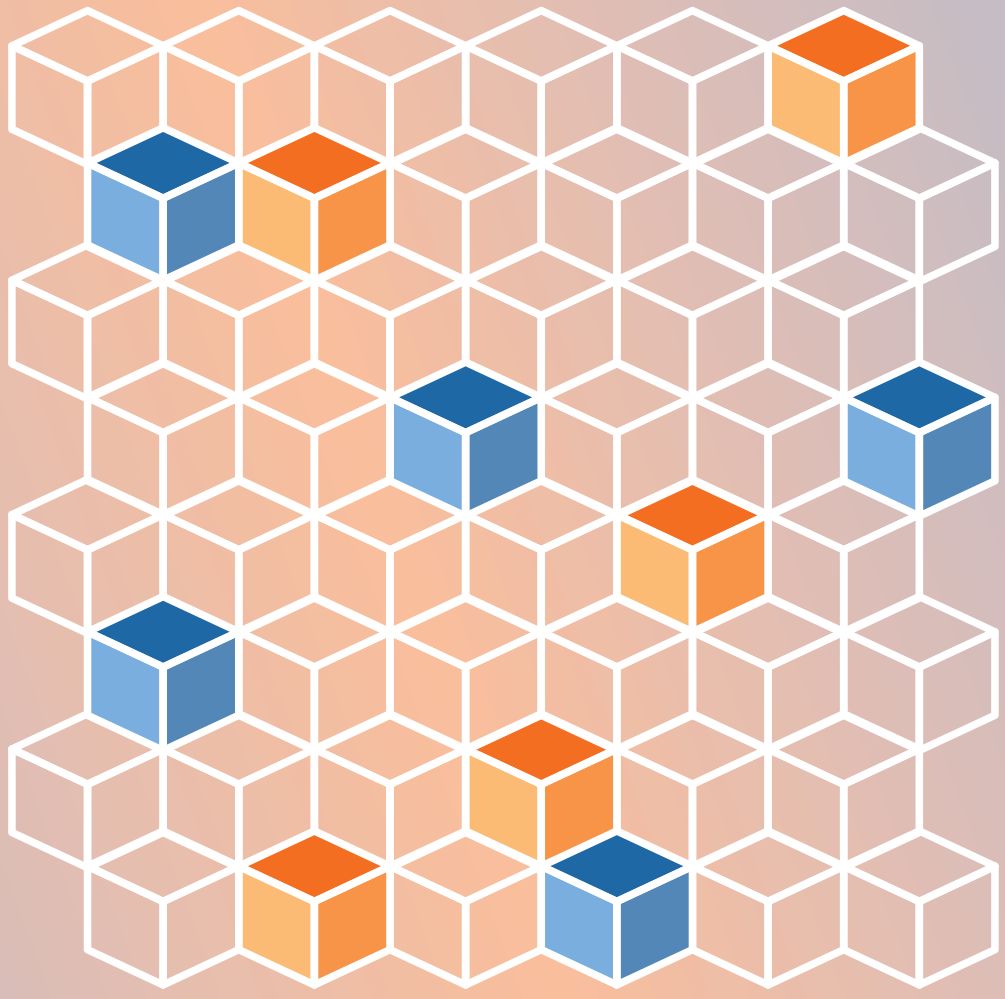
Romagna Executive Education
Business School



FORMAZIONE 2022
catalogo corsi

CONTATTI DI RIFERIMENTO

ree@confindustriaromagna.it

- **Referente: Elisa Fontana**
  tel. 0544 210440
  efontana@ilsestanteromagna.it

SEDE DI RAVENNA

Coordinamento:

- **Martina Sorrentino** tel. 0544 210402
  msorrentino@ilsestanteromagna.it

Ufficio Sviluppo:

- **Silvia Scicchitano** cell. 342.1007618
  sscicchitano@ilsestanteromagna.it
- **Valentina Cislaghi** cell. 392.2016751
  vcislaghi@ilsestanteromagna.it

SEDE DI FORLÌ-CESENA

Coordinamento:

- **Antonella Linza** tel. 0547 632358
  alinza@assoformromagna.it

Ufficio Sviluppo:

- **Carlo Li Vecchi** cell. 334.6687163
  clivecchi@assoformromagna.it

SEDE DI RIMINI

Coordinamento:

- **Francesca Mirri** tel. 0541 352781
  fmirri@assoformromagna.it

Ufficio Sviluppo:

- **Carlo Li Vecchi** cell. 334.6687163
  clivecchi@assoformromagna.it

Romagna Executive Education
Business School

CORSI EXECUTIVE
E PERCORSI DI CONSULENZA

ASSOFORM ROMAGNA

CONFINDUSTRIA ROMAGNA

IL SESTANTE 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 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;
• **CONSULTING SERVICES:** REE si affianca alle aziende nella definizione di fabbisogni formativi e nella progettazione di interventi ad hoc di formazione aziendale, *coaching* e consulenza;
• **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.
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 ***progetti consulenziali***, di ***coaching*** o di ***networking***.

INDICE EXECUTIVE

CARISMA E SELF MARKETING ONLINE E OFFLINE
Incisivi, brillanti, efficaci in incontri, riunioni, presentazioni in presenza e attraverso le principali piattaforme **8**

MARKETING & COMUNICAZIONE LOW BUDGET
Tecniche e strategie alla portata di tutti **9**

NO LIMITS! COMUNICARE E VENDERE A DISTANZA
Al telefono, via mail, in videoconferenza **10**

LA GESTIONE DEL TEMPO NELL'ERA DELLA DIGITAL TRANSFORMATION E DELLO SMART WORKING **11**

CRITICAL THINKING **12**

IL GREEN MARKETING E LA COMUNICAZIONE AMBIENTALE DI PRODOTTO
Il Bilancio di Sostenibilità **13**

SAVE THE DATE

Schema calendario con giornate di corso

CORSI	ore	febbraio	marzo	aprile	maggio	giugno	ottobre	novembre
CARISMA E SELF MARKETING ONLINE E OFFLINE	8	22	8					
MARKETING & COMUNICAZIONE LOW BUDGET Tecniche e strategie alla portata di tutti	18			6-13				
NO LIMITS! COMUNICARE E VENDERE A DISTANZA Al telefono, via mail, in videoconferenza	8				6-13			
LA GESTIONE DEL TEMPO NELL'ERA DELLA DIGITAL TRANSFORMATION E DELLO SMART WORKING	9					16		
CRITICAL THINKING	9						5-12-19	
IL GREEN MARKETING E LA COMUNICAZIONE AMBIENTALE DI PRODOTTO Il Bilancio di Sostenibilità	9							16

INDICE PERCORSI DI CONSULENZA

CONTENT MARKETING STRATEGICO
Strumenti e metodi per promuovere,
sedurre e vendere con i contenuti nell'era digitale **15**

L'ECONOMIA COMPORTAMENTALE
A SUPPORTO DEL CAMBIAMENTO:
LE TECNICHE DI ARCHITETTURA DELLE SCELTE **16**

AIUTARE LE ORGANIZZAZIONI
A SVILUPPARE IL PROPRIO POTENZIALE **17**

BUSINESS DESIGN CIRCOLARE
Dall'idea all'azione: uno Sprint per cogliere
le opportunità dell'economia circolare **18**

LEAN MANAGEMENT **19**

L'ANALISI ECONOMICA **20**

WELL PERFORMANCE **21**

LEADERSHIP EFFICACE **22**

LEGENDA AREE CON SIMBOLI

PERSONE

DIGITAL

VENDITE

MARKETING

MANAGEMENT

AMBIENTE

CARISMA E SELF-MARKETING ONLINE E OFFLINE

Incisivi, brillanti, efficaci in incontri, riunioni, presentazioni in presenza e attraverso le principali piattaforme

"Che ci vuole? Skype, Zoom, sappiamo farli funzionare e poi basta aver le idee chiare su ciò che si vuol dire e tutto andrà benissimo!"... e invece...
Capita anche a voi di notare quanto è grosso e lucido il naso di chi trovate sullo schermo? E non vi dà un po' fastidio quella faccia completamente al buio? E sullo sfondo, quella felpa... o forse è un gatto?
Mantenere ben teso il filo dell'attenzione quando siamo **online** è una competenza nuova che, a meno di non avere un passato come speaker televisivo, va appresa e allenata.

Obiettivi

- Apprendere e allenare le nuove competenze necessarie per saper catalizzare e mantenere l'attenzione degli interlocutori attraverso lo schermo di un PC.
- Saper osservare e registrare i microsegnali non verbali degli interlocutori.
- Capire come restare concentrati su ciò che viene detto dagli altri partecipanti ma anche su ciò che vogliamo trasmettere noi.
- Saper cosa dire e come dirlo per risultare credibili e impattanti.
- Imparare come arginare il principale nemico che ostacola il raggiungimento dei nostri obiettivi: la NOIA.
- Saper conquistare fiducia e creare entusiasmo.

Contenuti

- Pre e post pandemia: cosa cercano oggi i nostri interlocutori, al di là del tema oggetto della presentazione.
- I 5 luoghi comuni sul *Public Speaking*... e la verità.
- Il tuo progetto concreto in 7 passi.
- Capacità personali e potenziale: mettiti in gioco!
- *Cross-assessment* e *cross-feedback* per i miglioramenti individuali.
- Il mezzo è il messaggio: allenamenti e prove di carisma.
- Presentazioni e comunicazioni online: t*ips & tricks*
- ... e se... : SOS e Kit di Salvataggio.

Benefici attesi

- I partecipanti comprendono sul campo cosa "passa" quando ci si relaziona online con gli interlocutori, sia interni sia esterni all'azienda.
- I partecipanti imparano come lasciare il segno, affinché le persone coinvolte siano effettivamente convinte di ciò che viene trasmesso, e traducano in fatti i nostri messaggi.
- I partecipanti imparano trucchi e tecniche per risultare brillanti e convincenti anche dallo schermo di un PC.

Destinatari

Imprenditori, responsabili, commerciali che gestiscono riunioni e presentazioni online e *onsite*.

Docente

Daniela Bassetto ha una 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 Schools*, 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
22 Febbraio 2022 e **8 Marzo 2022** ore 9.00 – 13.00
in video conferenza

Quota di iscrizione:

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

Sede:

Online

MARKETING & COMUNICAZIONE LOW BUDGET

Tecniche e strategie alla portata di tutti

La Comunicazione aziendale nelle PMI deve spesso fare i conti con budget ridotti e poche risorse interne per la gestione di tutte le attività di marketing. L'errore che un'azienda deve assolutamente evitare è di percorrere la strada apparentemente più facile ed immediata (i *Social Network*) senza impostare una corretta **strategia di marketing** e di comunicazione che le consenta di realizzare una solida pianificazione a medio e lungo termine. La **Comunicazione** *low budget* parte dal concetto di individuazione delle "priorità" in relazione alle azioni da attuare e in funzione degli obiettivi di marketing prefissati.

Obiettivi

Il corso si propone di fornire una conoscenza della pianificazione di marketing affiancata alle strategie e alle tecniche di comunicazione aziendale a 360°. Partendo dal marketing strategico "adatto" ad una PMI per arrivare ad un'applicazione dei vari strumenti di comunicazione che sia coerente con il posizionamento del brand e con il target di riferimento.

Contenuti

- Il processo di pianificazione di marketing.
- Analisi interna ed esterna (SWOT).
- Scelta del target e posizionamento (modello STP).
- Programmazione delle leve operative.
- *Inbound* vs. *Outbound marketing*.
- *Target Group* e *Buyer Personas*.
- Piano di Comunicazione strategico e operativo.
- *Budgeting*: come preparare un budget efficace.
- La comunicazione sui Social Media: LinkedIn, Facebook, Instagram, Twitter.
- Fiere, *open house*, eventi interni.
- Eventi digitali.

Benefici attesi

I partecipanti, al termine del percorso formativo, saranno in grado di impostare una corretta strategia di marketing e comunicazione sfruttando al massimo il budget a disposizione, lavorando sulle priorità e sull'uso intelligente dei canali di comunicazione.

Destinatari

Titolari di piccole-medie imprese e per tutti coloro debbano gestire le attività di marketing e comunicazione 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.

Gian Luca Fariselli Professionista nel Marketing e Comunicazione da oltre trent'anni, con una solida esperienza nel campo iniziata alla fine degli anni '80 come *art director* in un'agenzia pubblicitaria a cui hanno fatto seguito svariati anni di consulenza che gli hanno consentito di sperimentare nuove tecniche e strumenti, di essere formatore in grandi aziende e istituti professionali, infine di conoscere molte realtà diverse fra loro.
Da più di 20 anni opera in qualità di responsabile della comunicazione in importanti società industriali dell'Emilia Romagna nelle quali ha arricchito le proprie conoscenze nel marketing e del *digital marketing*, sia sul campo che con continui aggiornamenti professionali.

Calendario

2 giornate
6 e **13 aprile 2022** ore 9.00 - 18.00

Quota di iscrizione

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

Sede

Il Sestante Romagna
Via Barbiani 8/10 - 48122 Ravenna

NO LIMITS! COMUNICARE E VENDERE A DISTANZA

Al telefono, via mail, in videoconferenza

La particolare fase che stiamo vivendo ha portato molte aziende a modificare il proprio approccio al mercato, utilizzando modalità di contatto e **vendita 'a distanza'**. Modalità che, se ben gestite, possono rappresentare un'opportunità di espansione del proprio target sia a livello geografico, sia a livello numerico, anche in futuro, diventando veri e propri strumenti di vendita integrati nelle tradizionali scelte commerciali delle aziende.
Questa nuova fase richiede anche approcci al **cliente** che tengano conto delle nuove esigenze e dei nuovi stati emotivi generati dall'avvento del Covid19. Per questo motivo è importante adattare le modalità di comunicazione verbale, paraverbale e non verbale a questa nuova situazione.

Obiettivi
Fornire ai partecipanti gli strumenti necessari per comunicare in modo efficace e per contattare in modo produttivo i clienti a distanza, attraverso la conoscenza delle specifiche caratteristiche dei mezzi di comunicazione a distanza e delle tecniche comunicative in grado di massimizzare le performance in questo particolare ambito commerciale.

Contenuti
- Gli effetti del Covid19 sulle condizioni emotive, sui bisogni e sui comportamenti d'acquisto dei clienti.
- L'importanza dell'empatia e delle parole 'positive'.
- Come gestire il linguaggio del corpo (in particolare le distanze) nell'era del Covid19.
- Quali elementi dell'offerta aziendale valorizzare nell'era del Covid19.
- La costruzione di un database di nominativi.
- La vendita telefonica:
  - Come preparare le argomentazioni;
  - L'importanza della voce per farci apprezzare e per capire l'interlocutore;
  - Il superamento dei filtri e i 'rimbalzi' (es. non posso passarglielo, è in riunione, mi lasci un recapito e la faccio richiamare, sono impegnato, non mi interessa, ho già il mio fornitore ecc.);
  - Come presentare la nostra azienda, i nostri servizi e i nostri prodotti;
  - Come rispondere alle obiezioni.
- La vendita via mail:
  - L'importanza dell'oggetto;
  - Cosa scrivere e con quale struttura;
  - A che ora inviare l'email.
- La videochiamata/videoconferenza:
  - Come preparare la videoconferenza;
  - L'importanza del linguaggio del corpo e della voce;
  - Come presentare se stessi, la propria azienda e i propri prodotti in modo efficace.

Benefici attesi
Acquisire le competenze necessarie per gestire in modo efficace le relazioni comunicative con il cliente e per utilizzare in modo efficace le modalità di contatto e di vendita a distanza.

Destinatari
Commerciali, addetti al back office commerciali.

Docenza
Nicola Zanella è consulente e formatore per molte tra le più importanti aziende italiane, imprese multinazionali, enti pubblici e associazioni di categoria. Docente in master post-universitari e autore di testimonianze professionali presso l'Università Bocconi, ha collaborato con il network internazionale di formazione manageriale TMI.
Dopo la laurea in economia aziendale presso l'Università Bocconi di Milano ha acquisito esperienza manageriale in Wella Italia (gruppo Procter&Gamble), multinazionale del settore cosmesi, dove si è occupato di organizzazione, nuove tecnologie e marketing. Ha pubblicato diversi libri e seguito, tra gli altri, progetti di ideazione, sviluppo e lancio di nuovi brand, successivamente inseriti nel portafoglio prodotti a livello internazionale di P&G.

Calendario
2 mezze giornate
6 e **13 maggio 2022** ore 8.45 - 12.45
in video conferenza

Quota di iscrizione
400 € + iva aziende associate
500 € + iva aziende non associate

Sede
Online

LA GESTIONE DEL TEMPO NELL'ERA DELLA DIGITAL TRANSFORMATION E DELLO SMART WORKING

Il tema della **gestione del tempo**, da sempre cruciale nell'attività di un manager, ha assunto connotazioni nuove e spiazzanti con l'avvento di Internet, degli ***smartphones*** e dello ***smartworking***.
L'accelerazione del cambiamento ci pone di fronte a problematiche differenti rispetto al decennio precedente, che necessitano di strumenti e comportamenti differenti.

Obiettivi

- Fornire al manager le competenze necessarie a gestire il proprio tempo e quello dei collaboratori anche in contesti di smartworking
- Fornire strumenti operativi per gestire:
  - Assegnazione di obiettivi e KPI;
  - Delega e responsabilizzazione;
  - Gestione dell'efficienza del tempo;
  - Gestione dello stress.

Contenuti

- Elementi di gestione del cambiamento.
- Flessibilità e lavoro Agile.
- Principi dello *smartworking*.
- Definizione efficace di obiettivi e KPI.
- Assegnazione di priorità ed esercizio della delega.
- Metodologie di pianificazione.
- Strumenti per la gestione della comunicazione virtuale e dei dispositivi di mobilità.
- La gestione efficiente del tempo, focus su:
  - Gestione riunioni;
  - Procrastinare;
  - Comunicazioni interne.
- Metodologie per la gestione dello stress e per un corretto *work-life balance*.

Benefici attesi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di gestire più efficacemente il tempo individuale e le proprie risorse, migliorando sia la performance sia la qualità della vita aziendale di tutte le persone coinvolte.

Destinatari

Manager di tutti i livelli aziendali.

Docenza

Davide Medri Consulente Senior e *Professional Trainer*. Esperienza professionale mista in Aziende multinazionali (HP, Xerox), nelle funzioni di Vendite, Marketing, Formazione. Ha collaborato con società internazionali di consulenza e formazione seguendo progetti formativi presso aziende nazionali e multinazionali. Docente certificato sulle più diffuse metodologie di vendita e negoziazione.

Calendario

1 giornata
16 giugno 2022 ore 9.00 - 18.00

Quota di iscrizione

400 € + iva aziende associate
500 € + iva aziende non associate

Sede

Assoform Romagna (sede di **Cesena**)
Via Ravennate 959 - 47521 Cesena

CRITICAL THINKING

Il percorso approfondisce una delle competenze più strategiche per il prossimo futuro: la capacità di utilizzare e potenziare il **pensiero critico**. Il *critical thinking* infatti, insieme alla capacità di risolvere problemi complessi, viene indicata dal *Future of Jobs 2020* del *Word Economic Forum*, tra le capacità indispensabili nei prossimi 5 anni nel mondo del lavoro.

Obiettivi

Pensare in maniera critica è una capacità intellettuale che consente di leggere le informazioni che quotidianamente ricevi con profondità, chiarezza e logica. È una competenza chiave che può essere potenziata per riconoscere le trappole che possono trarre in inganno nell'analizzare una situazione che coinvolge voi o il vostro team e per elaborare una capacità di pensiero e di giudizio indipendente, affinché possiate esprimere appieno le vostre potenzialità. Sviluppare il pensiero critico permette inoltre di prendere decisioni con maggior equilibrio e ponderatezza, prestando attenzione alla qualità e alla quantità delle informazioni che avete a disposizione, comprendendo in che modo queste riescano a condizionarvi emotivamente nelle scelte di ogni giorno, anche all'interno del team di lavoro.

Contenuti

- Definizione e utilità del pensiero critico.
- Sistemi e modalità di pensiero, tipologie di ragionamento.
- Il pensiero binario: esemplificazione o impoverimento?
- Principali errori nella percezione della realtà, spiegazione dell'attivazione di alcuni *bias cognitivi*.
- L'influenza del linguaggio nella percezione delle informazioni che riceviamo: il *framing*.
- Pensiero critico e capacità di decidere in team.
- Come superare gli stereotipi nell'elaborazione del pensiero critico in team con l'utilizzo del *design thinking*.

Benefici attesi

- Riconoscere i sistemi di pensiero che si utilizzano nella fase di analisi di una situazione o di un progetto e i rischi del pensiero binario.
- Riconoscere i principali errori (bias cognitivi) in cui la propria mente può cadere nella ricerca della soluzione di un problema e come esserne consapevoli.
- Comprendere in che modo l'utilizzo del linguaggio e delle cornici possa influenzare la percezione delle informazioni.
- Utilizzare alcune tecniche di *design thinking* per facilitare il confronto critico anche nel team, evitando i conformismi, per arrivare ad una presa di decisione che sfrutti il potenziale critico di tutti i componenti.

Destinatari

Team Leader e Manager di tutti i livelli aziendali.

Docenza

Alessandra Bolognese Formatrice 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*, il *critical thinking*. Aiuta le aziende a raggiungere i propri obiettivi partendo dal benessere delle loro persone e dalla consapevolezza dei loro talenti. È consulente da diversi anni per un gruppo bancario in ambito *Talent Acquisition*.

Calendario

9 ore totali suddivise in 3 sessioni:
5, **12** e **19 ottobre 2022** ore 9.00-12.00

Quota di iscrizione

500 € + iva aziende associate
600 € + iva aziende non associate

Sede

Online

IL GREEN MARKETING E LA COMUNICAZIONE AMBIENTALE DI PRODOTTO

Il Bilancio di Sostenibilità

Il **bilancio di sostenibilità** è un documento che rendiconta aspetti economici, sociali ed ambientali generati dall'azienda nello svolgimento delle proprie attività agli *stakeholder* documentandone la *governance* degli stessi.

Obiettivi

L'azione formativa intende valorizzare le attività svolte sulle tematiche di sostenibilità per la predisposizione dei documenti divulgativi volti a dimostrare le ottimali prestazioni aziendali in ambito di sostenibilità. Il Bilancio di Sostenibilità, ad esempio, comprende al suo interno dati relativi agli impatti sull'economia, l'ambiente e la società.

Contenuti

- Il sistema GRI (*Sustainability Reporting Standards*) nato per definire standard internazionali e per redigere report di sostenibilità capaci di evidenziare un plus-valore aziendale costruito su di un'immagine ed una posizione di mercato fondata su tali caratteristiche.
- Per la redazione del bilancio di sostenibilità si vedranno le fasi che vanno dalla fondamentale mappatura degli *stakeholder*, alla definizione del loro coinvolgimento, l'analisi delle diverse tipologie d'impatto (economici, sociali, ambientali) oltre alla definizione degli indicatori, alla raccolta dei dati e loro analisi.
- Esempi applicativi inerenti la redazione di parti di report di sostenibilità conformi ai criteri dettati da GRI (*Sustainability Reporting Standards*).

Benefici attesi

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 e fornitura di dati ed informazioni atte alla rendicontazione degli stessi.

Destinatari

Personale aziendale addetto alla gestione delle tematiche di sostenibilità ed etico-sociali in genere (*Corporate Social Responsibility - CSR*).

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.

Calendario

1 giornata
16 novembre 2022 ore 9.00 - 18.00

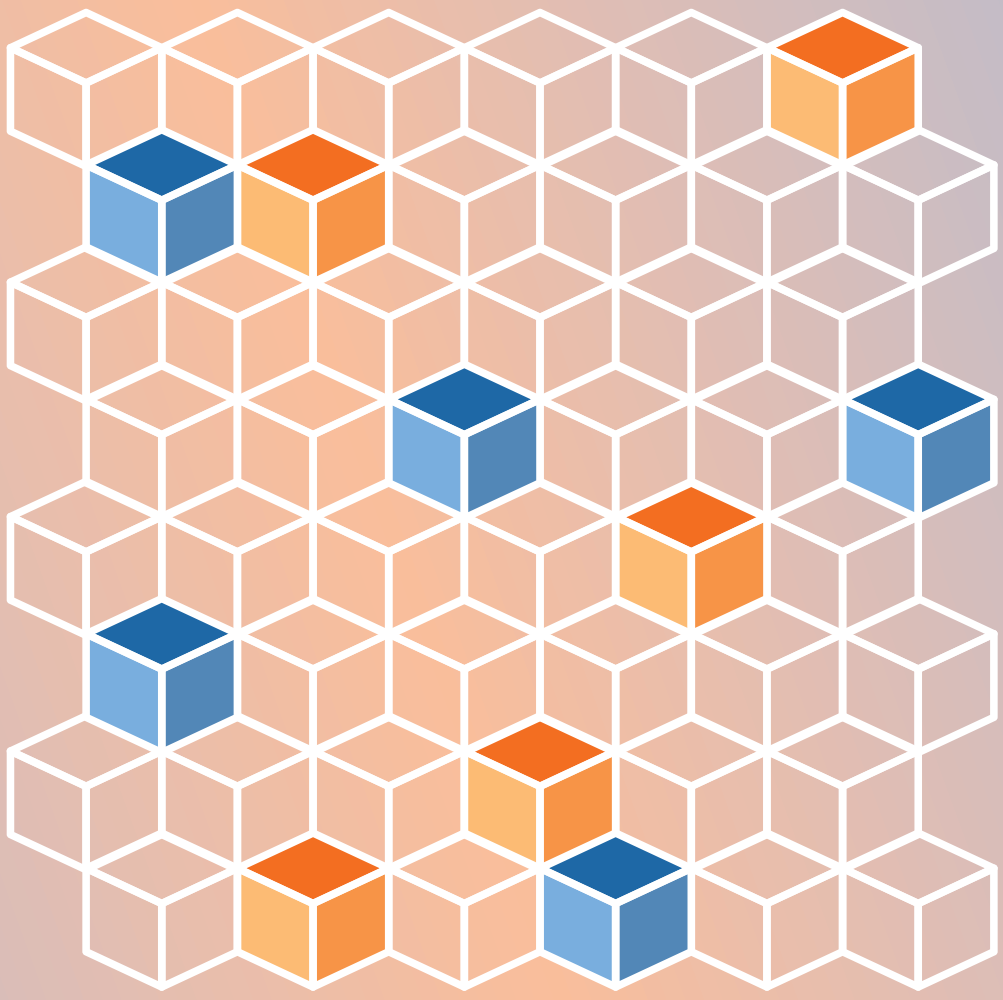
Quota di iscrizione

400 € + iva aziende associate
500 € + iva aziende non associate

Sede

Il Sestante Romagna
Via Barbiani 8/10 - 48122 Ravenna

CONSULENZA SU MISURA



CONTENT MARKETING STRATEGICO

Strumenti e metodi per promuovere, sedurre e vendere con i contenuti nell'era digitale

La maggior parte dei **contenuti** sul web e sui social media oggi non funzionano perché le nuove **tecnologie digitali** hanno trasformato profondamente le regole della comunicazione sia nei contesti *Consumer* che *Business*. Non si tratta semplicemente di sviluppare un nuovo sito, lanciare un *eCommerce* o aprire un nuovo profilo social: la sfida è più complessa e richiede nuove competenze e nuove sensibilità. Occorre cambiare il modo in cui le persone comunicano e collaborano dentro e fuori l'organizzazione, agendo a tutti i livelli e su tutte le aree, non solo quelle che hanno diretto contatto con clienti e consumatori finali.

Obiettivi

Tramite il corso si apprenderà come realizzare correttamente una strategia di *Content Marketing* in grado di massimizzare le conversioni e la fidelizzazione nel proprio mercato sui diversi pubblici di riferimento: clienti, *prospect*, *stakeholder* e dipendenti.
Il percorso consente di raggiungere 5 obiettivi:

1) Conoscenza del contesto e dei trend legati al *Content Marketing* e all'*Employer Branding*.
2) Stimoli, buone pratiche e casi di eccellenza per portare la cultura della narrazione in azienda.
3) Consapevolezza dei vantaggi offerti dai nuovi mezzi, linguaggi e tecniche di comunicazione.
4) Strumenti e metodi per una strategia personalizzata di *content marketing* vincente.
5) "Customer Centricity": un nuovo approccio al cliente e alla comunicazione.

Contenuti

I contenuti saranno sviluppati in modo sartoriale sulla base delle caratteristiche e delle esigenze specifiche dell'azienda che emergeranno con maggiore evidenza durante la fase di *warm-up* del corso. In linea generale, saranno toccate 10 aree tematiche:

- Attirare, convertire e fidelizzare con i contenuti: ideare i contenuti più efficaci per raggiungere gli obiettivi di business dell'azienda.
- Strategie non tattiche! Pianificare una *Content Strategy* a 360 gradi: obiettivi, pubblico, canali, contenuti.
- Gli strumenti di lavoro che facilitano i flussi, il coordinamento e la creatività editoriale.
- Analizzare le *Customer Personas* alle quali indirizzare i contenuti più adatti.
- Costruire percorsi emozionali e funzionali per i clienti in ogni tappa del loro percorso d'acquisto e sui *touchpoint digitali*.
- Pianificare, gestire e monitorare il *Content Marketing Plan* integrato su *Web & Social*.
- I *tool* indispensabili per la pianificazione, la produzione e la disseminazione dei contenuti.
- Pubbliche relazioni e *Influencer Marketing*: buone pratiche, casi di successo, errori da evitare.
- *Employer Branding* e Comunicazione interna: i contenuti per l'acquisizione dei talenti e la *employee advocacy* attraverso web e social.
- Simulazione pratica: esercitazione a squadre e restituzione.

Benefici attesi

L'azienda acquisirà una visione integrata su scenari, strumenti e metodi per governare la narrazione dei contenuti di business e trasformarla da strumento di marketing a *driver* strategico per la crescita di lungo periodo. 3 i *take-away* principali a livello di azienda, team e singoli:

- Consapevolezza dei contenuti: capire la portata e le potenzialità dei contenuti per costruire valore;
- Vantaggio digitale: acquisire strumenti e modelli concreti per amplificare la forza dei contenuti grazie ai nuovi canali digitali;
- Orientamento al cliente esterno e interno: superare le logiche tradizionali di canale e funzione per liberare valore.

Destinatari

Il corso si rivolge alle aziende di ogni settore e dimensione e risulta particolarmente efficace quando oltre alle aree marketing, comunicazione e vendite si prevede il coinvolgimento di tutte le figure aziendali che attraversano la catena del valore dell'azienda: IT, Risorse Umane, Produzione, R&D e Organizzazione.

Docenza

Giulia Ruta Consulente e formatrice di Marketing Strategico e Innovazione Digitale, 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.

L'ECONOMIA COMPORTAMENTALE A SUPPORTO DEL CAMBIAMENTO: LE TECNICHE DI ARCHITETTURA DELLE SCELTE

Cambiare, andare oltre le proprie abitudini e mettere in discussione il proprio modo di pensare e i propri schemi mentali sono le sfide che oggi le persone, dentro e fuori le aziende, devono affrontare.
Ma **cambiare i propri comportamenti** è difficile, faticoso, soprattutto quando le conseguenze del cambiamento sono incerte e lontane nel tempo.
Nel nostro quotidiano ci troviamo a dovere compiere talmente tante **scelte**, molte delle quali non consapevoli e irrazionali, guidate dal contesto, quindi controproducenti e "costose" per l'intera organizzazione.
Abbiamo quindi bisogno di strumenti che si focalizzino sui processi del ***decision-making***, che riconoscano la profondità con cui il contesto sociale e ambientale influisce sulle decisioni e che agiscano sui comportamenti, non solo sulle credenze e i valori. Solo in questo modo si possono avere gli strumenti per disegnare interventi di cambiamento all'interno della propria organizzazione.

Obiettivi

- Aiutare a comprendere le leve che governano il *decision-making*, tenendo in considerazione la realtà della natura umana, in tutta la sua complessità.
- Fornire strumenti pratici per imparare come agire di conseguenza e generare un reale cambiamento comportamentale che migliori il benessere complessivo dell'organizzazione.

Contenuti

Il percorso è strutturato in 2 sessioni:

1) Alfabetizzazione sulla razionalità limitata
La razionalità limitata (*Bounded Rationality*) è il concetto fondante dell'Economia Comportamentale: è una caratteristica del modo in cui prendiamo decisioni, che riassumiamo sotto il nome di "fattore umano". Comprenderemo i limiti della nostra razionalità, le euristiche ed i *bias*.
Conoscerli e padroneggiarli consente di osservare efficacemente gli errori sistematici che condizionano le nostre decisioni e quelle delle persone che si relazionano con noi.
2) *Workshop*: come identificare, descrivere e agire sui comportamenti desiderati.
Compresi gli ingredienti-base della razionalità limitata si può iniziare a manipolarli. Si passa quindi ad analizzare tecniche di intervento. Quali sono le diverse tecniche di "architettura delle scelte" a nostra disposizione e a quale livello agiscono? Quali i punti di forza e la loro concreta applicabilità in contesti organizzativi?
Per disegnare un intervento di "architettura delle scelte" serve un metodo, che possa guidarci nell'identificare il problema, descriverlo correttamente, tradurlo in comportamenti, trovare le giuste contromisure e intervenire.

Benefici attesi

Alla fine del percorso i partecipanti avranno appreso degli strumenti pratici di "Architettura delle scelte" da utilizzare nel proprio quotidiano per affrontare dei cambiamenti comportamentali. I cambiamenti possono riguardare il partecipante in prima persona, che apprenderà come disegnare il proprio contesto lavorativo per affrontare le proprie sfide, ma anche interventi di più ampia portata che riguardino team specifici o l'organizzazione nel suo complesso. I partecipanti apprenderanno infatti una modalità di lavoro che potrà essere flessibilmente applicata in diversi contesti perché all'interno di un'organizzazione tutto dipende da decisioni prese da singoli e da gruppi. Non c'è quindi limite ai campi in cui la *Behavioral Economics* potrebbe essere applicata e dare dei benefici concreti.

Destinatari

Imprenditori, CEO, Responsabili di progetto, Responsabili di funzione, Responsabili HR e chiunque voglia conoscere le tecniche per disegnare un reale intervento di Architettura delle Scelte.

Docenza

Magdalena Edyta Lopes psicologa e formatrice.
Dal 2015 collabora, come consulente e formatrice, con IESCUM – Istituto Europeo per lo Studio del Comportamento Umano. Dal 2019 collabora con la divisione di IESCUM di nome "aBetterPlace" che si occupa di architettura delle scelte in ambito aziendale per il benessere e per la sostenibilità sia a livello collettivo sia individuale.
Dal 2016 a oggi ha partecipato come co-autrice alla pubblicazione di studi sul Nudging. Dal 2019 è consulente della Regione Lombardia sul tema delle *best practices* nell'ambito della formazione per adulti in ruolo all'interno delle PPAA.

AIUTARE LE ORGANIZZAZIONI A SVILUPPARE IL PROPRIO POTENZIALE

Le organizzazioni hanno nel personale il loro capitale più importante, purché valorizzato. In assenza di ciò il **capitale umano** rappresenta solo la principale voce di costo fisso. La valorizzazione e lo sviluppo delle risorse umane rappresenta quindi un obiettivo strategico per qualunque azienda.
A tale scopo, le organizzazioni si devono dotare di un set integrato di strumenti gestionali: uno strumento per definire i **risultati attesi** di ciascun lavoratore e relativi indicatori di prestazione; uno strumento per definire il **sistema delle competenze** necessarie per raggiungere tali risultati e misurarne il possesso da parte del lavoratore; uno strumento per descrivere in maniera oggettiva il comportamento del lavoratore in una specifica situazione lavorativa. Oltre a ciò, l'organizzazione si deve dotare di strumenti e pratiche per sostenere ed indirizzare la motivazione dei lavoratori, sia nella sua componente motivazione a fare (orientamento al risultato), sia nella componente motivazione a stare (*committment*, senso di appartenenza, orgoglio, fiducia). Tutto ciò non deve generare un appesantimento burocratico, ma una modalità snella ed efficace per valorizzare il capitale umano.

Obiettivi

Al termine del percorso, i partecipanti conosceranno i modelli teorici e gli strumenti utilizzabili per l'analisi dei fabbisogni formativi, lo sviluppo delle competenze e la formazione, la gestione della motivazione dei collaboratori, la loro valutazione delle prestazioni. In particolare, saranno in grado di:

- Individuare e descrivere i risultati attesi di mansione e relativi indicatori oggettivi misurabili di performance;
- Individuare e descrivere le competenze di mansione (abilità, conoscenze, esperienze pregresse);
- Individuare ed applicare le opportune leve per generare, sostenere ed indirizzare la motivazione al lavoro.

Contenuti

- Gli indicatori di performance dei collaboratori in produzione: efficacia (raggiungere i risultati attesi), efficienza (rapporto tra risorse investite e risultati), equità (percezione della qualità morale con cui si viene trattati), affidabilità (capacità di produrre stabilmente la performance), flessibilità (personalizzazione dei comportamenti lavorativi secondo esigenze).
- Come definire le prestazioni attese del lavoratore: obiettivi, caratteristiche, indicatori di performance.
- Come definire le competenze del lavoratore: conoscenze, abilità, esperienze necessarie pregresse.
- I sistemi premianti, benefits ed incentivi: tipologie ed efficacia.
- Il governo dei collaboratori. Il lavoro per obiettivi. La motivazione a fare (orientamento al risultato): come costruirla strutturalmente e come gestirla quotidianamente. Modelli teorici e strumenti applicativi.
- Il governo dei collaboratori. La motivazione a stare. Il *committment* del lavoratore. Come costruirlo strutturalmente e come generarlo quotidianamente. Modelli teorici e strumenti applicativi.

Gli incontri prevedono brevi input teorici seguiti da immediata discussione ed applicazione al contesto reale dell'azienda. I partecipanti sono seguiti passo dopo passo nella realizzazione di un processo gestionale a 360° compatibile con le proprie esigenze, le esigenze dell'impresa di appartenenza, nel rispetto ed a integrazione delle politiche di Qualità esistenti e delle procedure di gestione del personale in essere.

Benefici attesi

Al termine del percorso i partecipanti possiederanno gli strumenti per implementare nella loro realtà un efficace processo di motivazione, indirizzo, valutazione, sviluppo ed incentivazione delle risorse umane.

Destinatari

Imprenditori, Direttori Generali, Quadri, Dirigenti.

Docenza

Filippo Ferrari da oltre trent'anni svolge attività di consulenza e formazione nell'ambito della gestione del personale. È inoltre docente presso il Dipartimento di Management dell'Università di Bologna, dove svolge attività di ricerca e partecipa a gruppi di lavoro internazionali in ambito accademico.

BUSINESS DESIGN CIRCOLARE

Dall'idea all'azione: uno Sprint per cogliere le opportunità dell'economia circolare

Il percorso di ***business design*** dedicato ai **Modelli di Business Circolare** è un programma agile e accessibile anche interamente da remoto.

Obiettivi

- Un'opportunità da cogliere. Adesso: c'è un'alternativa, un cambio di rotta. Passare ad un'economia circolare, sostenibile, basata sul riutilizzo anziché sullo spreco, su relazioni e produzione locale. Si calcola che, solo in ambito UE, vi sia un'opportunità per le imprese di 462 miliardi di euro.

- Riduci gli sprechi, cogli le opportunità: circolare non significa "non gettare via niente" ma recuperare ricchezza da ciò che tradizionalmente non viene sfruttato. Significa risparmi concreti per le nostre aziende.

- Abbandona la fragilità dei sistemi tradizionali, rendi la tua impresa più solida: il passaggio a un Modello di Business Circolare è fondamentale per costruire imprese resilienti, mitigando i sempre più frequenti rischi dettati da un'economia globale e connessa.

- Crea impatti positivi, fai la tua parte per il pianeta: non solo ridurre gli sprechi e operare in modo sostenibile per l'ambiente. Si tratta di un'alternativa da cogliere in un mondo che cambia, resa ancora più urgente dalla disoccupazione di massa e dalle difficoltà economiche causate dal COVID.

Contenuti

Di seguito le fasi chiave del processo:

1) *Onboarding*: sessione introduttiva per comprendere le logiche del percorso e prepararsi al meglio.
2) Prima sessione: definire la sfida circolare, i rischi e le opportunità per la propria impresa generati dai trend.
3) Seconda sessione: mappare il ciclo di produzione, le fonti in ingresso e gli scarti in uscita nella propria impresa.
4) Terza sessione: generare soluzioni per trasformare le criticità attraverso l'approccio circolare.
5) Quarta sessione: progettare Il (nuovo) Modello di Business Circolare: prototipare la soluzione a più alte potenzialità e definire il piano d'azione per concretizzare il cambiamento.

E inoltre: sessioni mensili di supporto e attivazione individuale per il team! Dall'esperienza con centinaia di PMI, abbiamo compreso che per aumentare le probabilità di successo, è necessario un supporto costante nelle prime fasi. Per questo motivo, per tre mesi, su base mensile, ogni membro del team verrà seguito attraverso sessioni di coaching individuale per mettere in pratica quanto appreso e definito. Tutte le sessioni potranno essere svolte in presenza, in modalità ibrida o interamente da remoto attraverso l'utilizzo di strumenti e piattaforme che garantiscono la partecipazione attiva in modalità workshop, con esercizi e mappature sulla propria realtà e lezioni frontali ridotte al minimo.

Benefici attesi

Il percorso è caratterizzato dalla praticità del lavoro e dalla immediata spendibilità di quanto appreso. Al termine del corso si potrà sperimentare da subito un beneficio in termini di chiarezza strategica e/o implementazione di un cambiamento operativo a livello di modello di business. Si potranno ottenere impatti legati all'ottimizzazione delle risorse (in entrata e in uscita) e del ciclo produttivo, la valorizzazione degli scarti e lo sviluppo di nuovi prodotti basati sulle logiche circolari.

Destinatari

Imprenditori, Manager, Direttori Generali, Direttori di funzione, Team aziendali reali e interfunzionali.

Docenza

A guidare il processo ci saranno *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.

LEAN MANAGEMENT

Per il raggiungimento del successo, di qualsiasi successo, è importante concentrarsi sui fattori critici e determinanti che conducono al miglioramento significativo della situazione preesistente.
Parlando di **"Toyota Production System"** e **"Lean Thinking"** si deve fare riferimento a tre fattori chiave: la "strategia di crescita", la "metodologia del riferimento" e la "consapevolezza del miglioramento".
Sono numerose le aziende che guardando il successo di Toyota ne imitano un "Lean" superficiale, non ottenendo i risultati attesi.
Il corso vuole approfondire questi 3 elementi, proponendo, in un'ottica di crescita culturale, un percorso originale e concreto per l'attuazione in Azienda.

Obiettivi

Il corso si pone come obiettivo di approfondire sia gli aspetti strategici a cui l'approccio Lean afferisce, sia quelli legati agli strumenti (quali sono, come e quando vanno utilizzati), ma anche, in ottica *Change&Coach* come creare un percorso originale, che, facendo tesoro di storia ed esperienza di ogni azienda, consenta alle persone e all'organizzazione una crescita reale e duratura.

Contenuti

- Il mercato e la competizione in momenti di alta turbolenza.
- *SWOT Analysis* e confronto con la concorrenza.
- Il significato profondo del *Toyota Way* e *Lean Thinking* come strategia competitiva.
- Il concetto di Valore.
- I 5 principi del *Lean Thinking* ed i 14 elementi chiave del *Toyota Production System*.
- L'impatto sul modello organizzativo.
- Gli strumenti: la "Casa Toyota" – Gli strumenti di base e quelli avanzati.
- *Change&Coach* e *Toyota Kata*: la consapevolezza del miglioramento.
- Il "Lean 4.0": le opportunità offerte dalla tecnologia.
- Il *Lean Assessment*: cos'è ed a cosa serve.
- Il decalogo per l'impostazione di un progetto di successo.

Benefici attesi

- Acquisizione di una visione strategica oltre che operativa "personalizzabile" per ogni azienda.
- Possibilità di conoscere strumenti di *assessment* per poter valutare "quanto si è già Lean".
- Consolidare la "consapevolezza del miglioramento" come elemento chiave per la crescita della cultura dell'azienda.

Destinatari

Direttori Generali, Manager.

Docenza

Andrea Righetti Partner di Q&O Consulting e collaboratore di Toyota Academy. Laureato in Ingegneria Nucleare presso l'Università degli Studi di Bologna. Dal settembre 2004 è Senior partner presso la Q&O Consulting Srl; è specializzato nella revisione delle strutture e dei processi organizzativi in ottica *Lean Thinking* e *Lean Manufactoring*; fa crescere le organizzazioni utilizzando gli approcci Toyota Production System, LEAN Thinking e CHANGE&COACH®.
Insieme agli altri soci di Q&O Consulting, nel 2012 ha pubblicato per Franco Angeli editore il libro "change&coach®: Un approccio integrato all'eccellenza organizzativa".

L'ANALISI ECONOMICA

Per molte aziende l'analisi economica coincide con l'analisi dei dati di **bilancio** all'atto della sua chiusura. Alla base di una buona **contabilità analitica**, ancora prima di arrivare al calcolo del costo di prodotto, si pone l'analisi e classificazione dei costi aziendali, secondo logiche diverse da quelle usate dalla contabilità generale (veicolate da quanto richiede il fisco) e più vicine con una logica analitica (di contabilità analitica appunto), atte a soddisfare quanto richiede la Direzione aziendale, per la comprensione e il monitoraggio della redditività aziendale.

Obiettivi

Obiettivo del corso è dare nozioni e soprattutto strumenti per un'analisi approfondita della composizione dei costi aziendali, quindi valorizzarli secondo logiche di controllo di gestione (costi variabili, costi fissi, di produzione e di struttura, gestione finanziaria, gestione straordinaria).
Non ultimo, rendere autonomi i partecipanti nella lettura ed interpretazione dei dati, per un'analisi storica ma anche prospettica (*budgeting*).

Contenuti

- Analisi e classificazione dei costi (i criteri di classificazione, l'azienda rigida e l'azienda flessibile).
- Il conto economico per aree di gestione.
- Il conto economico a margine di contribuzione.
- Modelli di analisi per aziende produttive, aziende commerciali e aziende di servizi.

Il corso prevede esercitazioni pratiche e la consegna di un modello esemplificativo di analisi e riclassificazione del conto economico.

Benefici attesi

Il percorso si propone di formare i partecipanti rendendo loro nuove nozioni per l'analisi e classificazione dei costi aziendali e di conseguenza della sua marginalità e redditività aziendale.

Destinatari

Imprenditori, Manager, Controller, Responsabili e Impiegati amministrativi.

Docenza

Michela Tonelli Laurea in Economia e Commercio e master in Controllo di Gestione; dopo dieci anni di lavoro in ambito Amministrazione e Controllo in aziende di medie dimensioni, ha intrapreso la libera professione e poi costituito, insieme ad altri tre soci, la società di consulenza Business Space s.r.l.
È consulente e formatore in Pianificazione e Controllo di Gestione; con Business Space ha all'attivo progetti complessi di *turnaround* aziendali.
Svolge consulenze di direzione, offre servizi di Temporary Management e di *Project Management*, consulenze di Produzione e Logistica, anche in ambito "Industria 4.0", offre inoltre consulenze in Pianificazione e Controllo di Gestione ed in tema di Empowerment delle Risorse Umane; è animata e si riferisce alla filosofia *Lean Thinking*.

WELL PERFORMANCE

Il modello *Well Performance* si basa sul principio che coniugare i fattori che rendono le persone «**felici**» e soddisfatte, con l'organizzazione per obiettivi produce un maggior livello qualitativo in termini di creatività, *problem solving*, proattività, senso di appartenenza e tutto questo si traduce in maggiori **peformance aziendali** e maggior **soddisfazione** per il team e per il singolo.

Obiettivi

Il webinar è una introduzione al modello, agli ingredienti che lo caratterizzano ed a come possono essere allenati ed integrati nel proprio stile di *leadership*.

Contenuti

- Cosa significa *Well Performance*.
- Origini del modello.
- Perché è importante lavorare su questi fattori.
- I principi cardine.
- *Best practices* e consigli.

Benefici attesi

Il webinar è pensato per quelle realtà che desiderano aprirsi al tema dell'*happiness at work* attraverso un approccio pragmatico. In un primo incontro di apertura e *overview*, è possibile avere una panoramica sui vari strumenti e approcci che si sono rivelati utili per introdurre ed allenare un cambiamento interno.

Destinatari

Manager e *team leader*, team di lavoro o allargato anche all'intera azienda.

Docenza

Anna Piacentini Da oltre 20 anni si occupa di processi formativi in azienda e nell'ultimo decennio si è impegnata sempre più verso tematiche di benessere e performance nelle organizzazioni.
Partendo dallo studio di sé stessi è possibile individuare le proprie leve e dinamiche interne così da auto-potenziarsi da un lato ma, soprattutto, comprendere anche le dinamiche delle persone con cui ci si interfaccia.
Dal 2017 porta in Italia il modello *Happiness at Work* attraverso il modello *well-performance* da lei elaborato come sintesi dei fattori e dei modelli che maggiormente influenzano l'effettiva efficacia e coesione dell'ambiente di lavoro.
Coach certificato dal 2016, oggi sta completando il percorso di certificazione come *Councelor* metodo *Voice Dialogue*.

LEADERSHIP EFFICACE

Ogni imprenditore e manager che guida una squadra deve saper fare due cose più di altre: sviluppare una propria **visione** e guidare gli altri verso la sua visione.
Tutto si basa su questi due *asset*. Se sai sviluppare una visione chiara di dove vuoi andare, di quali risultati vuoi ottenere, allora le persone ti seguiranno e ti riconosceranno come **leader credibile** autorevole, si fideranno di te e ti seguiranno. Un leader è un grande comunicatore che persuade le persone a seguirlo e le influenza positivamente nelle scelte da compiere.

Obiettivi

Il presente percorso formativo si propone di accompagnare i partecipanti in un processo di sviluppo che consentirà loro di:

- Sviluppare la propria capacità di guidare e gestire i collaboratori;
- Migliorare la propria capacità comunicativa;
- Implementare l'utilizzo della *leadership* situazionale.

Per agevolare gli imprenditori e i manager nello sviluppo della propria leadership utilizzeremo il modello della **leadership situazionale** che fornisce ai leader una struttura orientata all'azione che aumenta sia la quantità che la qualità delle conversazioni sulle prestazioni con i propri collaboratori. Il modello di *leadership* situazionale migliora significativamente le capacità critiche in modo che i leader possano sviluppare le loro persone e liberare il potenziale. Utilizzando uno strumento di valutazione, i partecipanti impareranno come il loro stile influenza i loro rapporti diretti e come aiutarli ad abbinare il proprio stile alle esigenze specifiche dei propri dipendenti.

Contenuti

LE QUALITÀ PER ESSERE LEADER:

- Introduzione alla *leadership*.
- Leadership "pizza": dinamica di gruppo o individuale.
- Le abilità di un leader per promuovere il cambiamento e l'innovazione.

LA LEADERSHIP SITUAZIONALE:

- Il modello della Leadership situazionale.
- I tuoi stili di leadership primari e secondari.
- Usare lo stile di leadership appropriato per la situazione.
- Applicare il modello al tuo lavoro.
- Pianificazione dell'azione personale.

LA COMUNICAZIONE

- Gli elementi del processo comunicativo.
- Gli assiomi della comunicazione.
- Canali della comunicazione (verbale, non verbale, para verbale).
- Le diverse capacità comunicative e l'efficacia dell'ascolto attivo.

Benefici attesi

Al termine del percorso i partecipanti sapranno:

- Gestire le dinamiche relazionali all'interno di un team di lavoro;
- Esercitare con successo la *leadership* situazionale.
- Sapersi interfacciare efficacemente coi collaboratori;
- Apprendere le basi e i principi della comunicazione.

Destinatari

Manager, imprenditori, Team Leader.

Docenza

Roberto Cajano fondatore di Società Italiana Coaching Aziendale (SICA); da più di 20 anni collabora con grandi aziende multinazionali inizialmente come consulente manageriale e poi come *business coach*. Come *Trainer* e *Coach* si impegna costantemente per portare la cultura delle alte prestazioni in azienda e lo fa attraverso i programmi di Società Italiana Coaching Aziendale.

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 Executive si svolgeranno in aula in presenza, in modalità 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 spedire l'apposito modulo di adesione tramite fax o e-mail. La scheda di iscrizione trasmessa 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. Per accedere al corso sarà necessario dare evidenza dell'avvenuto pagamento.

CONFERMA DEL CORSO

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

FINANZIAMENTI

Su richiesta, è possibile finanziare la partecipazione ai corsi attraverso l'utilizzo dei Fondi Interprofessionali (Fondirigenti e Fondimpresa). In tal caso occorre considerare il rispetto dei tempi previsti dall'istruttoria della tipologia di finanziamento selezionato dall'azienda. Consigliamo di contattarci ai recapiti forniti per analizzare nel dettaglio le condizioni dei singoli casi.

Romagna Executive Education
Business School

SEDI

SEDE DI RAVENNA

Via G. Barbiani 8/10 - 48122 Ravenna
Tel. 0544 210436
Fax 0544 34565
Email: ree@confindustriaromagna.it

SEDE DI FORLÌ-CESENA

Via Ravennate 959 - 47521 Cesena
Tel. 0547 632358
Fax 0547 632307
Email: ree@assoformromagna.it

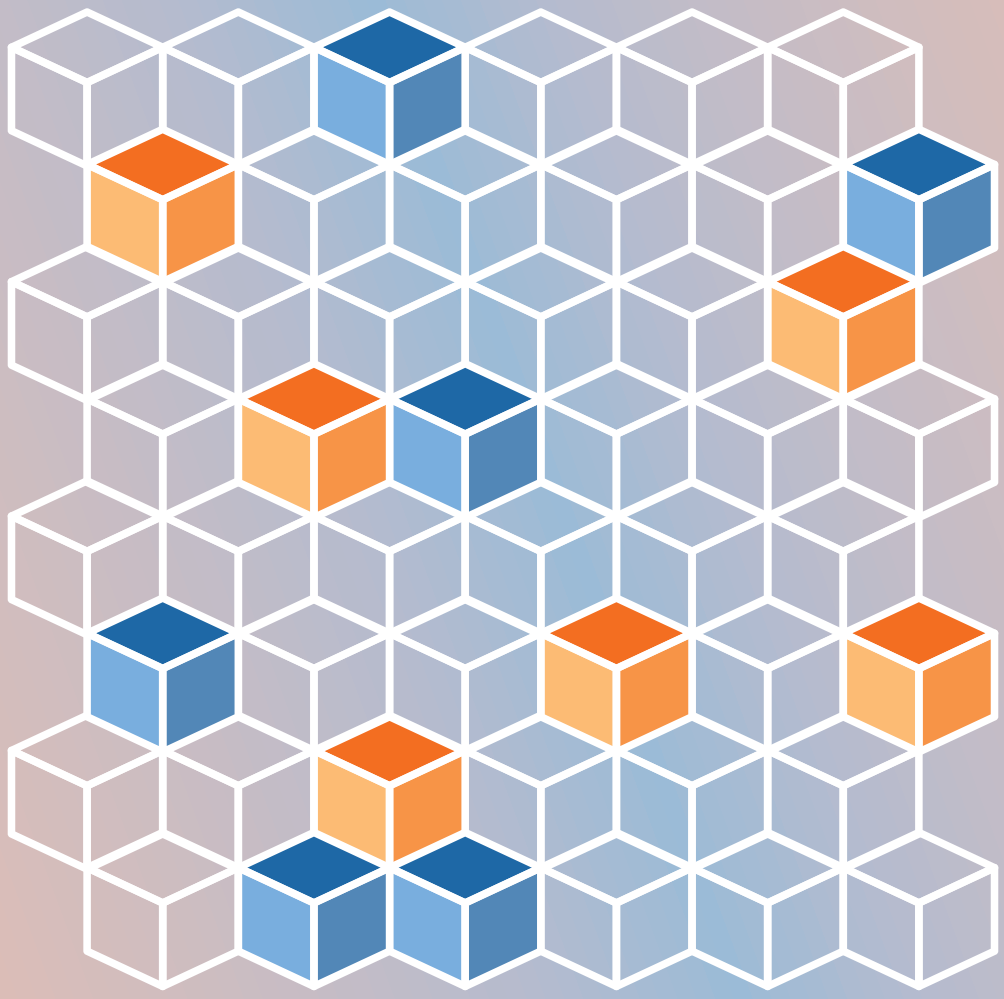
SEDE DI RIMINI

Via IV Novembre 37 - 47921 Rimini
Tel. 0541 352700
Fax 0541 782068
Email: ree@confindustriaromagna.it

ASSOFORM ROMAGNA
CONFINDUSTRIA ROMAGNA
IL SESTANTE ROMAGNA

SEDE DI
RAVENNA
SEDE DI
FORLÌ-CESENA
SEDE
DI RIMINI

Romagna Executive Education
Business School



ASSOFORM ROMAGNA

CONFINDUSTRIA ROMAGNA

IL SESTANTE ROMAGNA