

# CATALOGO CORSI

## ELENCO AREE DI ATTIVITÀ

AMMINISTRAZIONE AZIENDALE _____	pag. 3
COMUNICAZIONE _____	pag. 5
MANAGERIALE _____	pag. 8
MARKETING _____	pag. 13
VENDITA _____	pag. 17
SISTEMI ORGANIZZATIVI AZIENDALI _____	pag. 21
INFORMATICA _____	pag. 23
LINGUE _____	pag. 27

## **AMMINISTRAZIONE AZIENDALE**

L' amministrativa ed il controllo di gestione sono attività imprescindibili di qualsiasi impresa, sia essa unipersonale sia essa complessa con centinaia o migliaia di dipendenti, con il distinguo del caso.

La conoscenza dei processi che permettono di gestire, monitorare ed eventualmente prevenire gli andamenti economici dell'Azienda e la relativa gestione secondo le leggi vigenti e cogenti, rappresentano la base di una organizzazione che potrà prosperare: cosa sarebbe di un'attività, se pur ottima, se non adempisse agli obblighi, se non conoscesse le basi del controllo di gestione, se non attuasse un sistema di monitoraggio costante del proprio aspetto economico/finanziario?

Probabilmente in breve non ci sarebbe più alcuna attività da gestire!

I corsi che proponiamo hanno la caratteristica principale di essere adattabili a qualsiasi realtà, sono costituiti da tematiche valide in ogni situazione, potendo approfondire, elidere o aggiungere le parti dei programmi che meglio si adattano alle necessità del fruitore.

Naturalmente esistono percorsi completamente differenti da quelli esposti, che verranno appositamente realizzati a seguito di un incontro con la committenza, che ci fornirà gli elementi necessari a costruire, appositamente, quanto più ritenuto consono.

La metodologia didattica è dove possibile di carattere esperienziale, portando in aula esempi concreti realmente accaduti e confrontandoli con le attività vere vissute dai partecipanti durante la loro giornata lavorativa.

Esercitazioni e spiegazioni arricchiscono il contenuto espresso in aula, rendendo nel contempo più fruibili gli argomenti, che se proposti semplicemente con una metodologia frontale, rischierebbero di essere appresi con maggiore fatica.

### **ELENCO CORSI**

2

#### **Corso acquisti corso base: 16 ore**

##### **OBIETTIVO:**

Il corso ha lo scopo di istruire i partecipanti sulle competenze di base per potere operare all'interno di un ufficio acquisti strutturato. Al fine di ottenere tale risultato si forniranno metodologie e conoscenze per gestire le informazioni necessarie alla buona realizzazione del processo, interagendo in modo veloce ed efficace con altre funzioni aziendali, al fine di migliorare quantitativamente e qualitativamente il servizio ai clienti.

##### **DESTINATARI:**

Personale deputato alla gestione di processi di acquisto.

#### **Amministrazione del personale: 16 ore**

##### **OBIETTIVO:**

Aggiornare i partecipanti sugli argomenti riguardanti gli obblighi giuridici e amministrativi del servizio al personale e le tecniche per una appropriata applicazione del rapporto di lavoro in funzione delle normative vigenti e cogenti.

##### **DESTINATARI:**

Responsabili delle risorse umane, responsabili amministrativi.

#### **Gestione amministrativa del personale: 40 ore**

##### **OBIETTIVO:**

Il corso ha lo scopo di fornire gli elementi tecnici per una corretta gestione di tutta la parte documentale, inerente alle leggi vigenti e cogenti per quanto concerne il personale. Si analizzeranno anche gli aspetti concernenti le relazioni sindacali, intese come strutture con cui entrare in corretta relazione.

##### **DESTINATARI:**

Responsabili delle risorse umane, responsabili amministrativi.

**Bilancio di esercizio: durata da definire secondo il livello di approfondimento**

**OBIETTIVO:**

Il Bilancio è un riepilogo dove ex post rileviamo il risultato conseguito dall'impresa nella sua consistenza patrimoniale, attraverso la capacità di generare reddito. E' attraverso il bilancio, che è composto dallo stato patrimoniale, dal conto economico, dal rendiconto finanziario, dalla nota integrativa, che possiamo avere informazioni sulla solidità patrimoniale, reddituale e finanziaria, dell'impresa.

Le norme riferite al bilancio contenute nel codice civile comprendono la struttura, le caratteristiche e gli obiettivi del bilancio d'esercizio.

**DESTINATARI:**

Responsabili amministrativi, Amministratori di azienda, revisori dei conti

**Introduzione alla contabilità: 64 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso fornisce le informazioni necessarie per inserirsi nell'ambiente dell'amministrazione aziendale.

Si tratta di nozioni di base che consentiranno d'approcciarsi in maniera attiva e cosciente alle principali problematiche della contabilità. Il partecipante a fine corso dovrà essere in grado di trovare soluzioni a problematiche ordinarie in modo indipendente ed efficiente.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte le persone che senza avere studi specifici si trovano ad operare in contesti aziendali legati all'amministrazione e la contabilità, e necessitano di un percorso che in tempi ragionevolmente brevi li renda sufficientemente competenti.

**Contabilità corso base: 40 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso si propone di fornire gli strumenti di base per comprendere il mondo della contabilità. Partendo dagli elementi di ingresso quali i sistemi informativi, passando per i processi di tenuta di contabilità e per la contabilità generale, fino a giungere alle rilevazioni di primo esercizio

**DESTINATARI:**

Persone che operano nel settore della amministrazione delle aziende, che non hanno esperienza e devono approcciare le attività inerenti la contabilità generale.

**Contabilità approfondimenti: 36 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso ha lo scopo di approfondire argomenti legati alla contabilità, per apprendere quelle procedure corrette e gli ultimi aggiornamenti amministrativi che consentiranno ai partecipanti di gestire con sicurezza e tranquillità l'area amministrativa aziendale di competenza.

**DESTINATARI:**

Responsabili amministrativi, commercialisti, controllo di gestione.

**Controllo di gestione: 24-32 ore**

**OBIETTIVO:**

Attraverso questo corso si cercherà di dare risposte alle domande: come si analizzano i costi aziendali, come si determinano i centri di costo, come si calcola il fatturato di pareggio e di sicurezza, come si legge e redige un budget.....

Ogni argomento può ovviamente essere approfondito in base a esigenze particolari.

**DESTINATARI:**

Responsabili amministrativi, revisori dei conti, personale che opera in uffici amministrativi

**Gestione del credito: 20 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso ha lo scopo di approfondire argomenti legati alla gestione del credito, per apprendere quelle procedure corrette e gli ultimi aggiornamenti amministrativi che consentiranno ai partecipanti

di gestire con sicurezza e tranquillità l'area amministrativa aziendale di competenza. Vengono inoltre inseriti degli argomenti legati alla contabilità.

DESTINATARI:

Responsabili amministrativi, commercialisti, controllo di gestione.

## COMUNICAZIONE

Chi non si confronta quotidianamente con questa parola e con le sue infinite sfaccettature ed implicazioni?

E che non esistano formule o ricette magiche per comprenderne appieno il significato lo dimostra la sterminata letteratura al riguardo.

La difficoltà nel definirla, non ci autorizza però al ritiro, lasciando che la comunicazione sfugga al nostro pieno controllo.

La società, il mondo del lavoro e la realtà di ogni giorno ci costringono infatti a confrontarci con noi stessi e con gli altri e ci lanciano una sfida: comunicare meglio e di più!

Il passaggio dalla "visione" all'azione non è però garantito o indolore: numerosi ostacoli ed errori possono complicarci il cammino o addirittura bloccarci la strada.

Inoltre la moda e le suggestioni del momento portano, a volte, alla creazione di quello che potremmo definire un "Frankenstein" della comunicazione, un grottesco puzzle, inutile e in cui non ci si riconosce.

Ma cosa possiamo intendere dunque per Comunicare e come fare? Tra i molteplici significati del verbo e delle sue origini latine, ci piace scegliere questo:

"Cum-Munis"  
ovvero  
Costruire Insieme

4

Realizzare quindi e fortificare, facendo sì che tutti i soggetti coinvolti realizzino insieme un processo attivo di formazione e di crescita.

Costruire insieme significa, nel concreto della nostra proposta, costituire gruppi di lavoro, dove ciascuno dei partecipanti possa, aiutato dai docenti, portare il proprio contributo e riconoscersi in quello degli altri.

Comunicare è un lavoro serio, "su misura", che richiede etica, passione, sensibilità, tecnica ed esperienza.

Coltivare e dare spazio a questi valori è come noi di Multimediamente intendiamo raccogliere la sfida!

*"Il maggiore problema nella comunicazione è l'illusione che sia avvenuta"*  
G.B. Shaw

## ELENCO CORSI

### **Comunicazione Base: 16 ore**

OBIETTIVO:

Un corso di approccio alla comunicazione efficace offre una serie di opportunità per i partecipanti e per l'azienda in sintesi quali il valorizzare le proprie modalità comunicative e aggiungerne di nuove, sperimentare modalità comunicative a misura dell'interlocutore e attente al risultato, rendere la comunicazione più facile e soddisfacente per sé e per l'Organizzazione tramite l'attenzione alla relazione interpersonale, infine ricavare informazioni e indicatori per organizzare un piano strutturato e completo delle necessità formative relative alle competenze soft e trasversali, legandole ad obiettivi tecnici e di performance in Azienda

DESTINATARI:

I destinatari sono figure trasversali a tutta l'azienda, in quanto il processo di comunicazione coinvolge tutte le figure che interagiscono in un determinato contesto.

**Comunicazione approfondimento: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso ha lo scopo di aggiornare i partecipanti, già esperti di tecniche di comunicazione, su argomenti importanti per un'interpretazione del proprio ruolo ancora più consapevole. Un percorso di carattere esperienziale che passando attraverso i temi classici della comunicazione, vuole in realtà trasmettere competenze superiori per una gestione sempre più complessa della comunicazione interpersonale e tra organizzazioni diverse.

**DESTINATARI:**

Figure commerciali, amministratori d'azienda, figure marketing.

**Processi di comunicazione: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso è rivolto a tutti coloro che all'interno dell'azienda sono in frequente contatto con altre funzioni aziendali; in particolare si cercherà di migliorare le capacità di comunicare a più vie, orientando le proprie capacità in funzione dell'interlocutore. Verranno offerti strumenti che consentano di affinare la gestione dei propri collaboratori e colleghi, supportando i manager nella risoluzione dei conflitti.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutti coloro che lavorano costantemente a contatto con vari interlocutori in azienda, spesso con funzioni differenti dalla propria, o che necessitano di gestire gruppi di lavoro con dinamiche complesse.

**Tecniche di presentazione: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso fornisce gli accorgimenti utili ad ottenere più partecipazione, convincimento ed efficacia nel trasmettere proprie idee e proposte e si rivolge a chi svolge mansioni che richiedono di relazionarsi a pubblici interni o esterni. Saper comunicare tenendo conto non solo dei contenuti, ma anche delle caratteristiche del messaggio, della sua visualizzazione, della tipologia dell'interlocutore (sia esso una persona singola, un collaboratore, un superiore, un cliente, un utente di un servizio, piuttosto che un vasto uditorio), fa ottenere i risultati attesi più rapidamente di qualsiasi altro fattore.

**DESTINATARI:**

Le persone che normalmente incontrano molti interlocutori, sia che si tratti di funzioni commerciali che di rappresentanza, che devono gestire non solo interlocutori singoli ma anche seminari e riunioni.

**Comunicazione interaziendale: 20 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso ha lo scopo di migliorare le capacità di comunicare a più vie, orientandole in funzione dell'interlocutore. Si svilupperà inoltre un modulo sull'acquisizione delle conoscenze e degli strumenti necessari alla valorizzazione delle proprie capacità manageriali, nonché del proprio ruolo di leader e del proprio stile di leadership. Accanto alle proprie competenze verranno offerti strumenti che consentano di affinare la gestione dei propri collaboratori, supportando i manager nella risoluzione dei conflitti.

**DESTINATARI:**

Il corso è rivolto a tutti coloro che sul lavoro sono in frequente contatto con altre figure aziendali e con persone di altre organizzazioni, contatti la cui prerogativa non è specificamente commerciale bensì a livello relazionale.

**Comunicazione scritta. 8 ore**

**OBIETTIVO:**

Principale obiettivo del presente corso è quello di fornire le conoscenze basilari per l'utilizzo della scrittura in ambito lavorativo, nella fattispecie tra azienda e partner commerciali. In particolare, si affrontano temi di quotidianità nella vita lavorativa in un'azienda: contatti, offerte, gestione ordini, reclami, consegne, trasporto, pagamento ecc.

**DESTINATARI:**

Il corso è rivolto a tutte le persone che costantemente comunicano attraverso e-mail vogliono apprendere le tecniche che consentono di avere maggiore efficacia ed incisività nei proprio scritti.

**Gestione della comunicazione nelle riunioni: 32 ore**

**OBIETTIVO:**

Durante incontri e riunioni ci troviamo spesso ad esporre idee, opinioni, concetti, relazioni, progetti e altro ancora. Gli obiettivi generali possono essere diversi: informare, spiegare, persuadere, sollecitare...

Solamente tenendo in grandissimo conto e comprendendo il gruppo di persone che sta di fronte noi come relatori/comunicatori saremo in grado di ritagliare con la massima precisione il "cosa" dire ed il "come" dirlo.

Le tecniche di comunicazione diventeranno così un supporto finalizzato e quindi efficace.

**DESTINATARI:**

Le persone che abitualmente gestiscono riunioni, presentano progetti o risultati di attività svolte, che intervengono in conferenze o devono presentare la propria azienda a partner e clienti.

**La comunicazione al telefono: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso si rivolge a chi a chi si interfaccia quotidianamente con un mercato composto da clienti sempre più esigenti e sempre meno disponibili, abituali a confrontare i servizi ricevuti e a scegliere di volta in volta i migliori. Per soddisfare le esigenze di un Cliente, occorre personale capace di stabilire un efficace rapporto telefonico basato su competenza, stile e cortesia, per trasmettere l'immagine aziendale desiderata. Spesso il personale che svolge queste attività non è preparato e motivato per dare un servizio efficace. Il corso consente di comprendere aspetti caratteristiche del processo di comunicazione interpersonale, sviluppare schemi strutturali di comunicazione telefonica, migliorare l'uso del telefono come strumento di vendita, imparare ad avviare e gestire un'operazione di telemarketing.

**DESTINATARI:**

I partecipanti sono tutte quelle persone che in ingresso o in uscita hanno un'attività di lavoro costantemente attuata attraverso lo strumento telefonico. Secondo dei gruppi di persone che si andranno a formare (commerciali, customer care, centralini...) si accentueranno i punti dei contenuti sotto riportati.

**Formazione Formatori: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso ha il principale obiettivo di creare nuove competenze negli attuali trainer aziendali, soprattutto in termini di capacità-comportamenti e di tecniche di gestione ed attrazione dell'aula. E' previsto inoltre un percorso legato alla condivisione degli obiettivi, dei core values aziendali, nonché dei comportamenti in azienda.

**DESTINATARI:**

Le persone che in azienda sono deputate alla formazione del personale, sia per quanto concerne specifiche tecniche, sia per la parte di mission, valori e comportamenti.

## FORMAZIONE MANAGERIALE

Il termine Manageriale indica senza tema di smentita tutto quell'universo di azioni, scuole di pensiero, formazione, che hanno come centro l'agire dell'uomo.

Nella fattispecie in ambito lavorativo il 'manager' è colui che opera attraverso la conduzione di altre persone, quindi un gestore di risorse, per usare un termine sicuramente inflazionato ma che ben rende il concetto.

Un buon Manager deve essere quindi una persona in grado di canalizzare i potenziali dei propri collaboratori, al fine di raggiungere lo scopo dell'organizzazione per cui lavora.

Esistono molti stili manageriali, nessuno dei quali può ritenersi migliore di altri, anzi, secondo degli ambienti e delle persone sarà necessario utilizzare stili differenti, sapere leggere nelle persone con cui si collabora, analizzare il momento storico, definire la collocazione dell'attività svolta dalla propria organizzazione.

I percorsi che suggeriamo sono, come per tutte le aree di formazione di cui ci occupiamo, da considerare come spunti per costruire e personalizzare l'intervento all'interno dell'Organizzazione che reputa importante fornire degli strumenti alle proprie persone, affinché possano meglio operare nel contesto di riferimento.

Ci rivolgiamo pertanto a tutte quelle persone che ricoprono ruoli di gestione e necessitano di confrontarsi con esperti consulenti che portando esempi di altre realtà, ma soprattutto lavorano per fare emergere la realtà in cui i partecipanti operano, per fornire loro quegli strumenti idonei a meglio interpretare il proprio ruolo..

In quest'ottica, il consulente non si pone come un dispensatore di saggezza, con formule e rituali da imporre all'aula, bensì come un catalizzatore di energie che permette, rimanendo esterno al processo, di attivare una reazione positiva che nel tempo condurrà i partecipanti ad avere un ruolo attivo e consapevole, restando nel proprio ambito ed evitando di introdurre processi alieni all'Organizzazione che finirebbero per non essere applicabili.

**7**

### ELENCO CORSI

#### **Assistente alla pianificazione strategica: 24 ore**

##### **OBIETTIVO:**

L'evoluzione del sistema socio economico italiano ed internazionale richiedono, da parte degli imprenditori, una sempre maggior capacità di previsione e di adattamento agli scenari che vedono protagonisti i mercati di riferimento (tanto per acquisti quanto per le vendite). E' necessario, pertanto, che, soprattutto il piccolo e medio imprenditore, basino il proprio processo decisionale sempre più su strategie e sempre meno sull'istinto. Il passaggio dall' "Istinto" alla strategia pone l'imprenditore nell'imprescindibile necessità di disporre di risorse che lo coadiuvino nella fase di elaborazione del business plan, definizione e stesura del budget e analisi degli scostamenti. Inoltre si dovrà raggiungere la competenza necessaria a comporre una redazione del reporting tanto economico quanto patrimoniale, la determinazione delle soluzioni finanziarie più adatte al raggiungimento degli obiettivi prefissati e la ricerca di percorsi adeguati ad accedere alla finanza agevolata.

##### **DESTINATARI:**

Neolaureati o persone con esperienza aziendale legata ai processi gestionali e decisionali che dovranno lavorare come assistenti di imprenditori; responsabili di funzione aziendale e consulente junior di direzione

**Capi Progetto: 40 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso ha la funzione di fornire gli elementi di base affinché i fruitori possano elaborare strategie atte alla creazione e gestione di progetti inseriti nella strategia dell'azienda a cui appartengono. L'approccio che ne consegue è multidisciplinare, in quanto vengono studiati e sperimentate tutte le fasi, da quella tecnica a quella comportamentale, che costruiscono un vero capo progetto.

**DESTINATARI:**

tutte le persone che devono occuparsi della gestione di progetti e non hanno esperienza sufficiente o si trovano di fronte a progetti innovativi, che richiedono una revisione delle proprie capacità manageriali.

**Dalla Leadership alla delega: 72 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso ha l'obiettivo di acquisire le conoscenze e gli strumenti necessari alla valorizzazione le proprie capacità manageriali ed il proprio ruolo di leader e stile di leadership. Per valorizzare le competenze delle persone verranno offerti strumenti che consentano di affinare la gestione dei propri collaboratori, supportando i manager nella risoluzione dei conflitti tra i collaboratori. Per raggiungere queste competenze, il corso è sviluppato in più moduli, di durata variabile.

**DESTINATARI:**

Il corso è rivolto a coloro che rivestono funzioni di coordinamento e gestione di Risorse Umane, in cui può essere importante la comunicazione interpersonale; la propria leadership creare un forte "spirito di squadra" per raggiungere gli obiettivi

**Gestione dei collaboratori nei punti vendita: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso permetterà ai partecipanti di acquisire le competenze necessarie a gestire i collaboratori nei punti vendita. In particolare si insisterà sulla capacità di delega e di dare feed back, positivi e negativi, oltre che a fornire gli strumenti per l'individuazione dei punti di forza e di miglioramento delle persone gestite. Infine, verranno dati gli elementi utili alla condivisione delle strategie aziendali e la comunicazione verso i collaboratori.

**DESTINATARI:**

Addetti alle vendite in negozi e grande distribuzione; capi reparto e responsabili di negozio.

**Gestione del cambiamento: 16-32 ore**

**OBIETTIVO:**

A fronte di cambiamenti di mercato, strategia o azionariato, spesso si verificano situazioni di difficoltà e sofferenza di risultato tra le persone che lavorano in Azienda. Traghetare con coinvolgimento da una posizione conosciuta ad una nuova realtà le Risorse Umane permetterà un duplice risultato: un miglioramento del clima generale ed una maggiore collaborazione interna. Sulle figure di maggiore responsabilità e/o di gestione del personale, il corso permetterà l'acquisizione della capacità di trasmettere il coinvolgimento e gli obiettivi generali e di alimentare la motivazione delle persone in tale cambiamento. Il risultato finale dovrà essere un nuovo "comportamento" delle persone in azienda.

**DESTINATARI:**

Il corso è rivolto alle figure aziendali che ricoprono cariche di responsabilità e/o di Gestione delle Risorse Umane.



**Gestione del tempo e dello stress: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso ha l'obiettivo di migliorare, attraverso l'esplicitazione di alcune competenze ed atteggiamenti, la gestione del tempo e dello stress, dando ai partecipanti strumenti che permettano una migliore approccio non solo alle proprie attività lavorative ma anche ai propri stati psicofisici.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutti coloro che devono gestire il proprio tempo a fronte di un sempre maggior carico di lavoro e che pertanto devono sapere individuare le priorità e focalizzare le proprie risorse verso gli obiettivi aziendali più strategici.

**La motivazione: 8-16 ore**

**OBIETTIVO:**

In un periodo sempre più complesso che vede le persone in situazioni disagiate, nella vita privata ed in quella lavorativa, trovare gli stimoli per essere comunque efficaci ed efficienti è veramente difficile. Da anni ormai è risaputo che non basta lo stimolo economico per rendere le persone migliori dal punto di vista del rendimento, ma sono le politiche non economiche che rendono l'ambiente di lavoro appagante a generare più risultati, oltre che l'impiego di benefit non economici (formazione, orario elastico, telelavoro...).

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte le persone, senza distinguo di età o ruolo ricoperto in azienda.

**Come motivare: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso Motivazione in Azienda si propone di sviluppare le capacità direzionali delle persone che ricoprono incarichi di responsabilità e gestione delle risorse umane: infatti la situazione del lavoro attuale implica che per ottenere i risultati è necessario che il manager sia sempre meno autoritario e sempre più autorevole.

La motivazione è una leva che consente di sviluppare il senso d'appartenenza e la coesione verso il raggiungimento degli obiettivi sia strategici sia di periodo. Tale leva riguarda più la sfera della gratificazione psicologica e di gradiente che quella economica.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a persone che ricoprono ruoli di responsabilità e gestione sulle risorse umane.

**La selezione del personale: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

Acquisizione di conoscenze specifiche finalizzate alla gestione del processo di selezione dalla fase di analisi della posizione e definizione del profilo professionale, alla fase di scelta del candidato idoneo da inserire nel contesto organizzativo.

Apprendimento di tecniche di analisi volte alla definizione del profilo professionale; di tecniche e strumenti di recruitment; di strumenti e approcci metodologici finalizzati alla raccolta delle informazioni oggetto della successiva valutazione – con un focus particolare sulla tecnica del colloquio e dell'intervista di selezione; di tecniche per la valutazione e la stesura del profilo professionale selezionato.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte quelle persone che si occupano di ricerca e selezione all'interno del contesto aziendale o che operano nell'ambito dell'Ufficio del Personale

**L'intervista di selezione: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Acquisizione di conoscenze specifiche finalizzate alla gestione dell'intervista di selezione, avente come oggetto di indagine i fattori comportamentali trasversali alle diverse posizioni professionali, al fine di garantire un buon livello di predittività dell'attivazione, da parte del candidato, di comportamenti idonei all'ottimale copertura del ruolo di riferimento.

Apprendimento del sistema delle competenze; del modello di intervista semi-strutturata; della gestione della relazione in ambito di colloquio di selezione; di tecniche per la valutazione e la stesura del profilo professionale selezionato.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte quelle persone che si occupano di ricerca e selezione all'interno del contesto aziendale o che operano nell'ambito dell'Ufficio del Personale

**L'assistente di direzione. 16 ore**

**OBIETTIVO:**

La finalità del seminario consiste nell'incrementare il livello di consapevolezza relativamente alle aree di responsabilità, alle competenze e alle attività che vengono richieste al ruolo di assistente di direzione dalle attuali strutture organizzative, affinché possa.

A tal proposito si intendono fornire tecniche adeguate, sia in termini di pianificazione e organizzazione delle attività sia in termini di comunicazione e gestione efficace delle relazioni, affinché l'assistente di direzione possa svolgere in modo efficace ed efficiente il suo ruolo di supporto al manager nonché agire in sintonia con - e verso il conseguimento degli - obiettivi dell'ufficio di riferimento e in senso lato dell'azienda.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte quelle persone che occupano posizioni di supporto al manager, impiegati con mansioni di segreteria, addetti al front office.

**Principi di organizzazione aziendale: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

il percorso formativo sarà finalizzato a fornire una panoramica delle metodologie di analisi di intervento sui processi organizzativi nell'intento di migliorare il leadtime e di incrementare la produttività aziendale attraverso un aggiornamento sugli argomenti non strettamente connessi con i settori/categorie, ma per un'interpretazione del ruolo del futuro.

**DESTINATARI:**

Le persone che in azienda occupano ruoli di responsabilità su progetti, gruppi di persone, pianificazioni di attività, in cui occorre, oltre alla competenza tecnica, approfondire le conoscenze di processo che porteranno al risultato.

**Problem Solving: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Scopo principale è acquisire tecniche e metodologia finalizzate a stimolare la creatività e il raggiungimento di specifici obiettivi di gruppo: La creatività è intesa come tecnica, metodo e processo nell'attività quotidiana. Pertanto si giungerà a vedere il processo di problem solving come tecnica per prendere decisioni e migliorare la capacità di comunicare le decisioni creando il consenso.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte quelle persone che occupano posizioni di responsabilità all'interno dei processi aziendali.

**Project management: 32 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso è finalizzato a dare una strutturazione ai processi di soluzione e di raggiungimento dei risultati a team di progetto. I progetti aziendali tendono ormai a coinvolgere più persone di più reparti, anche fuori da logiche di tipo gerarchico. Per far sì che il progetto possa avere successo è necessario che ci sia una logica strutturata di gestione del progetto, in termini di tempo, contenuti, ruoli nel progetto, obiettivi da raggiungere e strumenti di comunicazione condivisi. Accanto a tale obiettivo primario, si forniranno gli strumenti per un miglior "gioco di squadra", nonché di tecniche di problem solving, al fine di facilitare l'applicazione del processo di project management.

**DESTINATARI:**

Il corso è rivolto a tutte le persone che sono chiamate a gestire e partecipare a progetti di gruppo.

**Qualità in azienda: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Obiettivo del corso sul valore della qualità sul luogo di lavoro è quello di fornire la sensibilità necessaria a comprendere le dinamiche qualitative nell'ambito di riferimento. In particolare, si affrontano temi di quotidianità nella vita lavorativa nell'azienda presso cui si opera: relazione, impostazione del lavoro, processi, ruoli, ecc. Un particolare riguardo è rivolto al miglioramento degli aspetti della strategia e della competenza.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a persone che ricoprono ruoli di responsabilità e gestione sulle risorse umane.

**Responsabili del magazzino: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

Il percorso ha l'obiettivo di ridurre la dispersione di risorse che generalmente avviene per bassa integrazione delle stesse, creando responsabili di magazzino in grado d'evidenziare adeguata leadership, al fine di ottimizzare le risorse, siano esse umane (valorizzazione commerciale ed organizzativa degli addetti) o tecnologiche (italianizzazione dei circoli della qualità nipponici) o infine finanziarie (il magazzino = 30% degli interessi passivi su debiti di funzionamento)

**DESTINATARI:**

Responsabili di magazzino, persone che operano costantemente in ambienti di stivaggio e movimentazione merci.

**Team Building: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

il corso sviluppa le abilità del Responsabile di Funzione nel gestire la relazione capo-collaboratore-team: l'obiettivo principale è quello di fornire strumenti e competenze in ambito gestione dei gruppi di lavoro. La comunicazione, l'atteggiamento, le conoscenze, sono la base per consentire l'attivazione di dinamiche efficaci all'interno di gruppi compositi che hanno obiettivi comuni.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutti coloro che rivestono funzioni di coordinamento e gestione di Risorse Umane, in cui può essere importante creare un forte "spirito di squadra" per raggiungere gli obiettivi.

**Team Working: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

il corso di team working sviluppa la dinamica del comportamento/capacità tra colleghi. Si tratta di una interrelazione fondamentale affinché gli obiettivi aziendali, oltreché condivisi, vengano raggiunti. Infatti solo un team molto unito (funzionalmente, e non necessariamente a livello personale) può raggiungere i risultati prefissati, con il contributo di ciascun membro, ciascuno per le proprie responsabilità, capacità ed abilità.

**DESTINATARI:**

I partecipanti non necessariamente costituiscono team già esistenti (cosiddetti team strutturali), ma possono appartenere a funzioni aziendali completamente diverse che non operano all'interno della stessa area/dipartimento, ma che per necessità ed obiettivi (cosiddetti team funzionali) hanno occasione, più o meno frequente di interagire e collaborare.

## IL MARKETING

Le aziende sono come gli imperi: riescono a mantenersi in vita solo se sono capaci di trasformarsi con il contesto in cui sono inserite. Il paradigma della sopravvivenza declina l'evoluzione in ogni cellula del business. In un'era come l'attuale ove si cerca di uscire da una crisi mondiale il non evolversi sarebbe letale. La parola d'ordine della moderna competizione è "anticipare i cambiamenti".

Occorre premiare l'intuizione rispetto alla deduzione, premiare l'intelligenza rispetto alla logica. In altre parole, applicare il nuovo marketing strategico che coniuga l'analisi preliminare e strutturata con il supporto creativo. Il primo passaggio per porre in essere ciò è quello di sintetizzare realtà complesse in uno scenario di immediata comprensione, ma anche capace di evidenziare le differenze salienti. Questa elaborazione è alimentata da:

- un'analisi dei fattori chiave dello sviluppo atteso
- dei modelli che determinano il mercato dei consumi, dei servizi e dei "valori" connessi
- disamina della situazione dei competitors

Segue che il marketing strategico ha bisogno anche dei corretti ed opportuni sistemi di misurazione e valutazione delle singole attività poste in essere. E' essenziale riuscire a capire quanto, per esempio, un'azione promozionale abbia impatto sul livello delle vendite, sulla marginalità, sulla visibilità dell'azienda, sulla quota di mercato e sulla soddisfazione del cliente finale. Misurare sempre il rapporto di causa ed effetto.

Tutti i corsi di formazione proposti hanno come obiettivo base il perseguire questa impostazione metodologica e cercano di togliere d'impaccio l'imprenditore che spesso si pone i seguenti due quesiti: 1) è proprio necessario adottare la nuova visione di marketing strategico oppure le decisioni da assumere ed i problemi da risolvere possono essere gestiti in un altro modo?; 2) avendo scarse risorse, è più utile effettuare un investimento in tal senso o verso altri strumenti, magari, all'apparenza, più "immediati"?

Per poter rispondere in modo obiettivo a queste due quesiti occorre riflettere su quali siano le fonti del vantaggio competitivo di una impresa. Se per anni è stata radicata la convinzione che tali fonti fossero da reperire nella posizione dell'impresa all'interno di un settore o di un gruppo strategico le cui caratteristiche strutturali lo rendessero particolarmente attrattivo ( Porter ), ossia in grado di garantirne ritorni sugli investimenti superiori alla media, ultimamente l'attenzione si è spostata più all'interno dell'azienda, arrivando a sostenere che le fonti del vantaggio competitivo risiedono nel suo patrimonio di risorse e di competenze. Guidare queste risorse e competenze è il compito principale che ci siamo prefissi.

Inoltre, la conoscenza di marketing svolge un ruolo fondamentale nel qualificare il più generale orientamento al mercato dell'impresa le cui caratteristiche peculiari sono:

- a) utilizzo della cultura aziendale
- b) ottimizzazione delle risorse
- c) determinazione dei sistemi operativi che permettono il funzionamento delle attività di marketing
- d) coinvolgimento del personale aziendale non in modo occasionale, ma secondo un continuum di processo

Nell'attuale visione del marketing management, appunto, le attività andrebbero condotte all'interno dell'organizzazione d'impresa in un'ottica integrata con altre attività informative così da designare il cosiddetto sistema informativo di marketing. Il lavoro di team è dunque essenziale affinché l'impresa ponga in essere progetti che generino successo. Il marketing non è più confinato nel solo proprio ambito, ma è una scienza che ora diventa:

1. multidisciplinare
2. strumentale in quanto di ausilio ad altri settori aziendali
3. intersoggettivo in quanto la soluzione dei problemi passa attraverso la necessaria suddivisione del lavoro da compiere in funzione del livello di specializzazione e di know how richiesto.

I corsi di formazione adeguano le varie professionalità attraverso non solo nuove “cassette degli attrezzi”, ma soprattutto con la capacità organizzata di catturare le nuove visioni. Volendo formalizzare, secondo canoni teorici abituali, questo necessario ampliamento degli orizzonti “culturali” di chi è coinvolto nei processi di marketing, possiamo mettere in luce una dimensione orizzontale ed una verticale: la prima concerne l’interessamento generale che costui dovrebbe avere verso altri campi del sapere forieri di contributi utili al marketing management; la seconda concerne, invece, il necessario approfondimento delle conoscenze nei singoli strumenti di lavoro come possono essere le tecniche di statistica o come i temi della brand equity o della fidelizzazione del cliente.

### **ELENCO CORSI**

#### **Customer service: 16 ore**

##### **OBIETTIVO:**

Il corso si propone di fornire gli strumenti per gestire con efficienza le relazioni con i clienti, sia potenziali che acquisiti, supportando le strutture commerciali nella gestione dei propri clienti. Attraverso la pianificazione delle attività commerciali e di marketing in modo strutturato e organizzativo si può arrivare ad avere il controllo delle attività svolte dalla rete vendita sui clienti, quindi gestire i reclami in modo organizzato. La parte riguardante gli strumenti informatici fornisce delle indicazioni che consentono di omogeneizzare il processo ed il flusso dei reclami dall’arrivo alla risoluzione.

##### **DESTINATARI:**

Responsabili Vendite; Responsabili Customer service e call center, coordinatori Vendite

#### **Definizione e controllo dei prezzi: 64 ore**

##### **OBIETTIVO:**

La politica di prezzo rappresenta un insieme articolato e complesso di decisioni e le cui conseguenze si irradiano, ampie e profonde, su molteplici aspetti della gestione dell’impresa. Dalle decisioni circa il prezzo di vendita di prodotti / servizi dipendono non solo i margini di contribuzione e la redditività aziendale, ma anche il posizionamento percettivo dei prodotti, del brand e non ultimo le relazioni competitive e la vulnerabilità stessa dell’impresa. Progettare con gli strumenti ad hoc la corretta politica di prezzo è lo scopo del corso.

##### **DESTINATARI:**

Dalla Direzione Generale ai responsabili commerciali-marketing, dalla forza vendita alla amministrazione e a chi, in azienda, gestisce la logistica distributiva.

#### **Fidelizzazione del cliente. 32 ore**

##### **OBIETTIVO:**

In questo corso vengono sviluppate le tematiche relative al post vendita e alla creazione della cultura dell’assistenza al cliente: l’obiettivo è quello di potenziare e sviluppare la rete dei clienti tramite una relazione comunicativa efficiente e funzionale.

##### **DESTINATARI:**

Venditori e tutto il personale aziendale che mantiene rapporti con i clienti.

#### **Il lancio di nuovi prodotti: 80 ore**

##### **OBIETTIVO:**

E’ obiettivo di questo corso dimostrare come la ricerca di marketing possa sostenere e contribuire a facilitare il processo di sviluppo di nuovi prodotti / servizi. Si tratta di uno scopo ambizioso: si parte dalla necessità di interpretare correttamente i desideri dei clienti fino ad arrivare alla massimizzazione della soddisfazione di quest’ultimo. Il percorso illustra anche come sia possibile ridurre al massimo la durata del processo di sviluppo di un nuovo prodotto

##### **DESTINATARI:**

Responsabile e/o operatori che in Azienda sono coinvolti nella produzione, settore commerciale – marketing. Dallo staff della produzione ai product manager ed alla forza vendita, dal responsabile marketing agli addetti al marketing operativo agli operatori logistici.

**Marketing Corso Base: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Scopo di questo percorso formativo è quello di far comprendere i meccanismi dell'integrazione tra lo spirito del marketing e la pratica della pianificazione per ottimizzare la gestione del settore commerciale. Il contenuto di questo corso è strutturato in modo tale da garantire la continuità tra riflessione di marketing e l'azione commerciale. Gli strumenti e i metodi d'analisi sono stati strutturati in modo da poter essere adattati a casi particolari presentati dai partecipanti.

**DESTINATARI:**

I partecipanti sono persone che ricoprono posizioni di responsabilità nel settore commerciale e devono identificare i fattori chiave del marketing operativo per tradurli in una pianificazione ottimale.

**Marketing corso intensivo: 48 ore**

**OBIETTIVO:**

Scopo di questo percorso formativo è quello di approfondire i meccanismi del marketing e permettere ai partecipanti di utilizzare degli strumenti sempre più raffinati, che gli consentano un approccio metodico e competente. Oltre a lavorare sulle conoscenze tecniche, si vedrà come elaborare delle strategie di marketing e pianificare campagne e attività per l'azienda.

**DESTINATARI:**

I partecipanti devono avere una buona preparazione sui principi e le regole del marketing, prevalentemente occuperanno posizioni di rilievo nella strategia aziendale e presiederanno uffici dediti allo sviluppo del prodotto ed al suo posizionamento nel mercato.

**Marketing e vendite: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso offre all'area Vendite una visione completa della strategie di marketing, attraverso la condivisione e gli approcci al mercato, la conoscenza dei principi di marketing strategico e marketing operativo. Creare e gestire il database clienti in un'ottica di azioni di marketing

**DESTINATARI:**

I partecipanti sono persone che ricoprono posizioni di nel settore commerciale e devono migliorare le loro competenze nella conoscenza della vendita e posizionamento del prodotto che trattano.

**Marketing integrato: 68 ore**

**OBIETTIVO:**

La globalizzazione dei mercati, l'evoluzione del commercio via web e la situazione economica mondiale hanno contribuito a far assumere alla funzione marketing una rilevanza sempre maggiore in tutti i settori merceologici. Le tecniche di marketing potevano essere in passato esclusivo appannaggio della Direzione e dei commerciali, oggi è di vitale importanza la diffusione del marketing, soprattutto quello interno, a tutti i livelli funzionali dell'Azienda. Le persone competenti rendono l'azienda vincente perché sa consolidare le nicchie del proprio mercato di riferimento e i dipendenti sono interpreti delle politiche e delle strategie aziendali. Alla luce di queste riflessioni è stato progettato un corso integrato di marketing che si articolerà in tre moduli formativi.

**DESTINATARI:**

Tutte quelle persone che in azienda concorrono in diversa misura al processo decisionale di posizionamento sul mercato.

**Marketing internazionale e gestione degli eventi: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso offre gli strumenti per interpretare i comportamenti dei consumatori, con particolare attenzione al mercato internazionale. Questo consente agli operatori di settore di avere la conoscenza dei mercati esteri al fine di intraprendere iniziative promozionali su tali mercati. Venire a conoscere le tecniche di organizzazione e gestione degli eventi nel settore di riferimento risulta fondamentale: in particolare fiere e manifestazioni di rilevanza internazionale. Infine parlerà degli

strumenti di marketing operativo e di comunicazione per la diffusione del prodotto Italia nei mercati esteri, attraverso un modo di pensare innovativo il mercato creando vantaggi competitivi nuovi.

DESTINATARI:

Responsabili Marketing, Product Manager, Responsabili Comunicazione.

## **Ricerche di mercato: 128 ore**

OBIETTIVO:

La valutazione delle performance competitive di una azienda rappresenta una fase centrale del processo di decision making poiché costituisce il presupposto del processo di apprendimento manageriale che porta a riconfermare o a rivedere le decisioni passate. Uno dei principali problemi di tale processo è quello di individuare validi indicatori in grado di rappresentare in modo esaustivo i risultati competitivi e di segnalare in tal modo l'esigenza di ridefinire le politiche aziendali. Il corso risponde a queste esigenze.

DESTINATARI:

Dalla Direzione Generale ai responsabili commerciali-marketing, dalla forza vendita a chi in azienda si relaziona con i canali distributivi e con il cliente finale.

## **Segmentazione del mercato: 64 ore**

OBIETTIVO:

Una delle dimensioni più critiche nella definizione delle linee strategiche di un'attività imprenditoriale è sicuramente l'identificazione e la selezione dei "gruppi di clienti" da servire. L'approccio moderno di segmentazione è ben diverso da quello applicato tradizionalmente dalle aziende: i clienti non hanno più un'unica identità ma rappresentano diversi mondi trasversali. Capire le nuove tecniche di individuazione dei "profili" cliente e le modalità d'agire affinché si possa porre sul mercato un set di prodotti caratterizzati da un corretto posizionamento è lo scopo del corso.

DESTINATARI:

Responsabile e/o operatori che in Azienda sono coinvolti nel settore commerciale – marketing. Dai product manager alla forza vendita, dal responsabile marketing agli addetti al marketing operativo.

15

## **LA VENDITA**

La maggior parte del successo commerciale odierno è basato sulla soddisfazione del cliente nel lungo periodo, che dà luogo al riferimento positivo verso altri clienti ed a transazioni commerciali ripetute nel tempo.

Se la vendita rappresenta la conclusione naturale del processo produttivo e fornisce valore aggiunto all'Azienda, il saper gestire gli strumenti necessari per la pianificazione, l'organizzazione e la valutazione della operatività di sé come venditore rappresentano il primo tassello organizzativo/funzionale per aumentare l'efficacia della propria professionalità. Il passaggio successivo è quello di costruire la relazione col cliente per portarlo verso un acquisto soddisfacente e motivato che si ripeta nel tempo e rappresenti una fidelizzazione forte e radicata.

Oggi la vendita non si esaurisce solo con la messa sul mercato un prodotto o un servizio se pur ottimi, ma anche nel proporre l'immagine dell'azienda, come garanzia del prodotto stesso.

La vendita nel mercato attuale è in continua evoluzione: le abitudini dei consumatori diventano sempre più selettive, precise e personalizzate.

Per chi gestisce la vendita questo significa trovare le soluzioni più vicine al mondo dei consumatori, gestire le differenti modalità di uso dei prodotti, saper entrare nel mondo dei valori dei propri clienti e saperne facilitare le scelte.

Ciascuno di noi ogni giorno acquista qualcosa: prodotti, servizi, informazioni, idee... Dove c'è un acquisto, lì c'è sempre anche una vendita... un'interazione e scambio tra due parti e mai azione a senso unico.

La domanda alla base di ogni tecnica di vendita è: *Che genere di vendita e quali venditori?*

Solo scoprendo le risposte si potrà procedere nel percorso che porta a vendere con successo, a valutare aspetti più importanti di atteggiamento, sia mentale che comportamentale, che sono sperimentabili da parte del venditore quando si pone l'obiettivo di migliorare la sua capacità di facilitatore nel processo di scelta e decisione da parte del cliente.

Molte delle abitudini e delle tecniche usate in passato non sono più proponibili, perché è cambiato il contesto in cui cliente e venditore interagiscono. I consumatori e gli acquirenti stanno diventando sempre più sofisticati, più informati, più attenti alle molteplici opportunità di acquisto offerte dal mercato e proposte in forme spesso nuove, come per esempio l'e-commerce.

Gli elementi basilari per una vendita efficace che non può mai essere slegata dalla fidelizzazione sono i seguenti: pensare al cliente nel lungo periodo, anche dopo che l'acquisto è stato fatto; dare attenzione ad ogni comportamento, compresi frasi e gesti minimi, in quanto ogni piccolo comportamento è riflesso e concretizzazione dei valori dell'azienda duraturi nel tempo; contrapporre una prospettiva a lungo termine a una a breve.

La vendita si colloca quindi nel contesto *dell'interazione fra due persone*. Ciò significa porre l'accento sulla competenza del venditore che deve sviluppare le sue qualità individuali, rifuggendo da comportamenti stereotipati.

È importante anche riconoscere il peso della *conoscenza del prodotto* da parte del venditore, in quanto crea le condizioni per affermarsi come persona credibile e degna di fiducia agli occhi del cliente anche se quest'ultimo non avesse direttamente a che fare con gli aspetti tecnici del prodotto.

La vendita mette in gioco stili personali, criteri e modalità di scelta non solo del cliente, ma anche del venditore. Uno *stile commerciale coerente* si prepara ancor prima dell'incontro con il cliente, con l'analisi che il venditore fa di se stesso, scoprendo i suoi punti di forza, le sue aree di miglioramento, le convinzioni proficue e quelle limitanti, i valori che contano per lui nella professione e nell'interazione con il cliente e con l'azienda che rappresenta, i suoi obiettivi.....

*Le capacità di vendere* non sono qualità innate o conferite come per magia, ma *qualità acquisite e acquisibili*. Certo, alcuni venditori sono diventati così bravi che ciò che fanno ci sembra magico e innato! Ma questa sensazione dipende solo dal fatto che noi non abbiamo ancora sviluppato in maniera abbastanza sofisticata la nostra capacità di osservare e fare distinzioni: questa abilità ci consentirà di fare osservazioni sempre più sottili e raffinate, proprio quelle che ci permetteranno di riconoscere le modalità di vendita e di raccolta di informazioni necessarie al conseguimento dell'obiettivo di questo venditore così bravo e, a nostra volta, di innescare in noi strategie d'eccellenza.

La vendita ci allena a *distinguere le informazioni dalle interpretazioni* e dai giudizi di valore che possiamo dare (della situazione, del cliente, dei concorrenti, del contesto, di...): in questo modo l'interazione tra persona e persona diviene una fonte inesauribile d'arricchimento e di scoperte appassionanti.

La vendita può essere pensata come una partita in cui non si terminerà mai con un vincitore ed uno sconfitto, ma con due vincitori: il cliente ed il venditore. Si tratta infatti di un continuo processo di trasformazione: *uno scambio non solo di beni e servizi ma anche di umanità.*



## ELENCO CORSI

### **E-Commerce: 24 ore**

#### **OBIETTIVO:**

Il corso ha lo scopo di fornire strumenti utili ad interpretare il ruolo della vendita attraverso internet e piattaforme apposite: si prevede per l'Italia un forte incremento della commercializzazione dei prodotti e dei servizi sul web, pertanto è opportuno prepararsi a tale tipo di attività.

#### **DESTINATARI:**

Il corso si rivolge sia a chi deve disegnare strategie di vendita, sia a chi gestisce il prodotto, per l'area marketing ed anche per i gestori o programmatori di piattaforme web per la vendita, per apprendere i concetti base che devono essere esplicitati sulle pagine web.

### **Fidelizzazione del cliente: 16 ore**

#### **OBIETTIVO:**

In questo corso vengono sviluppate le tematiche relative al post vendita e alla creazione della cultura dell'assistenza al cliente: l'obiettivo è quello di potenziare e sviluppare la rete dei clienti tramite una relazione comunicativa efficiente e funzionale.

#### **DESTINATARI:**

Venditori e tutto il personale aziendale che mantiene rapporti con i clienti.

### **Gestione delle relazioni col cliente: 16 ore**

#### **OBIETTIVO:**

Finalità dell'intervento formativo è quello di rendere i partecipanti maggiormente consapevoli delle dinamiche e delle emozioni alla base del conflitto in modo da saperle gestire in modo ottimale e potenziare in termini di marketing relazionale, il rapporto con il cliente.

Saper prevenire e gestire i conflitti a livello interpersonale, senza esserne sopraffatti è una delle competenze trasversali oggi maggiormente richieste in particolari negli ambienti organizzativi sempre più caratterizzati da mutamenti repentini. Diviene così possibile cogliere anche le risorse insite nelle situazioni conflittuali che, se gestite in modo adeguato, si trasformano in opportunità di confronto, arricchimento ma soprattutto di fidelizzazione.

#### **DESTINATARI:**

Le persone che operano a continuo contatto con la clientela, che fanno della relazione personale l'essenza della propria attività.

### **Gestioni reclami e obiezioni: 16 ore**

#### **OBIETTIVO:**

In questo corso vengono sviluppate le tematiche riguardanti le obiezioni e i reclami durante o dopo la vendita. L'obiettivo è quello di potenziare, approfondire e utilizzare reclami e obiezioni come opportunità per consolidare la relazione con il cliente e accrescere il numero delle vendite.

#### **DESTINATARI:**

Venditori già attivi e alla struttura aziendale, reception e assistenza che si interfaccia con i clienti.

### **Il contratto di compravendita: 16 ore**

#### **OBIETTIVO:**

Il corso si propone di far apprendere la disciplina giuridica generale del contratto di compravendita alle persone deputate alla vendita.

Verranno trattati tutti gli aspetti pratici e applicativi legati alle diverse fasi operative dalla pre alla post-vendita. Il corsista dovrà prendere atto che la fase di approccio e trattativa con il cliente, pur importante, è seguita da un processo amministrativo alla prima legato nell'obiettivo aziendale fondamentale dell'incasso finale del credito.

#### **DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte quelle figure che operano in ambito commerciale e che, all'interno delle trattative con il cliente hanno la facoltà di definire i termini contrattuali di pagamento, come tempi e modalità.

**Introduzione alla vendita: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

In questo corso vengono sviluppate le tematiche principali riguardanti la vendita e l'obiettivo è quello di fornire strumenti di conoscenza della vendita, delle tecniche, delle qualità e abilità del venditore e del cliente.

**DESTINATARI:**

Il corso è consigliato per chi vuole intraprendere la professione del venditore ma non ha alcuna esperienza in tal senso.

**Negoziazione complessa: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso si propone di far apprendere ai partecipanti le tecniche per gestire la negoziazione attraverso approcci e comportamenti, atti a comprendere e gestire la comunicazione verbale e non verbale. Infatti il risultato ottenibile da un processo di negoziazione non passa solamente da quel che si dice bensì dal come lo si dice.

**DESTINATARI:**

Senior Account; Key Account; Responsabili Vendite ; Funzionari e Tecnici; Commercianti con crescente responsabilità nell'attività di vendita; Direttori di rete.

**Negoziazione complessa approfondimento: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Acquisire tecniche e strumenti funzionali alla gestione di processi negoziali efficaci. Incrementare il livello di consapevolezza circa il proprio stile di negoziazione per una migliore gestione degli stati emozionali nell'ambito della trattativa. Sviluppare percorsi negoziali orientati a costruire le basi per accordi condivisi, nella ricerca della massima reciproca soddisfazione delle parti.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte quelle persone che occupano posizioni di responsabilità all'interno dei processi aziendali.

**Professione venditore: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

In questo corso vengono sviluppate le tematiche che consentono di rendere elegante, personalizzata e flessibile la vendita. L'obiettivo è quello di accrescere le abilità e le attitudini del venditore, scoprendo nuovi aspetti e modalità di relazione con il cliente.

**DESTINATARI:**

Il corso è destinato a venditori già esperti, che hanno già operato nel settore di riferimento ed hanno quindi una competenza tecnica acquisita.

**Tecniche commerciali: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

Aggiornare i partecipanti su argomenti non strettamente connessi con i settori/categorie predefiniti, ma importanti per un'interpretazione del ruolo proiettata al futuro. In particolare il percorso formativo sarà finalizzato ad acquisire gli strumenti e le metodologie di vendita, identificare le tappe del processo di vendita ed utilizzare un modo efficace d'approccio con il cliente.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte quelle persone che hanno contatti con i clienti che sono finalizzati alla vendita, o un contatto che può portare indirettamente a vendite ulteriori.

**Tecniche di vendita: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso si propone di far acquisire ai partecipanti le conoscenze relative agli aspetti tecnici e psicologici delle vendite; le tecniche per impostare e chiudere una negoziazione; quelle della vendita B to C per approcciare il consumatore secondo le moderne tecniche e quelle per vendere seguendo uno stile definito

**DESTINATARI:**

Addetti alle vendite in negozi e grande distribuzione; capi reparto e responsabili di negozio

**Tecniche di vendita, approfondimento: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

La vendita è un'attività volta alla soddisfazione delle esigenze del cliente; contemporaneamente rappresenta la conclusione naturale del processo produttivo ed è quell'attività che fornisce valore aggiunto all'Azienda.

Nella vendita quindi è necessaria una competenza duplice: conoscenza di ciò che offriamo e padronanza dell'interazione, dove entrano in gioco le modalità, lo stile ed i criteri del cliente, oltre ai nostri: il che significa trovare le soluzioni più vicine al mondo dei consumatori, gestire le differenti modalità di uso dei prodotti, saper entrare nel mondo dei valori dei propri clienti e saperne facilitare le scelte.

Saper cogliere l'elemento specifico di necessità, che consente l'attribuzione di valore al prodotto, è l'elemento che "convince" il cliente a scambiare con noi il denaro per il prodotto e lo rende il nostro "partner" nella transazione.

**DESTINATARI:**

Le persone interessate sono tutte quelle che hanno ruoli legate alle vendite, sia come account diretti sul territorio, sia come responsabili di gruppi di venditori.

19

**Tecniche di vendita e marketing: 32 ore**

**OBIETTIVO:**

conoscere ed applicare le principali tecniche del campo commerciale per ottenere una chiara visione dei principali aspetti della Vendita; Approfondire le tecniche di vendita: la ricerca e l'approccio del potenziale cliente, la conduzione della trattativa, la chiusura del contratto, infine l'amministrazione del venditore.

Accenno al marketing: questo comprende la capacità dell'impresa di comunicare e far conoscere il proprio Nome ed i propri Servizi / Prodotti, al fine di creare nel mercato il desiderio all'acquisto, includendo inoltre l'abilità della gestione ottimale della vendita e della consegna dei Servizi e Prodotti.

**DESTINATARI:**

Agenti / Rappresentanti, Direttori Commerciali, Venditori.

**Tecniche di vendita nei negozi: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso ha lo scopo di far acquisire le conoscenze relative agli aspetti tecnici e psicologici delle vendite, nel particolare caso di addetti a punti vendita commerciali. Si tratta di fornire gli strumenti per l'acquisizione di tecniche per impostare e chiudere una negoziazione ed approcciare il consumatore secondo le moderne tecniche della vendita B to C, apprendere quindi uno stile definito di vendita.

**DESTINATARI:**

Addetti alle vendite in negozi e grande distribuzione; capi reparto e responsabili di negozio

**Vendita al telefono: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

In questo corso vengono sviluppate le tematiche della vendita adatte allo specifico strumento del telefono: l'obiettivo è quello di preparare i venditori a gestire se stessi e il cliente in una relazione interpersonale di breve durata che si avvale della risorsa telefono e ne supera i limiti.

**DESTINATARI:**

Operatori telefonici addetti alle vendite, Call center inbound e outbound

**SISTEMI DI ORGANIZZAZIONE AZIENDALE**

Ogni processo in azienda può essere considerato da due punti di vista: quello che vede coinvolte le competenze delle singole persone e quello che vede coinvolte il concetto stesso di organizzazione, di cui ovviamente le persone sono parte fondante.

Il seguente capitolo che elenca una serie di corsi e di approcci metodologici vuole insistere proprio su quest'ultimo concetto, ovvero come realizzare all'interno dei 'reparti' di ogni singola azienda sistemi di lavoro improntati sull'efficacia e l'efficienza.

Si troveranno pertanto alcuni titoli simili a quelli dei precedenti capitoli, ma in questo caso i contenuti avranno un valore diverso, pur insistendo sulle stesse aree di intervento.

Di fatto, dopo avere dato degli strumenti di conoscenza e di comportamento alle persone, qui cercheremo di fornire anche un metodo, contestualizzato con le procedure ed il business dell'azienda.

L'approccio a questo tipo di formazione, se possibile, è ancor più consulenziale: molti dei processi descritti potranno trovare il conforto dei numeri, per valutarne l'efficacia, ovvero, definito al momento dell'inizio delle attività il costo di gestione di ogni singolo reparto, si potranno valutare significative diminuzioni dello stesso a partire dalla messa in pratica dei suggerimenti e dei processi normati che si saranno implementati.

Discorso a parte è quello legato alla Lean Production e Lean Organization, a cui dedicheremo un capitolo a parte, anche se si troveranno citati questi due termini all'interno dei percorsi successivamente indicati: in tal senso bisognerà intenderli come metodologia applicata: ovvero gestire qualsiasi processo attraverso concetti e strategie volte a migliorarlo, ottimizzarlo, sfrondarlo di tutte quelle parti in eccesso che lo rendono gravoso ed inefficiente.

**ELENCO CORSI**

**Programmazione della produzione: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

Il percorso ha l'obiettivo di illustrare ed analizzare i metodi di pianificazione, programmazione e schedulazione della produzione, al fine di rendere flessibile la capacità produttiva e le risorse al variare dei volumi e del mix richiesto dal mercato, identificando il giusto compromesso fra costi e livello di servizio.

**DESTINATARI:**

Direttori e Responsabili della produzione e della logistica, Responsabili e Operatori delle funzioni collegate (acquisti, vendite, logistica, produzione)

**Gestione delle scorte: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il percorso ha l'obiettivo di illustrare ed analizzare i metodi di pianificazione dei materiali, al fine ottimizzare il valore delle scorte dell'intera filiera del processo logistico, identificando il giusto compromesso fra costi e livello di servizio.

**DESTINATARI:**

Direttori e Responsabili della logistica e della produzione, Responsabili e Operatori delle funzioni collegate (acquisti, logistica, produzione)

**Logistica: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il percorso ha l'obiettivo di ottimizzare, attraverso efficienza e flessibilità, le funzioni organizzative dell'intera filiera del processo logistico, che va dai fornitori fino ai clienti finali, al fine di raggiungere alti livelli di servizio e rivalutare il proprio rapporto con il mercato di riferimento.

**DESTINATARI:**

Direttori e Responsabili della logistica e della produzione, Responsabili e Operatori delle funzioni collegate (acquisti, vendite, logistica, produzione)

**Logistica integrata e supply chain: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il percorso ha l'obiettivo di ottimizzare, attraverso efficienza e flessibilità, le funzioni organizzative dell'intera filiera del processo logistico, che va dai fornitori fino ai clienti finali, al fine di raggiungere alti livelli di servizio e rivalutare il proprio rapporto con il mercato di riferimento.

**DESTINATARI:**

Direttori e Responsabili della logistica e della produzione, Responsabili e Operatori delle funzioni collegate (acquisti, vendite, logistica, produzione)

**Controllo di gestione: 24 ore**

**OBIETTIVO:**

Approfondire modalità e strumenti per trattare i dati economico-finanziari ai fini delle decisioni strategiche.

Supportare i partecipanti nel riconsiderare il proprio ruolo alla luce degli impatti sui risultati economico-finanziari dell'azienda.

**DESTINATARI:**

Manager e Responsabili di funzione che vogliono migliorare o costruire una propria conoscenza di base degli elementi economici e finanziari per confrontarsi efficacemente con colleghi e stakeholder. Amministratori, Direttori e Responsabili di funzione, Personale di staff alle direzioni

21

**Approvvigionamenti e acquisti: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il percorso ha l'obiettivo di illustrare ed analizzare sia i metodi di selezione e valutazione dei fornitori, sia le modalità per gestire gli aspetti organizzativi, operativi e contrattuali dell'approvvigionamento dei materiali e/o dei servizi.

**DESTINATARI:**

Direttori e Responsabili degli acquisti e della logistica, Acquisitori, Responsabili e Operatori delle funzioni collegate (produzione, amministrazione, controllo qualità, controllo gestione)

**Industrializzazione**

**OBIETTIVO:**

Il percorso ha l'obiettivo di illustrare ed analizzare i metodi generalmente utilizzati per l'industrializzazione dei prodotti e dei processi produttivi, con l'obiettivo di ridurre i tempi ed i costi di realizzazione e di handling dei materiali, assicurando livelli di qualità e servizio tendenti all'eccellenza.

**DESTINATARI:**

Direttori e Responsabili della progettazione e della produzione, Operatori delle funzioni collegate (acquisti, logistica, qualità, controllo gestione)

**Gestione contabile dei magazzini: 16 ore****OBIETTIVO:**

Il percorso ha l'obiettivo di illustrare ed analizzare i metodi di gestione contabile/fiscale dei materiali e dei magazzini, al fine di garantire un presidio sistematico, dimostrabile e "certo" della quantità e del valore dei materiali che fanno parte dell'attivo circolante dell'azienda.

**DESTINATARI:**

Direttori e Responsabili della logistica e della produzione, Responsabili e Operatori delle funzioni collegate (acquisti, logistica, controllo di gestione)

**Project management: 24 ore****OBIETTIVO:**

Il percorso ha l'obiettivo di illustrare ed analizzare i metodi e gli strumenti per la pianificazione e la gestione dei progetti, finalizzati al monitoraggio sistematico dei tempi, dei costi e degli aspetti qualitativi.

**DESTINATARI:**

Direttori e Responsabili e Operatori delle diverse funzioni aziendali

**Sistema Gestionale ERP: 24 ore****OBIETTIVO:**

Il percorso ha l'obiettivo di illustrare ed analizzare le metodologie per valutare il proprio sistema gestionale, per selezionare e valutare i sistemi ERP presenti sul mercato, e per guidarne l'implementazione.

**DESTINATARI:**

Direttori e Responsabili IT, Direttori e Responsabili e Operatori delle diverse funzioni aziendali

**INFORMATICA**

La parola Informatica esprime concetti molto diversi: dall'office automation ai database ai gestionali all'hardware, potendo ampliare il concetto quasi fin dove lo si desidera. Comunque la si consideri, l'informatizzazione dei processi aziendali è un dato di fatto, non esiste organizzazione che non abbia sistemi, applicativi, processi gestiti attraverso applicazioni informatiche.

Formare il personale all'utilizzo degli strumenti messi a disposizione dall'Azienda, al fine di ottimizzarne l'uso e divenire più produttivi ed efficaci è sempre stata una esigenza manifestata da tutti gli uffici del personale e i responsabili di funzione.

Non a caso, a tutt'oggi, quando ormai sono arrivate sul mondo del lavoro le prime generazioni che sono nate in un mondo informatizzato, la formazione in questo ambito resta comunque molto richiesta: nuovi applicativi, nuove versioni di quelli finora utilizzati, implementazioni di software dedicati, tanti sono i motivi per cui costantemente si richiedono corsi di aggiornamento.

Di fronte ad una richiesta sempre presente e ad un'offerta ampia sul mercato, resta per le Aziende la scelta di affidarsi al giusto partner per ottenere i risultati che richiede. Per ogni necessità si cercano risposte diverse: i corsi di alfabetizzazione informatica di base possono e devono essere generici, ma appena si decide di intervenire su persone di un dato reparto che svolgono attività specifiche, ecco che qualsiasi intervento diventa significativo qualora ci sia una proposta calata sulla realtà su cui si andrà ad intervenire.

La definizione degli argomenti da trattare, la scelta di usare alcuni esempi e non altri, l'approccio alla lezione, la durata della singola lezione, divengono gli elementi di base per garantire l'efficacia del corso.

L'approccio alla preparazione del corso è quello comune a tutte le discipline presenti nel catalogo: si definirà con i responsabili della committenza l'obiettivo da raggiungere, si definiranno i profili delle persone in aula e si mutuerà il percorso, definito dalle schede corsi nelle seguenti pagine come basi da cui partire per la realizzazione, fino a presentare un progetto perfettamente in linea a quanto richiesto dall'Azienda.

In ultima analisi, è evidente che una formazione in ambito informatico ha un impatto considerevole sulla vita aziendale, sia per il numero di persone generalmente soggette agli interventi, sia perché

attraverso strumenti informatici si elaborano dati e si inseriscono informazioni che saranno usate dai responsabili per gestire il proprio business.

Pertanto non si può lasciare che persone poco preparate o non avvezze alle dinamiche aziendali, tengano corsi i cui risultati poi sarebbero poi non a vantaggio dell'Azienda.

### **ELENCO CORSI**

#### **Access Base: 24 ore**

##### **OBIETTIVO:**

MS Access è una applicazione che facilita la gestione di dati in funzione di particolari esigenze, come la gestione di un magazzino, di schede clienti o fornitori etc. Il partecipante viene introdotto ai concetti riguardanti i database e gli vengono fornite le basi per sviluppare semplici ma funzionali sistemi di archiviazione dati.

##### **DESTINATARI:**

Il corso si rivolge alle persone che devono elaborare, mantenere e gestire dei database complessi, sia che siano personale IT sia che si tratti di persone la cui attività prevede la manipolazione e gestione di dati informatici, che hanno una buona conoscenza degli altri applicativi office.

#### **Access Avanzato: 24 ore**

##### **OBIETTIVO:**

Lo scopo del corso è quello di fornire al partecipante tutti gli strumenti per affrontare e risolvere gran parte delle esigenze aziendali relative alla gestione e manipolazione di grossi quantitativi di dati. Viene insegnato come costruire una tabella, una query e una scheda completamente in maniera manuale. Vengono poi affrontati e risolti tutti i problemi relativi alla creazione di report complessi come la stampa di una fattura. Verranno approfonditi i concetti relativi alle query e alla programmazione in Access, fondamentale per sviluppare database complessi ed efficienti.

##### **DESTINATARI:**

Il corso si rivolge alle persone che devono elaborare, mantenere e gestire dei database complessi, sia che siano personale IT sia che si tratti di persone la cui attività prevede la manipolazione e gestione di dati informatici., che già utilizzano l'applicativo e che devono apprendere una gestione più completa.

#### **Access Programmazione: 40 ore**

##### **OBIETTIVO:**

Il corso affronta la descrizione dettagliata dei concetti e dei meccanismi fondamentali per la programmazione sull'applicativo Access. Alla fine del corso, l'utente sarà in grado di gestire le basi della programmazione in Access e impostare programmi complessi, non solo dal lato utente, ma anche da quello gestione.

##### **DESTINATARI:**

Tutte le persone che devono realizzare prodotti informatici innovativi e che abbiano l'autorizzazione aziendale ad implementare i sistemi di database interni.

#### **Excel Base: 16 ore**

##### **OBIETTIVO:**

Il corso fornisce le informazioni necessarie per utilizzare le funzioni base che il programma mette a disposizione per la produzione e la gestione dei fogli elettronici. L'applicativo verrà utilizzato per realizzare e stampare tabelle, grafici e la gestione delle righe dei dati, partendo dalle nozioni introduttive all'applicativo.

##### **DESTINATARI:**

Il corso è rivolto agli utenti che non conoscono o conoscono superficialmente l'applicativo, e che necessitano di utilizzare fogli di calcolo per la verifica della loro attività.

**Excel Avanzato: 16 ore****OBIETTIVO:**

Il corso fornisce tutte le informazioni necessarie per utilizzare le funzioni avanzate che MS Excel mette a disposizione dei propri utenti. Gli argomenti che verranno maggiormente approfonditi riguardano le formule complesse e l'analisi dei dati. Uno degli obiettivi del corso è rivolto al completamento delle conoscenze su Excel. Il partecipante sarà in grado di trovare soluzioni a problematiche complesse in modo indipendente ed efficiente.

**DESTINATARI:**

Il corso è rivolto agli utenti che conoscono ed utilizzano normalmente l'applicativo, e che necessitano di approfondire le potenzialità da esso offerto al fine di lavorare con maggiore precisione e velocità.

**Excel Macro: 32 ore****OBIETTIVO:**

Fornire una buona conoscenza della programmazione VB per le Macro i di Microsoft Excel.

**DESTINATARI:**

Il corso è rivolto agli utenti che conoscono in maniera abbastanza approfondita l'applicativo ed intendono realizzare Macro per la gestione di file complessi e l'interazione con altri applicativi.

**Word Base: 12 ore****OBIETTIVO:**

Il corso presenta ai partecipanti le molteplici funzionalità di Word e pone l'accento sulle basi che permettono a chiunque di redigere in modo veloce ed efficace i propri testi. Il corso si pone l'obiettivo di mettere i partecipanti in grado di creare, correggere, archiviare e stampare in modo autonomo testi di diversi tipi, come ad esempio corrispondenza, contratti, listini prezzi, offerte, relazioni, ecc.. utilizzando Microsoft Word per Windows. Il corso è fortemente orientato alla pratica quotidiana.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte le persone che approcciano all'uso dell'applicativo, o che lo utilizzano senza avere mai avuto specifiche guide che li aiutassero a trovare le soluzioni più efficaci per l'impaginazione, la formattazione e la videoscrittura in genere.

**Word Approfondimento: 8 ore****OBIETTIVO:**

Il corso fornisce tutte le informazioni necessarie per utilizzare le funzioni avanzate che MS Word mette a disposizione dei propri utenti. Alcuni degli argomenti che verranno approfonditi riguardano l'impaginazione di documenti complessi e la creazione di moduli. I partecipanti dopo aver frequentato questo corso saranno in grado di redigere documenti di qualunque livello di complessità. Durante il corso saranno trattate e sperimentate a fondo tutte le più importanti funzionalità, inoltre saranno ripresi ed approfonditi alcuni argomenti già trattati nel corso base.

**DESTINATARI:**

Tutte le persone che già usano word e che intendono sfruttarne le potenzialità in maniera più approfondita. Indispensabile una conoscenza di base dell'applicativo

**Power Point: 8 ore****OBIETTIVO:**

Alla fine del corso i partecipanti saranno in grado di utilizzare le funzionalità di base disponibili per comporre il testo, inserire grafici e immagini, aggiungere effetti speciali.

Oltre a disporre di testo colorato ed effetti di animazione, con Power Point si possono impiegare mezzi comunicativi multimediali come voce, suoni e filmati.

**DESTINATARI:**

Il corso è rivolto a chiunque desideri utilizzare il computer per realizzare presentazioni e sia sensibile ai problemi della comunicazione aziendale/professionale.



**Internet: 8 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso mette in grado il partecipante di utilizzare i principali servizi presenti su Internet. In particolare verrà illustrato l'utilizzo dei motori di ricerca, le tematiche della sicurezza, della privacy e del commercio elettronico.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte quelle persone che non hanno confidenza e non sanno come orientarsi nel mondo internet, per selezionare e gestire le informazioni.

**Internet e posta elettronica: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso ha lo scopo di introdurre all'utilizzo proficuo delle immense potenzialità racchiuse nella rete e descrive il funzionamento dei principali programmi che servono per collegarsi e lavorare con Internet. In tal modo, il partecipante del corso acquisirà tutte le tecniche necessarie a sfruttare Internet per incrementare la propria produttività grazie allo scambio di informazioni condivise e al reperimento di materiale in Internet in maniera rapida e precisa.

**DESTINATARI:**

Il corso si rivolge a tutte quelle persone che non hanno confidenza con gli strumenti di comunicazione via rete, quali la posta elettronica, e non sanno come orientarsi nel mondo internet, per selezionare e gestire le informazioni.

**Outlook base: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Microsoft Outlook riunisce in un solo programma tutti gli strumenti per la gestione delle informazioni personali posta elettronica e agenda, gestione contatti, gestione documenti sul disco fisso. L'applicativo offre la possibilità di coordinare in modo organico e completo tutte le informazioni personali, la messaggistica elettronica e la condivisione delle proprie informazioni personali all'interno di un gruppo di lavoro. L'utente, anche attraverso esercitazioni, viene messo in grado di poter delineare una metodologia per la pianificazione dei propri impegni. Gli obiettivi del corso sono rivolti alla conoscenza delle funzionalità di gruppo di Microsoft Outlook e loro impiego professionale.

**DESTINATARI:**

Il corso si propone di fornire indicazioni a tutte quelle persone che utilizzano outlook nella normale attività lavorativa, nelle sue specifiche possibilità.

**Outlook Approfondimento: 12 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso mette in grado il partecipante di utilizzare tutte le funzionalità di Outlook: gestione news group, lavorare con i contatti, gestire un calendario, lavorare con le attività, con le note, gestire elementi e cartelle, utilizzare Outlook come un gestore del desktop, gestione dei file, utilizzare gli strumenti di Office con Outlook

**DESTINATARI:**

Il corso si propone di fornire indicazioni a tutte quelle persone che utilizzano outlook come strumento di programmazione di lavoro per sé e per i propri gruppi di lavoro.

**Publisher: 16 ore**

**OBIETTIVO:**

Il corso presenta ai partecipanti le molteplici funzionalità di e pone l'accento sulle basi che permetteranno all'utente di realizzare pubblicazioni di buona qualità per la trasformazione di documenti in pagine web e la preparazioni di supporti cartacei e pubblicazioni quali, brochure, biglietti da visita, cover cd...

**DESTINATARI:**

Il corso è rivolto agli utenti che non conoscono o conoscono superficialmente l'applicativo, e che hanno necessità di elaborare format elettronici per le attività a cui sono deputati.

**MS Project: 24 ore****OBIETTIVO:**

Questo corso ha come obiettivo principale l'acquisizione delle competenze necessarie per la creazione e gestione di un progetto con l'inserimento delle attività e delle loro relazioni, attraverso la descrizione dettagliata dei concetti e dei meccanismi fondamentali di Project per poi definire le problematiche applicative di progetti complessi, composti da più parti o da sottoprogetti definiti in documenti separati, collegati fra loro secondo specifiche esigenze organizzative o aziendali. Gli argomenti trattati includono l'organizzazione e la modifica dei progetti, l'assegnazione delle risorse e l'utilizzo delle visualizzazioni di Project al fine di ottenere le informazioni relative al progetto. Alla fine del corso, l'utente sarà in grado di gestire un progetto analizzandolo e ottimizzandolo professionalmente.

**DESTINATARI:**

Responsabili progetti EDP e di ricerca e sviluppo, responsabili di progetto e loro assistenti, responsabili di nuovi prodotti, costruzioni, manutenzioni, produzione, capi commessa.

**MS Project per IT Manager: 32 ore****OBIETTIVO:**

Il corso presenta i principi di MS Project in modo strutturato, dando al professionista IT una solida conoscenza dei componenti della pianificazione e del controllo di un progetto. Gli argomenti enfatizzati e gli esempi presentati rispecchiano tipiche situazioni del mondo IT. Le numerose esercitazioni permettono di applicare quanto appreso, tramite l'uso di Microsoft Project.

**DESTINATARI:**

Il corso è per supervisor e manager IT di medio livello che dovranno occuparsi della gestione di progetti e vogliono imparare le metodologie che permetteranno loro di svolgere la propria attività in modo scientifico. Il corso è inoltre utile per i professionisti che vogliono migliorare il modo con cui gestiscono i loro progetti.

26

**LE LINGUE**

In un mondo sempre più interconnesso che tende ad abbattere i confini e ad espandere i propri orizzonti, tante sarebbero le motivazioni che si potrebbero trovare per convincere chiunque di quanto sia importante imparare una lingua, ma basterebbe sottolineare quanto le capacità linguistiche godranno di un canale privilegiato e più competitivo nell'ottenere maggiori opportunità professionali in qualsiasi settore. È un dato di fatto che oggi la conoscenza di una o più lingue rappresenti una chiave di accesso che fa la differenza fra l'essere protagonista delle proprie scelte e l'averne un intermediario che le gestisca per noi.

Apprendere una lingua, è una opportunità per chiunque, può essere una sfida, ma affrontata nel modo giusto e con la giusta guida e supporto può diventare fonte di grande soddisfazione, oltre a rappresentare un investimento per il miglioramento di sé stessi che arricchirà il proprio bagaglio culturale per tutta la vita.

La conoscenza di una lingua diverrà un percorso che progressivo, in cui si possono raggiungere sempre nuovi traguardi, che allargheranno gli orizzonti di ciascuno, affinando anche le capacità di interpretare le altre culture e meglio comprendere le persone.

Infatti, se è vero che il linguaggio è soprattutto lo strumento che consente di esprimere con le parole ciò che si pensa e ciò che si sente, quindi espressione di sé stessi, animo e mente, è altrettanto vero che chi conosce altre lingue ha una visione più ampia dell'utilizzo del linguaggio e può comunicare e capire un'altra persona ad un livello più profondo.

“And Last but not least!” la cura e l'appropriatezza di linguaggio sono oggi un ulteriore strumento per raggiungere il successo professionale e personale: sempre più spesso vengono organizzate

videoconferenze con partecipanti provenienti da tutte le parti del Mondo, i mercati sono dilatati, spesso anche nella vita privata ci si imbatte in libretti di istruzione che riportano svariate traduzioni, tranne quella in italiano. Questo perché la merce giunge sui nostri scaffali proveniente dai più disparati angoli della Terra.

E' pertanto una necessità per la persona che vuole essere partecipe di una attiva vita sociale e lavorativa apprendere nuove lingue, ed è una necessità altrettanto importante quella delle Aziende che devono avere tra i propri dipendenti persone che possano e sappiano relazionarsi con abilità con i partners stranieri.

Non presenteremo in questa sezione del catalogo la struttura dei corsi di lingue, in quanto esistono svariati metodi e gli argomenti da trattare durante le lezioni possono essere talmente diversificati da non consentire di realizzare dei prodotti "tipo".

Seguirà pertanto un elenco dei corsi che potremo realizzare, fornendo una specifica customizzazione per ognuno di essi, secondo le esigenze dei richiedenti.

### **ELENCO CORSI**

**Inglese  
Francese  
Spagnolo  
Tedesco  
Russo**

**Romeno  
Portoghese  
Arabo  
Cinese  
Italiano**