*
- I principi del *diversity management*, in Italia ed Europa
- La diversità all'interno dell'azienda: vincoli e opportunità per l'impresa
- Discriminazione sul luogo di lavoro: problematica ancora attuale? Le problematiche della diversità: stereotipi, accettazione delle differenze. Il contrasto come opportunità
- I risvolti in tema di *Web Reputation*
- Il linguaggio
- Le dimensioni della diversità
- I costrutti psicologici che influenzano la percezione e le relazioni
- Costruire una *inclusion strategy*
- Il ruolo della medicina competente
- *Leading the workplace diversity*
- *Change management e Innovation*: le competenze da valorizzare per un percorso verso l'inclusione
- Esercitazioni, simulazioni, lavori di gruppo e individuali.

Benefici attesi

Il corso garantisce una formazione approfondita e specialistica, assicurando l'acquisizione di tutte le informazioni che servono alle aziende moderne per essere inclusive.

Destinatari

Top Manager, Manager, HR.

Docenza

Studio Legale Mascheroni & Associati in collaborazione con **SIPISS** – Società Italiana di Psicoterapia Integrata per lo Sviluppo Sociale – è una società attiva nell'ambito della ricerca, dello studio e dell'intervento sul disagio psicosociale e lavorativo.

Calendario

2 mezze giornate – **9 e 23 marzo 2023** ore 9.00 – 13.00 in video-conferenza

Quota di iscrizione

600 € + iva aziende associate 700 € + iva aziende non associate

Sede

Online

MARKETING ANTIFRAGILE

Come trasformare le incertezze in opportunità

Costi crescenti, scarsità di talenti, materie prime introvabili: problemi che caratterizzano il contesto globale e che inevitabilmente si ripercuotono sulle singole aziende. Ci troviamo a un punto di svolta: i leader hanno la necessità e la responsabilità di dotarsi degli **strumenti per attraversare le turbolenze di mercato**, interpretare in modo concreto **l'innovazione nel proprio settore** e sviluppare sensibilità e competenze inedite per rifondare il **patto di fiducia** all'interno del proprio ecosistema organizzativo e di mercato. Il principio di **antifragilità** sta a indicare l'attitudine di alcuni sistemi di modificarsi e migliorare a fronte di sollecitazioni e fattori di stress. È applicabile a qualsiasi ambito, compresi i processi chiave di marketing in grado di generare vantaggi e crescita per l'azienda.

Obiettivi

Dotare i manager e professionisti del marketing strategico e del **business development** delle competenze e degli strumenti necessari per superare (e prosperare) in periodi caratterizzati da forte complessità. Fornire gli strumenti metodologici e pratici per **implementare strategie e piani di sviluppo** che vadano oltre la semplice "resilienza" e conferiscano all'azienda e alle sue persone capacità "antifragili".

Contenuti

I contenuti del corso si sviluppano su 3 ambiti fortemente connessi: persone, processi, risorse. **Persone:** acquisire, formare, motivare (e trattenere) le persone giuste. Le caratteristiche di un marketing team vincente. Le interconnessioni con le altre funzioni aziendali: vendite, produzione, R&D. L'ibridazione dei saperi e delle competenze. La ridefinizione dei confini dell'organizzazione per costruire relazioni forti e durature con clienti e partner strategici. **Processi:** trasformare il marketing da "funzione aziendale" a "processo di crescita". Progettare, realizzare e analizzare campagne di marketing agili e trasformative. *Trial & Error*: i principi del metodo agile applicati al piano di marketing. Posizionamento, target, *branding*, fidelizzazione e crescita. Oltre il concetto di ROI, ripartire dalle B.A.S.I.: costruire Brand Antifragili, Sostenibili, Innovativi. **Risorse:** allocare e ottimizzare le risorse di marketing. Costruire un piano di marketing ad alto ROI. Allocare le risorse con il metodo "data driven": l'analisi del dato nel processo di *budgeting*. *Inspect & Adapt*: preferire strategie basate sulla sperimentazione, tramite tentativi e miglioramenti. Accogliere il fallimento come veicolo di informazioni e strumento di crescita. *Inbound* e *outbound marketing*: massimizzare le risorse di *advertising* con le giuste azioni organiche.

Benefici attesi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di gestire più efficacemente i processi di marketing strategico e le politiche

commerciali per far crescere, rafforzare ed evolvere l'azienda e la rete di relazioni con i suoi portatori d'interesse. L'intervento formativo agisce oltre che sulle competenze, anche su visione e coinvolgimento dei partecipanti. A tal fine, la metodologia didattica utilizza un mix formativo basato sull'apprendimento esperienziale integrato con una solida cornice teorica. Gli argomenti sono trattati secondo le più avanzate tecniche di *Design Thinking*: il pensiero logico-creativo orientato al *problem solving* che si sta affermando come efficace strumento di *innovation management* per esplorare nuove opportunità per l'impresa.

Destinatari

Responsabili commerciali, *account manager*, *marketing manager*, *trade marketing manager*, *pre-sales* e in generale manager di tutti i livelli aziendali che desiderino acquisire un approccio innovativo ai processi di crescita e sviluppo del business.

Docenza

Giulia Ruta è consulente e formatrice di marketing strategico e innovazione digitale dei processi di vendita. Affianca aziende, imprenditori e startup ad alto potenziale per massimizzarne la crescita attraverso le opportunità offerte dal digitale. Collabora con *Business School*, acceleratori di impresa e centri per l'innovazione. "Go digital, stay human" è il suo motto.

Calendario

12 ore in modalità *blended*: **17 maggio 2023** ore 9.00 – 13.00 online e **24 maggio 2023** ore 9.00 – 18.00 in aula

Quota di iscrizione

Quota di iscrizione: 700 € + iva aziende associate 800 € + iva aziende non associate

Sede

online e presso **Il Sestante Romagna** Via Barbiani 8/10 - 48121 Ravenna

BANCHIERE PER UN GIORNO®

Banchiere per un giorno® è un corso che fornisce ai partecipanti le competenze necessarie per capire il percorso dell'istruttoria di una pratica di fido alla luce delle **nuove normative bancarie** e degli strumenti di analisi più attuali utilizzati dalle banche per la valutazione del **merito creditizio** e l'assegnazione del rating.

L'imprenditore verrà coinvolto nei **meccanismi operativi tipici di una banca** e sarà protagonista nelle fasi decisive per l'affidamento di alcune pratiche di fido tratte da casi reali. In pratica, per un giorno, l'imprenditore farà il lavoro del banchiere!

Obiettivi

“Ma io mi darei un prestito?” è la domanda a cui rispondere dopo una giornata di formazione e confronto tra imprenditori per comprendere al meglio le logiche e i vincoli delle banche nelle diverse fasi della concessione del credito.

Il corso ha l'obiettivo di fornire un'esperienza unica ai partecipanti per capire come presentare al meglio la richiesta di prestito al sistema bancario e per comprendere le motivazioni di una banca per l'erogazione del credito.

Contenuti

Il partecipante scoprirà quali sono le prime informazioni che la banca prende in considerazione per costruire i vari indici e indicatori che orienteranno il percorso della richiesta di credito. In questo contesto verrà approfondita anche l'importanza del rating, come viene determinato e come migliorarlo con semplici accorgimenti.

Una particolare attenzione sarà dedicata alle nuove Linee Guida di EBA (*European Banking Association*) che le banche stanno rispettando per definire il merito creditizio delle imprese. Verrà esaminato inoltre l'impatto che avranno i temi della sostenibilità sulle imprese sia dal punto di vista creditizio sia su quello più operativo e strategico.

In aula i partecipanti avranno l'opportunità di analizzare alcune pratiche di fido tratte da casi reali e deliberare l'eventuale concessione del credito verificando poi tutti insieme le decisioni effettivamente assunte dalla banca per ogni singola pratica e quale è stato il loro impatto sulle aziende.

Benefici attesi

Il corso sarà l'occasione per allineare le competenze dei referenti dell'impresa in tema di determinazione del merito e del rischio di credito e rendere più efficace e trasparente il dialogo con la banca, le associazioni di categoria e consorzi fidi.

Destinatari

Imprenditori, Responsabili Amministrativi e Finanziari, Liberi professionisti.

Docenza

Stefano Zecchi, formatore con esperienza decennale presso alcune società di servizi finanziari e successivamente all'interno di un gruppo bancario italiano. Oggi è *Innovation Manager* in tema di educazione finanziaria e sostenibilità aziendale per conto di primarie società del settore bancario e finanziario.

Calendario

1 giornata – **14 giugno 2023** ore 9.00- 18.00

Quota di iscrizione

600 € + iva aziende associate 700 € + iva aziende non associate

Sede

Il Sestante Romagna Via Barbiani 8/10 - 48121 Ravenna

INNOVATION MINDSET: AGILITÀ E FLESSIBILITÀ

Il mondo cambia continuamente e questo richiede un approccio sempre più orientato ad **assorbire gli imprevisti e trasformarli in opportunità**.

Calma, lucidità, flessibilità, sono alcune delle caratteristiche di base da possedere per affrontare con efficacia un cambio di scenario assorbendo il cambiamento e trasformandolo in un nuovo sviluppo.

Se questo *mindset* è prezioso all'interno di tutti i livelli dell'organizzazione, è certamente fondamentale nei ruoli apicali e di *team leadership*.

Il percorso proposto è finalizzato a sviluppare le capacità per gestire le sfide, gli imprevisti e l'esigenza di innovazione dei processi e dei prodotti. È incentrato sull'allenare la capacità di: saper fornire una visione strategica, prendere decisioni veloci in un quadro di incertezza, mostrare doti di intraprendenza e orientamento al rischio ma anche competenze di *coaching* e facilitazione del dialogo all'interno dei propri gruppi di lavoro. Alcune caratteristiche di verticalità tipiche dei modelli di leadership tradizionali lasceranno spazio ad una orizzontalità complessa da gestire. Si tratta indubbiamente di una sfida avvincente che parte da un **modello di diagnosi e valutazione specifico per i protagonisti dell'innovazione**.

Obiettivi

Il percorso è stato progettato per allenare le competenze innate che sono utili nei processi di innovazione. Si tratta di scoprire le proprie risorse, sperimentarsi e acquisire nuove consapevolezze e metodi per metterle in pratica ogni volta in cui sia richiesto un cambio di rotta o di atteggiamento.

Contenuti

Il corso mira ad allenare 4 competenze chiave:

1. Autoimprenditorialità: capacità di generare autonomamente idee e progettualità mettendo al centro il cliente – interno o esterno – e le sue richieste.

L'idea

- Il processo di ideazione: come nasce un'idea
- La rilevazione dei bisogni personali, aziendali, del mercato ecc.
- Allenare la creatività: lo sviluppo di idee vincenti

2. Flessibilità: capacità di operare in un'ampia gamma di situazioni, di adattare il modello decisionale ai cambiamenti di contesto e di priorità, con un approccio versatile e flessibile, promuovendo e sostenendo il cambiamento.

La gestione degli imprevisti

- L'integrazione dei vincoli: allenare la flessibilità, reattività, proattività
- Riconoscere le competenze di resilienza e antifragilità

3. Pensiero Strategico: capacità di cogliere gli elementi fondamentali che influenzano il contesto attuale e futuro, di leggere gli stimoli esterni che segnalano cambiamenti che potranno avere impatto nel proprio settore e di ideare strategie di reazione.

Allenare la capacità di essere visionari

- Integrare i trend di lungo periodo: ricercarli, leggerli, portarli a sistema

4. Comunicazione Coinvolgente e Persuasiva: capacità di presentare le proprie idee in modo sintetico ma efficace per portare a bordo le persone chiave e sostenitrici del progetto.

Vendere l'idea efficacemente

- Il potere della sintesi, comunicazione persuasiva, sviluppo della capacità di improvvisare.

Benefici attesi

I partecipanti avranno la possibilità di riconoscere le proprie capacità/talenti nell'ottica dell'innovazione e, attraverso processi di allenamento, saranno in grado di guidare un processo di innovazione partecipando alle fasi di ideazione, proposta e ingaggio delle persone chiave.

Destinatari

Manager, imprenditori, team leader e tutti coloro che possono essere coinvolti attivamente nei processi di innovazione, R&S.

Docenza

Francesca Corrado *Innovation Mindset* – Ricercatrice, Economista e Fondatrice della Scuola di Fallimento.

Calendario

2 giornate – **4 e 11 luglio 2023** ore 9.00 – 18.00

Quota di iscrizione

800 € + iva aziende associate 900 € + iva aziende non associate

Sede

Assoform Romagna (sede di Rimini) Via IV Novembre 37 - 47921 Rimini

PIANIFICAZIONE COMMERCIALE IN TEMPI SFIDANTI

La bussola commerciale 2023

Quando i mercati sono turbolenti e i cambiamenti inattesi e drastici, serve avere una buona “bussola commerciale” che garantisca il raggiungimento, nel medio-lungo termine, degli **obiettivi prefissati**. Mantenere la rotta, farla mantenere all’interno del team di lavoro, è frutto di una buona pianificazione con solidi pilastri da un lato e necessaria flessibilità dall’altro, per sapersi adattare costantemente a ciò che succede all’esterno e all’interno dell’azienda.

Obiettivi

- Comprendere e applicare alla propria azienda le nuove regole del marketing/commerciale in tempi a rapido tasso di cambiamento
- Saper fotografare la posizione della propria azienda e gli elementi differenzianti all’interno dei mercati-target
- Saper costruire un sistema di pianificazione strutturato in *step* progressivi per concretizzarlo insieme ai propri colleghi e al proprio team
- Costruire il proprio piano commerciale strategico 2023-2024
- Apprendere un modello di pianificazione flessibile, utile per qualsiasi tipo di progetto aziendale

Contenuti

- La “sfera di cristallo” per valutare la posizione della propria azienda nel mercato
- Il modello *start from the end*: gli obiettivi a piramide rovesciata per mantenere la bussola
- Pianificazione in 7 passi per mappare il territorio di azione e costruire la propria bussola commerciale annuale: il piano frattale 2022-2023
- Nuovi strumenti per l’analisi e la gestione del triangolo strategico oggi e domani: clienti, concorrenti, azienda
- KPI – *Key Performance Indicators* – per controllare e aggiustare il tiro
- Strutturazione del piano concreto

Benefici attesi

I partecipanti acquisiranno un modello di pianificazione strategica e lo implementeranno in aula, per poterlo poi confrontare e integrare all’interno della propria azienda e con i propri colleghi; avranno la possibilità inoltre di verificare la propria “visione d’aquila”, individuando quali informazioni hanno a disposizione, quali mancano, e come recuperarle in azienda per sviluppare un piano commerciale che funzioni.

Destinatari

Titolari, Responsabili Commerciali, Commerciali ambiziosi che vogliono costruire il loro piano annuale.

Docenza

Daniela Bassetto, formatrice con lunga esperienza internazionale come Direttore Marketing, Vendite, Comunicazione, Risorse Umane in gruppi multinazionali americani, tra cui *Emerson Corporation*, *Liebert Hiross*, *Amcast Corporation*. Ha gestito team e progetti multiculturali in contesti internazionali. Giornalista televisiva, iscritta all’ordine, è madrelingua tedesca ed è laureata con lode in Lingue e Letterature Straniere. Ora è *Executive Project Leader* per progetti d’innovazione in azienda, utilizzando le metodologie *Lean* e *Agile*, docente Master in Università e *Business School*, Coach professionista, *trainer*, e *Licensed Practitioner of Neurolinguistic Programming*. Ha sviluppato una nuova metodologia - “Interactive Training – T.I.A. Training in Action” – che garantisce la partecipazione attiva e interazione, da parte dei partecipanti, per almeno l’80% del tempo formativo, sia in presenza sia online.

Calendario

2 mezze giornate - **10 e 24 ottobre 2023** ore 14.00-18.00 in videoconferenza.

Quota di iscrizione

600 € + iva aziende associate 700 € + iva aziende non associate

Sede

Online

VIRTUAL TEAM MANAGEMENT

Gli ultimi anni hanno portato molte aziende a rivedere completamente i tradizionali processi manageriali di gestione e sviluppo dei propri gruppi di lavoro, passando velocemente da una modalità di **gestione in presenza ad una a distanza**. Al manager viene oggi richiesto un approccio nuovo, basato sul consolidamento di competenze già in suo possesso e l'introduzione di nuove *skills*.

Obiettivi

Durante il percorso verranno prese in esame le differenze e le opportunità tra il lavoro in presenza e quello a distanza e gli strumenti che il manager può utilizzare per monitorare e rinforzare la fiducia, strutturare il lavoro con il team per obiettivi, generare valore attraverso feedback frequenti, gestire in maniera efficace le potenzialità dei *tool* tecnologici come mezzo per aumentare il **senso di appartenenza e condivisione**.

Contenuti

1. **Remote working**: opportunità e rischi, nuovi equilibri e nuovi confini da tracciare per l'azienda e le persone, quali sono le nuove competenze dei leader di oggi.
2. **Gestione della tecnologia** e dei nuovi strumenti di comunicazione: se cambia il mezzo, cambia anche il messaggio, quali sono quegli elementi a cui prestare attenzione durante una videochiamata, in termini di modalità di interazione e gestione dei tempi. Impatto della tecnologia sulla produttività, opportunità e rischi.
3. **Sviluppare fiducia nei team virtuali**: è particolarmente sfidante per i team a distanza perché vengono ridotte le normali interazioni. La fiducia è essenziale per garantire relazioni efficaci all'interno del team. I membri dello staff hanno bisogno di sentirsi in grado di fidarsi del proprio manager e questo deve essere ricambiato.
4. **Utilizzo del feedback**: aumentare l'utilizzo e la frequenza dei feedback permette di sopperire ad alcuni vuoti di cui le relazioni a distanza potrebbero risentire.
5. **Lavorare per obiettivi**: accenno alle principali metodologie di lavoro per obiettivi, come sviluppare un approccio basato sulla trasparenza, affinché il manager condivida con il team tutte le informazioni che ha a disposizione sui singoli progetti, per incrementare il senso di appartenenza delle persone al team e all'azienda.

Benefici attesi

I partecipanti conosceranno gli strumenti di *team building* che permettono di creare inclusione e collaborazione in modalità digitale e saranno maggiormente consapevoli delle opportunità e dei rischi che la comunicazione a distanza può generare nel rapporto tra manager e collaboratori.

Destinatari

Team leader, Manager di tutti i livelli aziendali.

Docenza

Alessandra Bolognese Formatrice, Coach e Hr Consultant, lavora dal 2007 al fianco di aziende, imprenditori e professionisti nello sviluppo dei comportamenti organizzativi, con un focus sulla leadership, il team building e la costruzione di relazioni efficaci nei team di lavoro. Aiuta le aziende a raggiungere i propri obiettivi partendo dal benessere delle loro persone e dalla consapevolezza dei loro talenti.

Calendario

2 mezze giornate - **8 e 15 novembre 2023** ore 9.00-13.00 in videoconferenza

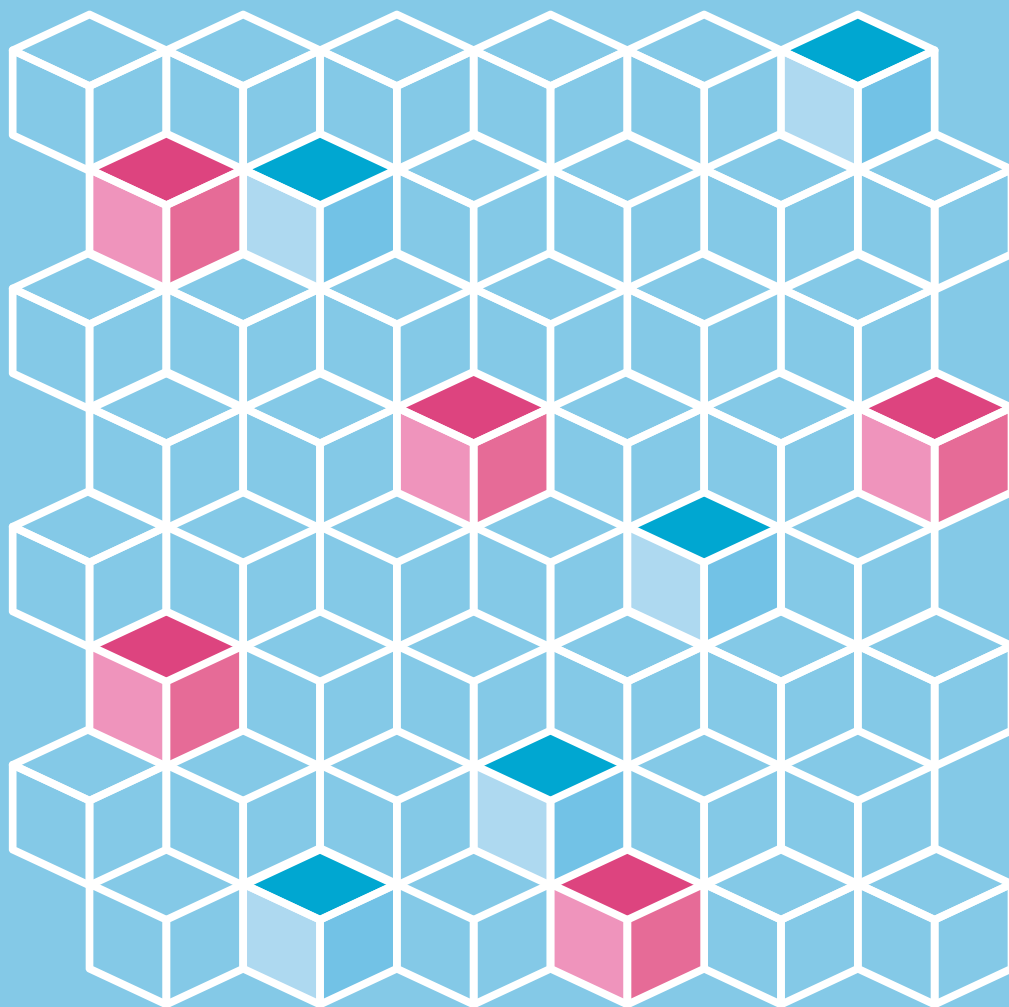
Quota di iscrizione

600 € + iva aziende associate 700 € + iva aziende non associate

Sede

Online

Corsi Aziendali su Misura



BENESSERE ORGANIZZATIVO E PERFORMANCE LAVORATIVA

Il mondo lavorativo ha vissuto il periodo del *lockdown* da pandemia con tante preoccupazioni iniziali, salvo poi assistere ad una reazione di **adattamento ad una nuova realtà**. I risultati della reazione, con specifico riferimento al rapporto capo – collaboratore non sono stati omogenei. Il lavoro in remoto ha infatti messo in risalto forti discrepanze nella produttività: in alcuni casi si è osservata un'evidente difficoltà gestionale con ricaduta negativa sulla performance, viceversa, in altre situazioni il lavoro a distanza ha rafforzato la performance dei collaboratori.

Si è così confermata la validità della celebre citazione di Einstein: «Dietro ad ogni crisi si aprono nuove opportunità». In questo caso le nuove opportunità sono rappresentate dalla **revisione dei vecchi paradigmi aziendali**: lavoro in presenza, orario e soprattutto dall'apertura alla nuova cultura del benessere organizzativo.

Obiettivi

Al termine del percorso, i partecipanti saranno in grado di

- Diagnosticare la performance dei propri collaboratori non solo sulla base dei risultati ma anche delle competenze che generano quei risultati.
- Capire la percezione del benessere organizzativo dei propri collaboratori identificando i possibili freni alla migliore performance aziendale.
- Condividere un piano di sviluppo delle competenze e della performance intervenendo anche su possibili ostacoli al benessere organizzativo.

Contenuti

- Il mondo sta cambiando.
- La cultura olistica: lavoro e vita privata non devono essere in contrapposizione, bensì armonizzati per creare una forte sinergia.
- Saper cogliere i segnali di benessere e le motivazioni del collaboratore.
- Fattori *hard* (Benefit aziendali) vs. Fattori *soft* (interventi personalizzati del proprio manager) che nascono dalla diagnosi.
- Il modello *Change* di diagnosi della performance su quattro aree:
 1. Benessere organizzativo
 2. Competenze chiave sul ruolo
 3. Gestione per obiettivi
 4. Pianificazione e gestione del tempo
- La tecnica delle domande per la diagnosi di performance.
- ... e ora in scena! Lavoro in team su *case study*.
- Il passaggio alla propria realtà: diagnosi e piano di sviluppo di un proprio collaboratore.
- Gioco teatrale: *role playing* finale in plenaria a coppie sulla condivisione del piano di performance e benessere col proprio collaboratore.

Benefici attesi

- Aiutare il manager a prendere coscienza della sua responsabilità primaria: ottenere le migliori performance dai propri collaboratori.
- Introdurre nel proprio lavoro la cultura della diagnosi di performance e non limitarsi ai soli risultati finali. Solo così è possibile identificare le cause e condividere piani di sviluppo mirati.
- Prendere coscienza che benessere e motivazione sono i veri moltiplicatori della performance e pertanto richiedono un'attenta analisi, attraverso colloqui in profondità, assicurando interventi efficaci in armonia con la cultura e strategie aziendali.

Destinatari

Direzioni HR e Manager aziendali chiamati a gestire personale.

Docenza

La società **Change Project** è da oltre 25 anni sul mercato della formazione manageriale, affermatasi per un forte orientamento alla concretezza, vista la provenienza della società dal training internazionale di un'importante multinazionale americana. La società dedica ampio spazio alla progettazione innovativa e si avvale solo di docenti certificati alla conduzione dell'aula e a metodologie e strategie didattiche altamente interattive al fine di facilitare i cambiamenti proposti dal programma. Change si è creata negli anni, attraverso i propri docenti, una collana editoriale, coprendo le competenze manageriali più richieste per poterle inserire nel materiale didattico dei propri corsi.

COME SUPERARE I SILOS COMUNICATIVI NEI CONTESTI DIGITALI

La condivisione delle informazioni e una buona comunicazione intraaziendale sono essenziali per mantenere la produttività alta e far funzionare l'**azienda come un unico organo collaborativo**, piuttosto che come un insieme di dipartimenti individualistici. I *silos* si verificano quando i reparti condividono poco o difficilmente le informazioni con altri reparti. Tale attitudine genera uno squilibrio strutturale in cui gli obiettivi aziendali a lungo termine vengono sostituiti dalle priorità dipartimentali. Specialmente in un ambiente digitale, il rischio è di fare troppo affidamento sulle tecnologie implementate andando a intaccare la comunicazione.

Obiettivi

- Come dare vita ad una convergenza di funzioni (marketing, vendite, ecc.) nella gestione con il cliente, portando ad un miglioramento a 360°.
- Sviluppare le strategie per individuare i processi fonte di possibili *silos* comunicativi.
- Comprendere come è possibile attuare un reale *change management*, vincendo le eventuali resistenze dei collaboratori e team aziendali.
- Come porre al centro di ogni attività la "Customer Experience" ed individuare, all'interno dell'azienda, le leve digitali che possano sostenere le singole funzioni aziendali.

Contenuti

1. Introduzione per chiarire il grado di competenza ed esperienza posseduta dai partecipanti sul tema della digitalizzazione e la reale conoscenza del contesto in cui si muove il processo di digitalizzazione e i principali "attori" interni ed esterni all'azienda responsabili della trasformazione digitale;
2. *No silos thinking*
 - a. Gli effetti negativi di un ambiente in cui esistano *silos* comunicativi intra e interfunzionali.
 - b. I processi per coniugare il pensiero "no *silos*" nel campo aziendale di interesse.
 - c. Gli indicatori KPI visti da un'angolazione "no *silos*" combinati in modo da consentire un'analisi ed un potenziamento della comunicazione nelle aziende;
3. Il perché della "digitalizzazione": i fattori di successo che apporta e come la digitalizzazione può aiutare a rapportarsi nel miglior modo possibile con i venditori.

Benefici attesi

Attraverso workshop, esempi pratici e una metodologia interattiva, i partecipanti potranno testare con questo corso gli effetti della mancanza di comunicazione in un'azienda e prendere

spunti concreti per correggerli, anche grazie al supporto del digitale. Con l'acquisizione di una maggiore consapevolezza, potranno acquisire delle tecniche di *change management* e di gestione della comunicazione da riportare e applicare nella propria realtà lavorativa.

Destinatari

HR e Manager che vogliono integrare o hanno già integrato nella struttura organizzativa un sistema digitale per coordinare e semplificare le diverse mansioni aziendali e che intendono formarsi per poter gestire questo processo di digitalizzazione interno e le sue conseguenze. Come la necessità di individuare strategie di uso delle nuove tecnologie, di sviluppare processi di gestione del cambiamento e di migliorare il sistema comunicativo aziendale.

Docenza

Phil Taylor è un coach e consulente aziendale che da oltre trent'anni si occupa di formare numerose aziende in tutta Italia e a livello internazionale. Collabora con aziende di diversi settori, tra i quali *automotive* (Lamborghini, Ferrari), universitario (Unibo, Politecnico Torino, Università di Camerino), e manifatturiero (Sall, Armet), e molti altri. Al momento è CEO di una società di consulenza aziendale, *Phil Taylor Consultants*, e di una compagnia di tecnologia olografica, *Apparition*.

CUSTOMER CENTRICITY

Il cliente al centro di ogni azione commerciale

Stiamo assistendo ad un cambiamento comportamentale dei clienti: *brand*, prodotti e servizi non vengono più scelti solamente sulla base delle loro caratteristiche, ma anche in base al valore dell'esperienza percepita e vissuta da altri clienti prima ancora di loro stessi. La **customer experience** gioca un ruolo fondamentale all'interno della **customer centricity**, ovvero la strategia che vede il cliente al centro di tutte le azioni commerciali seguendo e favorendo il suo percorso di acquisto.

Obiettivi

Il corso si propone di fornire una conoscenza della *customer experience* e dei suoi pilastri, in grado di rafforzare le relazioni e consolidare la fidelizzazione del cliente, necessari per sviluppare e pianificare strategie di vendita e comunicazione basate sulla centralità del cliente e del suo valore.

Contenuti

- *Customer Lifetime Value*.
- Gruppi Target e *Buyer Personas*.
- *Customer Experience*.
- Integrità: essere credibili ed ispirare fiducia.
- Aspettative: gestire, conoscere e superare le aspettative del cliente.
- Empatia: arrivare a comprendere le aspettative del cliente e instaurare una relazione profonda.
- Tempo ed impegno: minimizzare l'impegno chiesto al cliente, tramite processi semplici e chiari.
- Personalizzazione: customizzare l'esperienza del cliente per creare una relazione emotiva unica.
- Risoluzione: trasformare un'esperienza semplice in una brillante.

Benefici attesi

I partecipanti, al termine del percorso formativo, saranno in grado di impostare una corretta strategia centrata sul cliente, in grado di supportarlo e guidarlo durante tutto il suo processo di acquisto e, contemporaneamente, rafforzare la relazione e l'interazione col *brand* tramite un'eccellente *customer experience*.

Destinatari

Titolari di piccole-medie imprese e per tutti coloro che debbano gestire le attività di relazione con il cliente, senza possedere un'adeguata formazione in materia o una profonda esperienza sul campo.

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.

GLI STRUMENTI ALLA BASE DELL'INNOVAZIONE DI PRODOTTO PER PERSEGUIRE I PRINCIPI DELLA SOSTENIBILITÀ

Life cycle assessment, Carbon foot print ed Eco-design

L'azione formativa mira a fornire le conoscenze relativamente agli strumenti ed alle metodologie di analisi che valutano gli **impatti ambientali ed energetici** correlabili ad un prodotto nell'intero ciclo della sua vita.

Obiettivi

Comprendere gli strumenti disponibili ed i relativi contenuti ed approcci, in che modo i risultati di tali studi possano essere utilizzati in fase di progettazione/fabbricazione di un nuovo prodotto o per la revisione di uno esistente.

Cosa si intende per "ecodesign" e le opportunità alla base di un approccio progettuale innovativo in cui la variabile ambientale assume un'importanza strategica a livello aziendale.

Contenuti

- L'innovazione ambientale di processo e di prodotto.
- Il *green marketing* e la comunicazione ambientale come strumento per creare nuove opportunità di mercato.
- La Valutazione del ciclo di vita: *life cycle assessment*.
- Quadro di riferimento normativo: ISO 14040 (principi e quadro di riferimento); ISO 14044 (fasi della LCA); ISO 14047 (documentazione dei dati).
- I principali strumenti certificativi - etichette e dichiarazioni ambientali (Ecolabel europeo, EPD), SGA (EMAS, ISO 14001), LC-C, ecc.
- Gli strumenti tecnico-quantitativi per valutare gli effetti degli impatti ambientali di prodotto.
- *Ecodesign* principi e minimizzazione del consumo di risorse ed energia, la riduzione della tossicità e nocività delle risorse, l'utilizzo di risorse rinnovabili, biocompatibili e l'ottimizzazione della vita dei prodotti oltre all'estensione della vita dei materiali.
- *Ecodesign* anche per paragonare le possibili alternative per migliorare il prodotto da un punto di vista "green".
- DFD (*Design for Disassembly*).

Benefici attesi

Trasferire i principi alla base della sostenibilità applicata ai prodotti al fine di garantire possibili nuovi scenari di mercato sostenuti da dedicate politiche di marketing.

Elevare la consapevolezza ed assicurare il coinvolgimento da parte di tutti gli enti con ruoli di responsabilità nelle scelte su aspetti di sostenibilità, nell'elaborazione di nuovi approcci a partire dalle aree di Direzione, Commerciale, Marketing, Ricerca e Sviluppo.

Destinatari

Manager ed imprenditori attenti allo sviluppo delle tematiche inerenti la sostenibilità e l'ambiente.

Docenza

Gian Piero Zattoni socio fondatore di EQO Srl operante dal 2000 nell'ambito della consulenza direzionale ad aziende ed Enti Pubblici. In qualità di *project manager* e consulente ha sviluppato approfondite competenze in merito alle seguenti tematiche: organizzazione aziendale e della produzione in ottica LEAN; sistemi di gestione ambientale (ISO 14001 ed EMAS), sicurezza (OHSAS 18001) e Energia (ISO 50001); modelli organizzativi ex D.Lgs. 231/01 relativamente alla responsabilità amministrativa delle imprese. Si occupa da oltre 20 anni di sostenibilità ed in tal ambito anche di studi LCA (ISO 14040 e ISO 14044), *carbon foot print* (ISO/TS 14067) nell'ottica di progetti di *eco design*. *Lead auditor* su sistemi di gestione della qualità ambientale e della salute e sicurezza sul lavoro.

LEADERSHIP 2.0

Le competenze per guidare team virtuali, in presenza e misti, in ambienti di lavoro in continua evoluzione

La trasformazione digitale che porta con sé una vera e propria rivoluzione culturale ed antropologica nella gestione dei processi sociali, incide profondamente anche sulla guida e sulla gestione dei propri team di lavoro: come esercitare la leadership in un mondo che cambia?

Se è vero che la **trasformazione digitale** potenzia le strutture aziendali e ci permette di lavorare migliorando i processi, come possiamo al contempo supportare i collaboratori mantenendo alto il livello di performance e motivandoli al raggiungimento degli obiettivi in una dimensione di relazione a distanza? Come verificarne il lavoro e stimolarne la proattività? Quali le competenze richieste oggi nella gestione di team virtuali e misti? Quali le abilità da potenziare per saper stare al passo con i tempi, in un mercato globale, in ambienti cyber-fisici nei quali lo *smart working* e le connessioni remote sono abitudini lavorative ormai codificate nel panorama aziendale? Se la leadership è chiamata da sempre ad esercitare un ruolo di guida e di visione, oggi diviene **centrale la capacità del leader di saper sfruttare gli strumenti digitali** per mettere ancora più **al centro la persona** e potenziarne le abilità.

Obiettivi

Il corso si propone di fornire ai partecipanti uno sguardo strategico in grado di cogliere e sfruttare i cambiamenti portati dalla trasformazione digitale nella gestione dei team di lavoro. Saranno affrontate le principali criticità che il leader si trova ad affrontare nella guida di team virtuali e misti, fornendo tecniche e metodologie di supporto e visione in grado di guidare i propri team, trasformando la minaccia della distanza e degli strumenti digitali in un'opportunità di coinvolgimento e di valore.

Contenuti

- Essere leader in un mondo che cambia: come saper cogliere e gestire i cambiamenti.
- La relazione ancora più al centro nella gestione dei team misti e virtuali: come saperla mantenere sotto controllo.
- Strategia e reti: le parole chiave per il leader 2.0.

Benefici attesi

Potenziare le competenze nella capacità di gestire situazioni complesse e guidare i propri team in un contesto di mercato globale e di interconnessioni digitali; saper sfruttare i potenti strumenti messi a disposizione dal web 2.0 per incrementare il lavoro del team ed aumentarne l'*engagement*.

Destinatari

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

Docenza

Officina Studio Consulenza per le risorse umane, è un team di formatori e consulenti esperti nelle varie aree e settori di mercato, con oltre 15 anni di esperienza nella formazione aziendale e nel supporto alle aziende in tematiche organizzative, commerciali, marketing e trasversali. I docenti di Officina sviluppano modalità formative laboratoriali, concrete e pratiche, nelle quali i partecipanti sono i protagonisti e grazie alle quali la tematica trattata viene contestualizzata e vissuta rispetto alle situazioni portate in aula dalle aziende coinvolte.

SALES TRANSFORMATION

L'evoluzione della funzione vendite e i nuovi strumenti per costruire strategie commerciali efficaci

Parallelamente alla *Digital Transformation*, processo inarrestabile che sta modificando il modo in cui le aziende creano e distribuiscono valore, anche **il mondo delle vendite** sente l'esigenza di rinnovarsi e dotarsi di nuovi strumenti per gestire un mercato sempre più mutevole e complesso. Il nuovo scenario economico e sociale rende infatti necessario un **ripensamento delle strategie tradizionali** di approccio al mercato e la transizione da un focus sul prodotto a uno sul cliente, in grado di narrare utilità e costruire valore condiviso.

Obiettivi

Fornire a manager e professionisti dell'area commerciale le competenze necessarie per acquisire una nuova visione del processo commerciale e trasferirla ai propri collaboratori sul campo. Fornire gli strumenti metodologici e pratici per gestire i nuovi processi di vendita nelle diverse fasi - *scouting*, prospezione, *pre-sales*, chiusura, fidelizzazione - in collaborazione e sinergia con tutte le funzioni aziendali che concorrono al raggiungimento degli obiettivi di business: marketing, tecnici, funzioni di supporto.

Contenuti

I contenuti del corso si sviluppano su 3 aree tematiche complementari.

Inbound Sales: la funzione commerciale magnetica

- Smettere di "inseguire" e iniziare a farsi trovare dai potenziali clienti.
- Vendere come desidera il tuo cliente: rilevanza, empatia, fiducia e crescita.
- Migliorare i processi di prospezione e *pre-sales* con il digitale: saper leggere e usare i dati.
- Dalla vendita persuasiva alla vendita consulenziale.
- Le persone comprano significati: come si passa dalla *selling proposition* alla *value proposition*.

Gli strumenti digitali per acquisire e fidelizzare nuovi clienti

- Come cambia l'interazione con il cliente: offline, online, real-time.
- Il cliente al posto di guida: ripensare i processi di vendita con il cliente al centro.
- Conosci il tuo cliente? Costruzione della "Customer persona".
- Mappatura del percorso d'acquisto: da navigatori anonimi ad ambasciatori del brand.
- *Touchpoint management*: gestione integrata dei punti di contatto con il tuo cliente.

Sales enablement: l'approccio evoluto alla vendita

- Chiarezza strategica, esistenza di un piano formale di imple-

mentazione e KPI di misurazione.

- Quali sono i vantaggi del *social selling* e dello *smart selling*? Ne stai beneficiando?
- S-Marketing (*Sales + Marketing*): come si costruisce l'alleanza vincente tra marketing e vendite?
- CRM e padronanza dei dati: come utilizzare al meglio tutte le informazioni.
- Dal CRM (*Customer Relationship Management*) al CEM (*Customer Engagement Management*).

Benefici attesi

Al termine del corso i partecipanti gestiranno più efficacemente i processi di vendita grazie all'adozione di un approccio innovativo alle attività commerciali basato sui principi di *sales enablement*: strategia, processi, tecnologie e contenuti.

Disporranno di maggiori strumenti e tecniche per raggiungere nuovi target ancora non serviti (*Business Development*), aumentare la penetrazione su quelli esistenti (*Cross-Selling & Up-Selling*) e la loro fedeltà (*Loyalty & Advocacy*). Potranno conseguire obiettivi di efficienza (es. riduzione di alcuni costi commerciali, attraverso la digitalizzazione dei cataloghi); o di efficacia (es. aumento del valore dell'interazione con il cliente).

Destinatari

Responsabili commerciali, *Account manager*, *Marketing manager*, *Trade marketing manager*, *pre-sales* e in generale manager di tutti i livelli aziendali interessati alla trasformazione digitale dei processi commerciali.

Docenza

Giulia Ruta è consulente e formatrice di marketing strategico e innovazione digitale dei processi di vendita. Affianca aziende, imprenditori e startup ad alto potenziale per massimizzarne la crescita attraverso le opportunità offerte dal digitale. Collabora con *Business School*, acceleratori di impresa e centri per l'innovazione. "Go digital, stay human" è il suo motto.

SPRINT CUSTOMER DISCOVERY

Il processo agile e visuale per individuare il corretto mercato e lanciare nuovi prodotti e servizi

Parla con qualsiasi imprenditore e ti dirà che l'azienda è impegnata a progettare strategie, servizi e prodotti intorno ai propri clienti. Ma chi sono esattamente i loro clienti? Quali i migliori? Cosa stanno davvero cercando? Su quali puntare e con quali costruire i propri modelli di business?

Obiettivi

In questo processo di consulenza strategica potrai:

- Conoscere e comprendere un approccio diverso al mercato: non più basato sul vecchio e inefficace principio demografico ma mirato alla comprensione dei reali bisogni dei clienti (*Job to be done*).
- Scegliere e valorizzare i migliori clienti, potenziare e innovare la propria proposta di valore e aumentare il valore percepito.
- Creare modelli di business Invincibili e passare dal "creare prodotti per i clienti" a sviluppare clienti con i quali crescere e co-creare; il vero segreto delle aziende invincibili.

Contenuti

Tutte le sessioni saranno svolte interamente da remoto attraverso l'utilizzo di strumenti e piattaforme che garantiscono la partecipazione attiva in modalità *workshop*, con esercizi e map-pature sulla propria realtà e lezioni frontali ridotte al minimo.

Queste le fasi chiave del processo di intervento:

1. **PROBLEM SETTING**: sessione di definizione puntuale e personalizzata della sfida di cui ci si dovrà occupare durante lo *Sprint*. Verranno individuate anche le risorse umane da dedicare al progetto.
2. **PROFILAZIONE**: il team identificato dal cliente e dedicato al progetto sarà chiamato ad individuare ed approfondire le differenze significative riscontrabili nel segmento di mercato prescelto.
3. **EARLY ADOPTER**: il team sarà coinvolto nella creazione di una matrice di profilazione grazie alla quale sarà possibile identificare l'*early adopter* presente all'interno del segmento prescelto.
4. **EMPATIZZAZIONE**: Individuato l'*early adopter* il team sarà guidato nel processo di empatizzazione del profilo, per estrarre i *job to be done*.
5. **TEST**: il team terminerà il lavoro progettando la fase di "testing sul problema" per avviare la sperimentazione.

Benefici attesi

Saranno individuati i clienti più redditizi e come potranno aiutare a ideare, potenziare e innovare il modello di business. Sarà anche chiaro quali saranno i fattori critici di successo da tenere in considerazione per sviluppare il mercato nel segmento prescelto a partire dall'individuazione degli *early adopter*.

Destinatari

Manager e imprenditori che vogliono portare a mercato nuovi prodotti e servizi o esplorare opportunità di business all'interno di un segmento di mercato prescelto.

Docenza

Guideranno il processo i *Business designer* esperti e riconosciuti da **Beople**, la prima azienda italiana specializzata in *Business Design*, operante sul mercato da oltre 10 anni con un focus preciso sull'innovazione dei modelli di business e premiata dalla fiducia di clienti quali Enel, Poste Italiane, Bticino e molti altri.

STRESS MANAGEMENT

Check-up e percorso di resilienza personale per una corretta **gestione dello stress** ed un miglior utilizzo delle capacità di resistenza utili a trasformare circostanze difficili e sfavorevoli in occasioni di sviluppo, rafforzamento, crescita personale ed organizzativa.

Obiettivi

Un “sano” livello di stress è funzionale a mantenere buoni livelli di **performance**, ma quando questa soglia inizia a diventare preoccupante? Quando le pressioni lavorative e personali iniziano ad essere motivo di logoramento? Come utilizziamo le nostre energie per fronteggiare le avversità? Partendo da questa consapevolezza, il corso mira a fornire ai partecipanti gli strumenti atti a migliorare il livello di **benessere** e rafforzare la capacità di **resistenza** allo stress.

Contenuti

Il corso si articola in un iniziale momento diagnostico durante il quale verrà somministrato (da remoto) un test sulla “hardiness” che indagherà le diverse sfere della vita dei discenti (l’ambiente lavorativo, il rapporto con il team ed i colleghi, la sfera famigliare e quella sociale). Successivamente durante le ore di formazione in aula si andranno a sviluppare i seguenti temi:

- Che cosa è la “hardiness”, capacità di resistenza.
- Sviluppare le energie personali.
- L’equilibrio tra stress e benessere come policy individuale ed aziendale.
- La capacità di trasformare condizioni avverse in opportunità individuali ed organizzative.
- I fattori di vulnerabilità e le risorse di resistenza.
- Le aree di lavoro per il rafforzamento della capacità di resistenza.

Benefici attesi

I partecipanti impareranno ad affrontare la loro quotidianità gestendo lo stress in maniera più efficace e con più consapevolezza delle proprie energie. Riceveranno il proprio profilo personale *Hardiness Profile* elaborato a seguito della compilazione del test “Hardi” ed il piano di lavoro individuale che permetterà loro di costruire e sviluppare, attraverso i protocolli certificati, un programma di allenamento progressivo alla resilienza. È inoltre prevista la restituzione finale del profilo di gruppo sulla *Hardiness* grazie all’incrocio ed all’aggregazione dei dati emersi dai profili personali dei discenti.

Destinatari

Manager e imprenditori che abbiano necessità o desiderio di utilizzare al meglio le proprie capacità di resilienza per gestire lo stress quotidiano, provando a trasformare situazioni avverse in nuove opportunità. Il percorso è particolarmente indicato anche a livello trasversale con la partecipazione quindi di discenti provenienti da diverse aree aziendali.

Docenza

CADIAI SAFE, da sempre impegnata nell’offrire alle imprese servizi che tutelino la salute, la sicurezza ed il benessere dei loro dipendenti, eroga questo corso in collaborazione con un team di consulenti esperti e psicologi del lavoro certificati referenti per l’Italia e per l’Europa come *trainer hardiness* e resilienza. Tutti gli strumenti diagnostici e di coping sono di proprietà di *The Hardiness Institute*® e di utilizzo esclusivo di *The Hardiness Institute*® tramite i trainer certificati.

TECNOLOGIE E NUOVE SOLUZIONI DI MARKETING AUTOMATION

Sempre più spesso le aziende hanno bisogno di figure professionali specializzate sulle discipline emergenti basate sull'*automation*, sul *digital* e sull'*omnichannel*. Se è vero che tutte le aziende fanno marketing, è vero anche che le logiche di mercato sono cambiate e che serve una marcia in più per **rafforzare il vantaggio competitivo del brand** e portare a un livello superiore la *brand experience* oltre che per creare relazioni forti e conversazioni autentiche con i clienti.

Obiettivi

Il programma del corso mira a trasferire le nozioni e le conoscenze utili a governare processi di *Marketing Automation Omnichannel*. Il corso fornisce competenze chiave su decisioni strategiche, capacità di comunicazione, competenze relative all'analisi e alla valutazione dei dati, pianificazione e gestione del tempo.

Contenuti

Modulo 1 - Concetti base di *marketing automation*

- Introduzione alla *marketing automation* - Gli elementi da conoscere per una strategia efficace: *lead generation & lead nurturing*.
- Processo in 5 fasi: analisi del target, monitoraggio utenti, segmentazione utenti, automazioni e C.R.M, performance.
- Esempi di progetti reali B2C e B2B.

Modulo 2 - Strategia

- La Strategia - Strategie per plasmare i *Customer Journey*.
- *Full-funnel strategy* - Il funnel e il suo ruolo.
- Post-acquisto e riacquisto - *Customer retention, upsell e cross-sell*, modelli di riacquisto.
- Metriche, KPI e testing.

Modulo 3 - Omnicanalità

- *Marketing Automation* e Omnicanalità.
- CDP e dati - *Customer Data Platform, Single Customer View*, dati di prima, seconda e terza parte.
- Big Data e *Machine Learning*.
- Com'è cambiato il *customer journey* - the "messy middle".

Modulo 4 - Contenuti conversazionali

- Cos'è il *Conversational marketing* - Il linguaggio e gli strumenti del *conversational marketing*.
- *Bot Personality* - *Chatbot* e *Voicebot*.
- Regole per scrivere dialoghi - *Conversational design* e gli errori da evitare.
- *Email Marketing, instant messaging & landing page*.

Modulo 5 - *Hyper Personalization*

- Costruire strategie iper personalizzate - Stimolare, ascoltare, capire, rispondere, conversare.

- *Buyer Personas* in movimento - Il contenuto giusto, al momento giusto e alla persona giusta.
 - Esempi di iper-personalizzazione del contenuto.
- Modulo 6 - Tecnologia
- Le tecnologie a nostra disposizione per lo sviluppo di progetti di *marketing automation*.
 - Strumenti di monitoraggio - *Google Tag Manager, Google Analytics*.
 - Funzionalità più innovative - *Voice Commerce, Mobile Marketing, Web Push 2.0., Loyalty Program, AI & Machine Learning, RFM*.

Benefici attesi

Il programma promuove un apprendimento e un modello di insegnamento caratterizzati da una diversità di risorse, stili e metodologie. Consente ai corsisti il raggiungimento di capacità di sviluppo di un apprendimento indipendente e auto-motivato; abilità di problem-solving; conoscenze e abilità ritenute essenziali per un inserimento proficuo sul campo.

Destinatari

Si rivolge a tutti coloro che desiderano acquisire competenze nelle tecnologie digitali, nel marketing digitale e più specificamente nel mondo della *marketing automation*. Ovvero figure che si occupano di strategia digitale, *content marketing*, gestione del database e dei dati.

Docenza

7HYPE è la realtà italiana che, dal 2015, si occupa dello sviluppo di progetti di *Omnichannel Customer Experience* e *Marketing Automation*. Realizza progetti di successo per le aziende che desiderano migliorare la relazione con i propri utenti e far crescere il fatturato, grazie a competenze verticali di marketing online e offline unite al metodo proprietario *Timing Belt* per la gestione delle attività - dalla strategia all'*execution*.

UOMO E PROFESSIONISTA IN UNA NUOVA IMPRESA

Global full immersion

Nell'ambito degli interventi di formazione ci possono essere diverse occasioni di fare esperienze, tutte a loro modo valide, ma l'esperienza maggiormente efficace è quella che consente il concreto coinvolgimento dei partecipanti.

È questa la vera formazione che andrebbe sempre distinta dall'addestramento (che è solo la messa in pratica delle conoscenze) e dall'istruzione (che fornisce nuove conoscenze).

Questo percorso formativo è progettato per coinvolgere contemporaneamente gruppi di min 6 - max 12 persone. Il percorso è della durata di quattro giorni e utilizza la metodologia "**global full immersion**".

A queste quattro giornate *global full immersion* si aggiunge, nel caso si svolgano più edizioni del percorso, una giornata di plenaria per consentire la "fusione" dei vari gruppi. Trascorso almeno un mese saranno svolti incontri individuali di *follow-up*, dei momenti di verifica e confronto individuale per supportare le persone nell'applicazione pratica di quanto appreso nel percorso formativo.

Obiettivi

Ogni azienda ha un proprio obiettivo così come ogni persona che lavora, per questo ogni percorso è caratterizzato da dinamiche personalizzate, sulla base di quanto ricercato dall'azienda. Dinamiche e contenuti sono sempre diversi e definibili solo dopo i colloqui.

Obiettivi trasversali:

- Credere ancora di più nelle proprie capacità.
- Comprendere come poter infondere fiducia.
- Scoprire l'importanza del saper interagire.
- Come mettersi in gioco quando serve.
- Accettare i doveri che il ruolo comporta.
- Beneficiare dei diritti che derivano dal ruolo.
- Riuscire a negoziare ogni volta in cui occorre.

Contenuti

Il percorso formativo utilizza la metodologia *global full immersion* unito alla tecnica *mind's surprises*.

Global full immersion: è residenziale. Come accade in un "ritiro sportivo", le persone prive di distrazioni, possono impegnare tutte le loro energie nelle dinamiche formative, trovandosi ad avere un unico obiettivo da conseguire, sia a livello personale sia a livello di gruppo.

Mind's surprises, ossia le sorprese della mente, modalità ideata e registrata da A.K.A., consente di ottenere un forte coinvolgimento perché, pur in presenza di una progettazione molto dettagliata, non viene fornito alcun programma ai partecipanti.

Lo staff dei formatori è composto da due *trainer* ed un istruttore che saranno sempre presenti e a disposizione dei partecipanti. Questa continua presenza consente di monitorare costantemente i progressi dei singoli e assicura che i partecipanti non perdano di vista l'obiettivo.

Benefici attesi

L'insieme delle metodologie applicate consente di ottenere un risultato molto concreto e definitivo: il **self empowerment**, ovvero portare le persone alla consapevolezza delle loro competenze. Attraverso una comunicazione efficace e rapportandosi in maniera costruttiva con il proprio team, i discenti potranno superare agevolmente ogni difficoltà, accettare i cambiamenti ed assumersi le responsabilità connesse al proprio ruolo. Infine i partecipanti potranno beneficiare di un vero *digital detox*, ossia liberare la mente dalle normali modalità comunicative, incentrate sull'uso di strumenti tecnologici.

Destinatari

Manager ed imprenditori orientati allo sviluppo della propria organizzazione.

Docenza

Pier Luigi lafelice CEO di A.K.A. S.r.l., **Domenica Gottardi**, senior partner di A.K.A. S.r.l. Dal 1996 si occupano di formazione ecomotivazionale, hanno interagito con diverse realtà aziendali, a livello direzionale, contribuendo alla formazione di imprenditori, manager e liberi professionisti; sono esperti nella gestione delle dinamiche di gruppo. Pier Luigi lafelice ad oggi, ha raggiunto le 18.200 ore di coaching e di formazione ed è Direttore della Scuola di Formazione interna di A.K.A.

Beniamino Bacci, formatore ecomotivazionale e Orientatore. Collabora con A.K.A. dal 2006 in qualità di coach esperto.

VENDERE CON LE EMOZIONI

Quanto impattano le **emozioni nelle decisioni d'acquisto**? E come possiamo influenzarle positivamente?

I maggiori successi non sempre premiano coloro che sono in possesso della migliore tecnica di vendita.

Oggi sono richieste anche altre competenze e abilità come la capacità di influenzare positivamente l'altro facendo leva sulle emozioni, la capacità di farlo riflettere su aspetti che non aveva considerato e l'abilità di trasferire agli altri le nostre convinzioni con passione ed entusiasmo.

Obiettivi

- Utilizzare l'intelligenza emotiva a servizio della vendita.
- Acquisire un *mindset* e un metodo per vendere in modo creativo e non convenzionale anche in situazioni complesse e difficili.
- Avere la capacità di far riflettere il cliente e di guidarlo consapevolmente nelle sue scelte.
- Trasferire concetti ai clienti in modo efficace.

Contenuti

- L'intelligenza emotiva nella vendita: quali strumenti per leggere l'altro e influenzarlo positivamente.
- Le diverse tipologie di cliente: come modulare la propria comunicazione e le proprie argomentazioni in funzione di esse.
- Vendere a partire dal processo decisionale del cliente: quali passaggi e cosa fare in ogni step.
- I driver decisionali razionali ed emotivi: come distinguerli e su cosa fare leva.
- Utilizzare il "teaching commerciale" per generare interesse nelle situazioni difficili.
- Utilizzare le domande per veicolare concetti in modo efficace.
- Far riflettere l'altro: come dire qualcosa di nuovo?
- Presentare un'offerta in modo non convenzionale.
- Le motivazioni d'acquisto dei nostri clienti: quali sono e come "customizzare" le nostre proposte.
- Concessioni e contropartite: come stabilirle per definire la sfera negoziale e guidare il cliente.
- Il triangolo VAP e gli elementi che mi permettono di trasferire concetti in modo efficace.

Benefici attesi

I partecipanti avranno la possibilità di sviluppare sia le competenze *hard* che le competenze *soft* legate alla vendita. Da una parte possono acquisire un metodo per poter vendere in modo non convenzionale e in situazioni complesse attraverso la capacità di guidare l'altro e farlo riflettere; dall'altra possono sviluppare gli aspetti "soft" della vendita che permettono di avere successo, come la capacità di gestire le proprie emozioni e quelle dei clienti e la capacità di comunicare in modo impattante utilizzando la passione e la fiducia nel nostro ruolo.

Destinatari

Commerciali, Consulenti, *Key Account Manager*, *Sales Account*.

Docenza

Risorsa Uomo Società di formazione e consulenza per l'impresa, pone al centro dei processi di cambiamento, crescita e sviluppo delle competenze l'uomo. Vanta una rete di circa 200 consulenti e partner professionisti e coach (tutti certificati ICF), in molteplici ambiti della formazione e consulenza.

