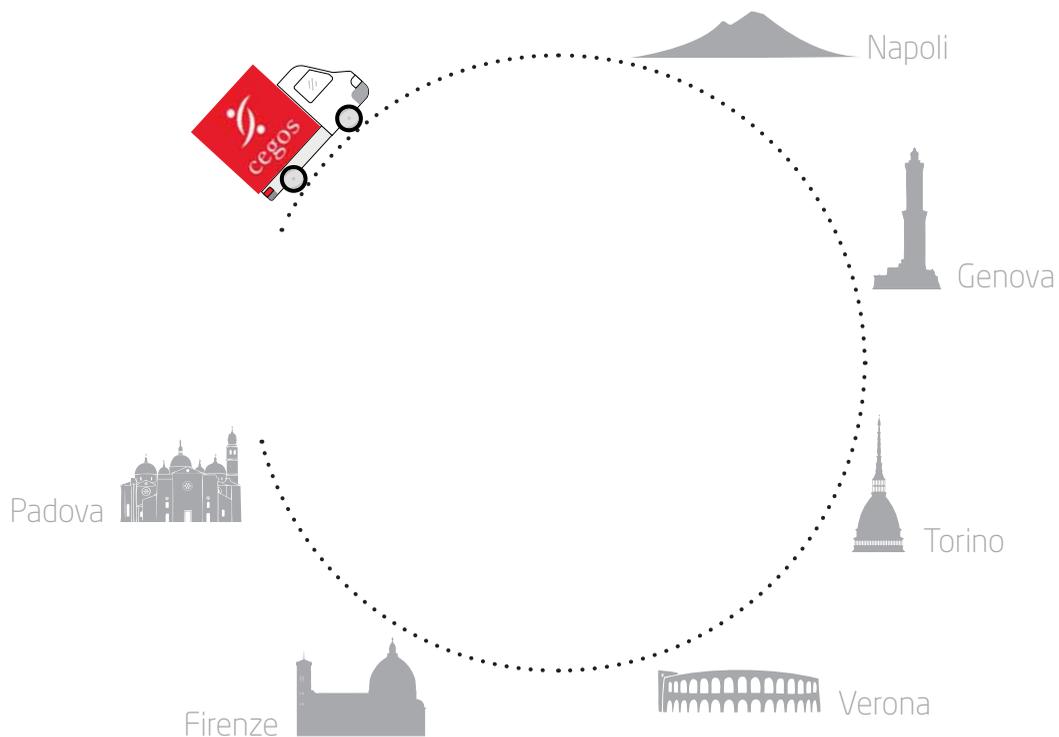


Roadshow Formazione 2 0 1 7



BEYOND KNOWLEDGE*

“ An organization’s ability to learn and translate that learning into action rapidly, is the ultimate competitive advantage. ”

-Jack Welch

Roadshow Formazione 2017

Dopo Milano, Roma e Bologna portiamo **15** tra i nostri **migliori titoli** da te!

_ **90 edizioni** concentrate in poche settimane _ **un mese dedicato** ad ogni città



Qual è la tua città? Qual è il tuo corso?
Non perdere quest'opportunità,
iscriviti subito!



La Business Transformation inizia

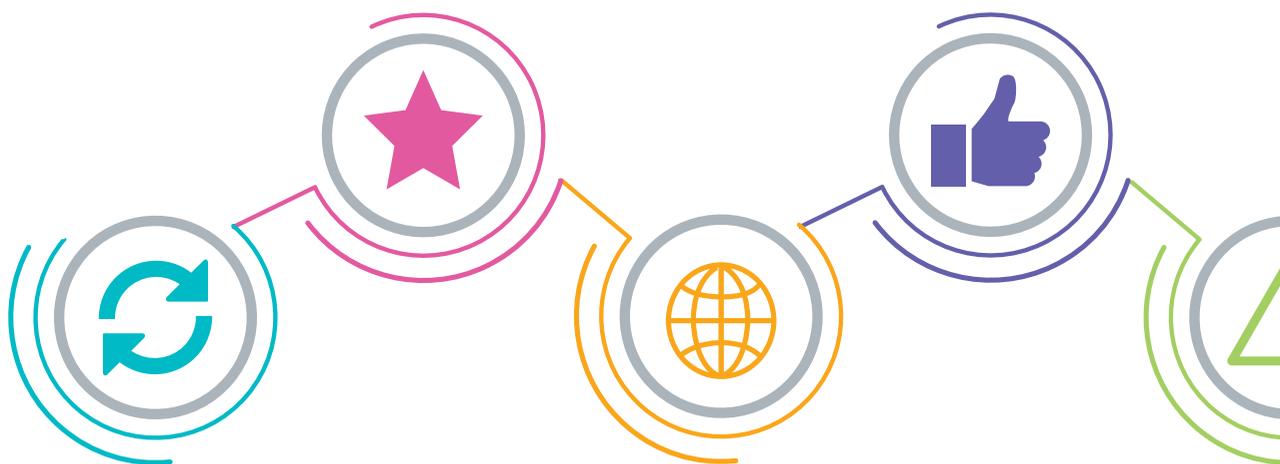
Crea il tuo percorso e porta la Business

IDENTIFICARE E VALORIZZARE LE PERSONE CHIAVE

- _ La gestione quotidiana dei collaboratori [pag. 10](#)
- _ Come pianificare il budget del personale [pag. 15](#)

FARE DI PIÙ CON MENO

- _ Buyer efficace [pag. 20](#)
- _ Pianificazione e programmazione della produzione [pag. 22](#)



ESSERE AGILI

- _ Formazione pratica al Project Management [pag. 14](#)

SVILUPPARE LA PROPRIA PRESENZA SU NUOVI MERCATI, A LIVELLO LOCALE E INTERNAZIONALE

- _ Fondamenti di marketing [pag. 19](#)

dallo sviluppo delle competenze

Transformation nella tua organizzazione

FAVORIRE LA COLLABORAZIONE E LA PERFORMANCE DI TEAM ATTRAVERSO LA FORMAZIONE DEI MANAGER

- _ Leadership per Middle Manager pag. 8
- _ Fondamenti di management pag. 9
- _ Capo in Produzione pag. 21

COMUNICARE CON MAGGIORE IMPATTO

- _ Parlare in pubblico: le basi del public speaking pag. 13
- _ Assertività: comportamenti e comunicazione pag. 12



ANTICIPARE E GESTIRE I RISCHI

- _ Budget e controllo di gestione per non specialisti pag. 16
- _ Controllo di gestione - base pag. 17

ORIENTARE LE PROPRIE AZIONI ALLE PRIORITÀ

- _ Time management: saper gestire il proprio tempo pag. 11

NEGOZIARE CON EFFICACIA

- _ Tecniche base di vendita pag. 18



Strategy, Leadership & Innovation

Napoli
Genova
Torino
Verona
Firenze
Padova

| web code | corso | durata | mag | giu | lug | set | ott | nov | pag. |
|----------|--------------------------------------|--------|-----|-------|-----|-------|-----|-----|------|
| 1.2.2 | Leadership per middle manager | 2 g | 8-9 | 12-13 | 3-4 | 18-19 | 5-6 | 6-7 | 8 |



Management & Coaching

Napoli
Genova
Torino
Verona
Firenze
Padova

| web code | corso | durata | mag | giu | lug | set | ott | nov | pag. |
|----------|-------------------------------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 1.2.1 | Fondamenti di management | 2 g | 18-19 | 5-6 | 10-11 | 11-12 | 19-20 | 20-21 | 9 |
| 1.2.3 | La gestione quotidiana dei collaboratori | 3 g | 24-26 | 19-21 | 17-19 | 18-20 | 16-18 | 22-24 | 10 |



Personal Development & Effectiveness

Napoli
Genova
Torino
Verona
Firenze
Padova

| web code | corso | durata | mag | giu | lug | set | ott | nov | pag. |
|----------|---------------------------------------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 1.1.4 | Time management: saper gestire il proprio tempo | 2 g | 4-5 | 8-9 | 3-4 | 14-15 | 2-3 | 8-9 | 11 |
| 1.3.5 | Assertività: comportamenti e comunicazione | 2 g | 29-30 | 29-30 | 24-25 | 25-26 | 26-27 | 27-28 | 12 |
| 1.3.1 | Parlare in pubblico: le basi del public speaking | 2 g | 22-23 | 22-23 | 20-21 | 18-19 | 16-17 | 16-17 | 13 |



Project Management

Napoli
Genova
Torino
Verona
Firenze
Padova

| web code | corso | durata | mag | giu | lug | set | ott | nov | pag. |
|----------|-------------------------------------------------|--------|-------|-----|-----|-------|-------|------|------|
| 11.2.3 | Formazione pratica al Project Management | 3 g | 10-12 | 7-9 | 5-7 | 27-29 | 16-18 | 8-10 | 14 |



HR & Organization

Napoli
Genova
Torino
Verona
Firenze
Padova

| web code | corso | durata | mag | giu | lug | set | ott | nov | pag. |
|----------|-------------------------------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 2.1.7 | Come pianificare il budget del personale | 2 g | 15-16 | 15-16 | 13-14 | 14-15 | 16-17 | 16-17 | 15 |



Finance & Legal

| web code | corso | durata | | | | | | | pag. |
|----------|-----------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|----------|------|
| | | | Napoli | Genova | Torino | Verona | Firenze | Padova | |
| 6.2.4 | Budget e controllo di gestione per non specialisti | 2 g | 8-9 | 26-27 | 27-28 | 25-26 | 16-17 | 30-1 dic | 16 |
| 6.2.5 | Controllo di gestione - base | 3 g | 22-24 | 21-23 | 17-19 | 20-22 | 4-6 | 27-29 | 17 |



Sales & Marketing

| web code | corso | durata | | | | | | | pag. |
|----------|---------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|--------|------|
| | | | Napoli | Genova | Torino | Verona | Firenze | Padova | |
| 4.1.4 | Tecniche base di vendita | 3 g | 3-5 | 12-14 | 12-14 | 18-20 | 30-1 nov | 13-15 | 18 |
| 4.2.1 | Fondamenti di marketing | 2 g | 8-9 | 5-6 | 6-7 | 20-21 | 9-10 | 6-7 | 19 |



Operations

| web code | corso | durata | | | | | | | pag. |
|----------|---------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|----------|------|
| | | | Napoli | Genova | Torino | Verona | Firenze | Padova | |
| 8.1.2 | Buyer efficace | 3 g | 29-31 | 26-28 | 24-26 | 18-20 | 23-25 | 29-1 dic | 20 |
| 10.1.1 | Capo in Produzione | 3 g | 24-26 | 19-21 | 19-21 | 20-22 | 30-1 nov | 20-22 | 21 |
| 10.1.3 | Pianificazione e programmazione della produzione | 3 g | 15-17 | 12-14 | 5-7 | 11-13 | 23-25 | 15-17 | 22 |





Leadership per Middle Manager

SAPER ESSERE UN PUNTO DI RIFERIMENTO PER CONDURRE IL PROPRIO TEAM AGLI OBIETTIVI



leadership

La leadership di un manager si traduce nella capacità di **influenzare in modo positivo** i collaboratori e di condurli in modo chiaro e deciso al raggiungimento dei risultati. Essere leader significa andare oltre il concetto di potere formale e instaurare un **clima positivo** e di fiducia reciproca, creando commitment e diventando un punto di riferimento costante per i propri collaboratori. Il corso fornisce gli strumenti per identificare e sviluppare il proprio stile di leadership e gestire al meglio il proprio team.

per chi

- Manager di nuova nomina o con pochi anni di esperienza gestionale
- Team Leader

obiettivi

- Sviluppare il proprio stile di leadership e massimizzarne l'impatto su team e singoli collaboratori
- Apprendere quali comportamenti generano leadership
- Osservare e riconoscere i principali fenomeni della dinamica di team
- Comprendere l'importanza di attivare un processo di sviluppo delle persone
- Migliorare l'immagine del proprio team
- Saper conciliare le esigenze del singolo con quelle del team

2 giorni

sigla

1.2.2

quota

1.590 €

programma

Da Manager a Leader

- Dall'autorità gerarchico-organizzativa all'autorevolezza dei comportamenti
- Analisi del proprio stile di gestione del team
- Costruire la propria leadership nel quotidiano

Gli assi della Leadership

- Compito, relazione, feedback e sviluppo
- Elementi che caratterizzano la leadership
- Self-leadership
- Responsabilità personale dei propri comportamenti
- Mission del leader efficace

Scegliere il proprio stile di Leadership

- Leadership accentrata sul manager e distribuita nel team
- Comportamenti direttivi e comportamenti di sostegno

Principi del management situazionale

- Principali comportamenti direttivi
- Principali comportamenti di sostegno
- Osservare e controllare le prestazioni
- Avere chiaro il percorso di sviluppo del collaboratore
- Il management situazionale nello sviluppo del team

Creare commitment

- Ruolo della comunicazione nella costruzione del proprio consenso
- Colloquio: fasi da seguire, elementi da rispettare
- La cultura del feedback continuo

Sviluppo continuo della propria Leadership

- Guidare attraverso l'esempio
- Pianificare i successi per mantenere l'impegno
- Migliorare la propria immagine e quella del proprio team
- Creare un personale piano d'azione

esercitazioni

- Autodiagnosi sugli stili di leadership
- Esercizio sulla "self leadership"
- Storytelling personale: da manager a leader
- Role play sulle capacità di leadership nei colloqui
- Strumenti operativi per orientare il team allo sviluppo di commitment
- Caso di studio sullo sviluppo della leadership dell'esempio
- Elaborazione di un piano d'azione per il miglioramento personale



gestione
delle persone

Fondamenti di management

STRUMENTI DI BASE PER CAPI DI NUOVA NOMINA

2 giorni

sigla

1.2.1

quota

1.590 €

L'efficacia del management è garanzia di successo per l'azienda e i nuovi manager ne rappresentano il **futuro**: è fondamentale che siano in possesso di un **bagaglio cognitivo ed esperienziale** di supporto in vista delle sfide che si troveranno ad affrontare. Il corso consente di acquisire i **fondamenti per diventare un buon manager** e svolgere il nuovo ruolo con successo, partendo da una rivisitazione del concetto di ruolo in ottica manageriale.

per chi

- Manager e responsabili di nuova nomina
- Manager interessati a rivedere alcuni elementi portanti del ruolo

obiettivi

- Gestire con successo il nuovo ruolo
- Comunicare e motivare i collaboratori nel quotidiano, sviluppando relazioni positive
- Riconoscere le attese e i diversi profili motivazionali dei collaboratori
- Pianificare e organizzare le attività del team
- Delegare e supervisionare le attività dei collaboratori
- Gestire, risolvere, prevenire i conflitti

programma

Da professional a nuovo manager

- Il ruolo di manager: obiettivi e caratteristiche, componente operativa e gestionale, competenze necessarie
- Aspettative dell'Azienda, dei collaboratori e proprie nel nuovo ruolo

Lavorare per obiettivi

- La formulazione efficace degli obiettivi
- Lo S.M.A.R.T. oltre lo S.M.A.R.T.: quali elementi mancanti?
- Il P.E.M.
- Il processo di Goal Setting
- Fornire obiettivi
- Monitorare costantemente
- Fornire feedback costanti

La comunicazione: strumento base del nuovo manager

- Comunicare sembra facile, ma...
- Tecniche per comunicare efficacemente con i collaboratori
- Ascolto e osservazione per entrare in relazione e comprendere i collaboratori

Il processo di management: assegnare l'incarico

- L'assegnazione dell'incarico: definire gli obiettivi, lavorare sulle tre variabili della mansione, delegare
- La delega: come responsabilizzare i collaboratori, definizione, caratteristiche e implicazioni

Il processo di management: guidare al risultato

- Guidare al risultato: sviluppo delle competenze e della motivazione dei collaboratori
- Stili di comportamento nell'agire manageriale: aggressività – passività manipolazione e assertività, dagli stili tradizionali agli stili funzionali situazionali
- L'attivazione e il mantenimento della motivazione: le fonti di motivazione e le leve organizzative per attivarla
- Fattori motivazionali alla base del comportamento dei collaboratori
- Riconoscere e gestire i diversi profili motivazionali
- Presupposti ed esempi per agire con efficacia sulla motivazione dei collaboratori

Il processo di management: valutare i risultati

- Il processo di valutazione delle prestazioni: valutare i risultati, comunicare la valutazione e mettere in atto azioni gestionali conseguenti

- Come dare i giusti segni di apprezzamento ai collaboratori: parole e comportamenti
- Come avere un team sempre efficiente e motivato

Comunicazione istituzionale: colloqui formali

- Sviluppare relazioni di lavoro efficaci
- Tecnica del colloquio: il colloquio di delega e quello di feed-back
- Affrontare e gestire situazioni difficili e conflitti

Piano di azione per il nuovo manager

- Definire priorità e obiettivi del proprio ruolo
- Costruire il proprio piano d'azione

esercitazioni

- Essere manager in un'organizzazione aziendale: rapporto tra ruolo atteso, ruolo percepito, ruolo dichiarato
- Tecniche di comunicazione
- Autodiagnosi del proprio profilo motivazionale
- Profili e leve motivazionali
- Strumento della delega
- Gestione dei conflitti
- Elaborazione di un piano d'azione per il miglioramento personale



La gestione quotidiana dei collaboratori

COMUNICARE, DELEGARE E MOTIVARE IL TEAM IN FUNZIONE DEL PROPRIO STILE MANAGERIALE



gestione
delle persone

Collaboratori motivati e proattivi verso gli obiettivi aziendali sono un reale valore aggiunto per l'azienda. Se il manager deve sviluppare il senso di responsabilità dei suoi collaboratori, questi devono vedere in lui un punto di riferimento autorevole.

Attraverso strumenti operativi e diagnostici, il corso consente di maturare una maggiore consapevolezza in merito al proprio **stile di management** e di sviluppare competenze relative a **comunicazione, delega e motivazione del team di collaboratori**, legittimando il proprio ruolo.

per chi

- Manager che coordinano e dirigono un team di collaboratori
- Manager con l'esigenza di perfezionare e potenziare il proprio stile di direzione, in preparazione a nuove sfide e responsabilità

obiettivi

- Comprendere il proprio ruolo di manager
- Possedere conoscenze e tecniche relative alla relazione con i collaboratori
- Favorire la motivazione
- Valutare e gestire le prestazioni dei collaboratori
- Elaborare un piano di sviluppo dei propri collaboratori

3 giorni

sigla

1.2.3

quota

1.890 €

programma

Capo, Manager, Leader: le componenti base della leadership in azienda

- Ruolo di capo e leadership: leadership formale e leadership sostanziale
- Le fonti di potere di un leader
- Autorità e autorevolezza
- Leadership e management

Stili relazionali e stili manageriali

- Cos'è uno stile relazionale
- Dagli stili relazionali agli stili manageriali
- Diagnosi degli stili di management
- Diagnosi dello stile relazionale dei collaboratori
- Stili manageriali in azione: strumenti operativi
- Definire una mappa degli stili relazionali del proprio team e valutarne le implicazioni

La gestione quotidiana dei collaboratori: situazioni da gestire nel day-by-day

- Fare una richiesta ad un collaboratore reticente
- Lode e biasimo del collaboratore: una guida operativa

- Stimolare il feedback da parte dei collaboratori: ricevere delle critiche
- Il colloqui di valutazione: osservare la giusta distanza psicologica
- Le 4 aree di valutazione della prestazione
- Le differenti tipologie di colloquio

Obiettivi, delega e motivazione dei collaboratori

- Differenza tra finalità e obiettivi
- Obiettivi di prestazione e di sviluppo
- La corretta definizione degli obiettivi
- Dagli obiettivi alla delega
- I 4 radi di delega: dalla delega di compito alla delega di responsabilità
- Come stabilire il giusto grado di delega attraverso il modello della leadership situazionale
- La motivazione in azienda
- Come e quando utilizzare le diverse leve motivazionali
- Motivazione e differenti tipi di collaboratori

Gestire, valutare e migliorare le prestazioni del team

- Gli indicatori di performance di un team
- Strumenti di valutazione del team
- Individuare le aree di sviluppo del proprio gruppo di lavoro

Elaborazione di un piano d'azione

- Analizzare e diagnosticare la qualità dei propri collaboratori
- Individuare aree forti, aree da potenziare, aree da migliorare
- Individuare le azioni manageriali necessarie
- Stabilire un piano d'azione

esercitazioni

- Tecniche e strumenti operativi per la gestione di collaboratori
- Corretta definizione degli obiettivi
- Esercitazione sugli indicatori di performance del team
- Elaborazione di un piano d'azione personale



Time management: saper gestire il proprio tempo

DEFINIRE LE PRIORITÀ E DIFENDERSI DALLE URGENZE PER GUADAGNARE IN EFFICIENZA OPERATIVA

performance



2 giorni

sigla

1.1.4

quota

1.590 €

Poco tempo e tanto stress: è questa la sensazione che spesso accompagna la vita lavorativa. A maggior ragione in un mondo caratterizzato sempre più dal sovraccarico informativo, dal forte acceleratore della tecnologia e dalla connettività 24/7. Il corso parte dal desiderio diffuso di lavorare con meno ansia ma più **efficienza** e **gratificazione** e offre strumenti e metodi di **time management** per amministrare al meglio il proprio tempo, mantenere il focus su ciò che è davvero importante e **difendersi dalle urgenze** quotidiane.

per chi

- Tutti coloro che cercano un metodo e degli strumenti pratici e facilmente applicabili per rendere più efficace e produttivo il proprio tempo

obiettivi

- Accrescere la propria efficienza operativa
- Gestire interferenze e interruzioni per non penalizzare i propri obiettivi e il proprio ruolo
- Imparare a dire no alle richieste irragionevoli e a patteggiare rinvii per ciò che non è prioritario
- Utilizzare il duplice strumento della delega/controllo per moltiplicare le proprie attività
- Conoscere l'influenza del profilo psicologico (proprio e dei propri colleghi) nella gestione del tempo

programma

Concetti base di tempo e time management

- Il time management non esiste
- Tempo cronologico VS tempo psicologico
- Condivisione della mia "way" rispetto al tempo

Dove va il mio tempo

- Ladri di tempo
- Time Spending Analysis

Pianificare e organizzare il proprio tempo

- La piramide della produttività
- Perché è importante pianificare?
- Cosa si può pianificare e cosa no?
- Prevedere gli imprevisti

Il concetto di priorità

- Importanza, urgenza, priorità
- La matrice del tempo; i 4 quadranti
- Dalla definizione delle priorità alla Pianificazione Settimanale

Il tempo ed il Ruolo

- La stretta connessione Ruolo e strutturazione del tempo

- Diversi Ruoli = diverse priorità nella gestione delle attività
- Il legame forte del ruolo con il concetto di Importanza
- Nel ruolo del manager: la delega come strumento per risparmiare tempo, motivare e far crescere

Efficienza nella gestione del tempo dell'Azione

- Andare più in fretta o fare meno strada?
- Effetti dannosi del Multitasking
- La mente e la produzione spontanea delle idee: l'importanza di prendere nota
- Conoscere, rispettare e ottimizzare la curva della propria efficienza personale
- A quali supporti ricorrere per aumentare l'efficienza personale

Altre dimensioni nella gestione del tempo: la relazione con gli altri, il tempo e la comunicazione

- Interruzioni ed imprevisti
- Saper dire di no
- Investire il tempo nelle relazioni

E-mail e dispersioni temporali

- L'e-mail come strumento di comunicazione che sempre più causa problemi nella gestione del tempo
- La netiquette

- Nuovi strumenti tecnologici in alternativa all'utilizzo delle e-mail

Tempo e nuove tecnologie

- Lavorare in qualunque momento e in qualunque luogo: rischi collaterali
- Accorgimenti per non perdere il focus ed evitare o quanto meno limitare l'information overload
- Usare la tecnologia a proprio vantaggio: applicazioni utili e loro utilizzo nella gestione del tempo

Il tempo e il profilo psicologico

- Quanto incide il mio profilo psicologico nella gestione del tempo?
- ... rispetto allo stress?

Piano di miglioramento personale

esercitazioni

- Punti forti e punti deboli nella gestione del proprio tempo
- Principali "ladri del tempo" nella propria attività
- Simulazione: definire le priorità
- Individuazione delle proprie priorità da ruolo, organizzative, professionali e personali



Assertività: comportamenti e comunicazione

STABILIRE RELAZIONI POSITIVE, GESTIRE I CONFLITTI, SAPER DIRE DI NO



performance

2 giorni

sigla

1.3.5

quota

1.590 €

Assertività, in ambito lavorativo, significa **scegliere i comportamenti più efficaci, essere critici in maniera costruttiva e risolvere i conflitti in modo positivo**. Il corso è un laboratorio esperienziale: introduce al modello della comunicazione assertiva, proponendo tecniche di analisi e di gestione della relazione. Le competenze sviluppate saranno utili per gestire con equilibrio e soddisfazione la situazione professionale, sviluppando **relazioni positive** ed efficaci.

per chi

- Manager e professional con l'esigenza di migliorare le relazioni con i propri interlocutori e diventare punti di riferimento autorevoli
- Manager e professional con frequenti interazioni con altre divisioni aziendali
- Project manager e project member
- Manager che quotidianamente devono affrontare situazioni delicate e potenzialmente conflittuali

obiettivi

- Comprendere e rafforzare il proprio ruolo, aumentando impatto e autorevolezza
- Costruire relazioni efficaci favorendo un clima positivo
- Comprendere come aumentare la propria capacità di influenzare i comportamenti altrui
- Utilizzare l'assertività per presentare positivamente idee e proposte

programma

Ruolo, responsabilità e comunicazione

- Il ruolo professionale e la comunicazione come strumento
- Coerenza tra comunicazione verbale, non verbale, paraverbale
- Ascolto attivo come componente necessaria nella comunicazione efficace

Assertività come competenza manageriale

- La comunicazione assertiva e la sua applicazione nel contesto lavorativo
- I concetti di responsabilità, rispetto e reciprocità alla base di uno stile assertivo di relazione
- Cosa significa comportarsi con assertività

Autodiagnosi del proprio comportamento

- Comprendere se stessi e le proprie relazioni con gli altri
- Identificazione delle proprie caratteristiche comportamentali: punti di forza e aree di miglioramento relazionali
- Valorizzazione delle aree di applicazione delle proprie qualità nelle situazioni lavorative quotidiane

Assertività come guida per comportamenti manageriali efficaci

- Comportamenti efficaci e proattivi come caratteristiche distintive del manager
- Obiettivi per gestire la propria vita professionale
- Ambiti applicativi del comportamento assertivo: verso se stessi, verso gli altri, verso la realtà organizzativa
- Quando evitare l'atteggiamento assertivo

La gestione efficace dei collaboratori. Come evitare passività, aggressività e manipolazione

- Il rispetto reciproco nelle relazioni con gli altri: valorizzazione delle diverse posizioni nel rispetto del diritto e della visione altrui
- Mappatura degli atteggiamenti aggressivi, passivi e manipolatori: come trasformarli in assertività
- Potenzialità e vantaggi del modello assertivo
- Prendere decisioni, spiegarle e promuoverle

La critica costruttiva: leva di crescita personale e professionale

- Diritto di rilevare un errore

- Come impostare una critica costruttiva
- La capacità di dire no

Assertività e gestione dei conflitti

- Dinamiche dei conflitti e delle tensioni in azienda: comprenderle, prevenirle e risolverle attraverso l'assertività
- Come sviluppare la fiducia in se stessi e la capacità di assumere responsabilità individuali
- Come trattare gli atteggiamenti aggressivi degli altri
- Il negoziato realistico: un modello pratico per risolvere i conflitti

Piano d'azione personale: fissare gli obiettivi per orientare la crescita personale

esercitazioni

- Autodiagnosi sui 4 stili comportamentali del modello assertivo
- Regole della comunicazione assertiva efficace
- Riconoscimento di relazioni non assertive
- Esercitazioni su casi ed autocasi



NAPOLI
29-30 mag



GENOVA
29-30 giu



TORINO
24-25 lug



VERONA
25-26 set



FIRENZE
26-27 ott



PADOVA
27/28 nov



Parlare in pubblico: le basi del public speaking

comunicare



SAPER STRUTTURARE IL DISCORSO, FARSI ASCOLTARE, GESTIRE LO STRESS

2 giorni

sigla

1.3.1

quota

1.590 €

Parlare in pubblico, gestire una presentazione, comunicare con efficacia durante una riunione, dimostrandosi a proprio agio davanti ai propri colleghi durante un meeting sono abilità indispensabili nella vita lavorativa quotidiana. Sono infatti doti che permettono di **sviluppare leadership e autorevolezza**, aiutando manager o professionisti a raggiungere i propri obiettivi e presentare i propri progetti. Il corso di **public speaking** fornisce gli strumenti per **comunicare le proprie idee e farsi ascoltare**, attraverso una metodologia che si basa su simulazioni continue, esercitazioni pratiche e l'uso della videoregistrazione.

per chi

- Tutti coloro che devono parlare di fronte a un pubblico (riunioni ristrette o allargate, convegni, convention) e che desiderano acquisire sicurezza e raggiungere gli obiettivi della comunicazione

obiettivi

- Preparare, costruire e presentare un discorso coinvolgente
- Comprendere come strutturare un discorso convincente
- Utilizzare le regole di un'efficace comunicazione
- Affrontare le situazioni delicate
- Affrontare brillantemente il giudizio del pubblico
- Valorizzare le proprie proposte
- Imparare a gestire e valorizzare lo stress

programma

Valutare le proprie capacità di comunicazione

- Obiettivi personali di miglioramento
- Aumento delle proprie capacità di attenzione e ascolto

Acquisire l'arte di parlare in pubblico

- Principi fondamentali di comunicazione efficace
- Regola ABC (accuratezza, brevità, chiarezza)
- L'importanza della comunicazione non verbale

Strategie di comunicazione nel public speaking

- Gli elementi chiave: pubblico, obiettivi, contenuti, tempi, supporti visivi
- Elaborare i temi da presentare per coinvolgere il proprio pubblico
- Utilizzare le tracce necessarie per memorizzare il filo del discorso
- Come ottenere l'attenzione dell'uditorio
- Il potere delle parole per convincere la platea
- Apprende le formule e l'uso del linguaggio persuasivo

Preparare, costruire, presentare un discorso

- Avere ben presente il proprio obiettivo per sviluppare una struttura coerente
- Identificare le strutture di presentazione più adatte
- Trattare e sviluppare il soggetto
- Mezzi pratici per ottenere l'effetto voluto
- Utilizzo dei mezzi audiovisivi a supporto dell'obiettivo
- Le regole d'oro per una presentazione di successo

Essere incisivi e disinvolti per arrivare all'obiettivo

- Iniziare, sviluppare e concludere un discorso
- Tecniche della fase di apertura
- Tecnica per una chiusura di successo
- Strategie e tattiche per controllare un gruppo e rispondere alle domande
- Come reagire a interruzioni e disturbi
- La regola ARCEA per gestire le obiezioni

Imparare a gestire "l'ansia da prestazione"

- Gestire il nervosismo
- Come mantenere un atteggiamento disinvolto e rilassato
- L'uso del corpo per gestire lo stress
- Entrare nello spirito mentale adeguato: la preparazione di se stessi

Check list per auto-monitorare le proprie presentazioni

- Valutare i risultati delle proprie presentazioni
- Riflessioni finali sul proprio stile di comunicazione

esercitazioni

- Simulazione di una presentazione ripresa con telecamera seguita da feedback
- Lettura in pubblico per migliorare la propria voce
- Applicazione delle tecniche di costruzione di un discorso
- Simulazione finale; verifica dell'efficacia della comunicazione e della strutturazione del discorso
- Piano d'azione per il miglioramento personale



Formazione pratica al Project Management

LE BASI PER PORTARE A TERMINE OGNI PROGETTO NEL RISPETTO DI TEMPI, BUDGET E OBIETTIVI



competenze
specifiche

Il corso consente di acquisire una **metodologia strutturata**, che permette di affrontare con sicurezza e portare al successo un progetto di qualunque entità economica e temporale.



Questo corso attribuisce punteggi PDU (Professional Development Units) per la certificazione PMI®: 21 per la certificazione Project Management

Professional (PMP)® - 6 per la certificazione Scheduling Professional (PMI-SP)® - 3 PDU per la certificazione Risk Management Professional (PMI-RMP)®.

PMP® PMBOK® PMI-ACP® sono marchi registrati dal Project Management Institute Inc.

per chi

- Capi Progetto di nuova nomina
- Capi Progetto che abbiano un'esperienza iniziale e che desiderino confrontarsi e formalizzare le proprie conoscenze
- Responsabili di servizi aziendali coinvolti nella realizzazione di progetti
- Capi Progetto EDP
- Tutti coloro coinvolti in azienda nella gestione di un progetto

obiettivi

- Definizione di obiettivi, compiti e responsabilità
- Costituzione del team
- Definizione del budget
- Pianificazione
- Gestione dei rapporti/conflicti con i membri del team
- Controllo dell'avanzamento
- Preparazione e presentazione dei report

3 giorni

sigla

11.2.3

quota

1.890 €

programma

La struttura di governo del progetto

- Definire il processo di Project Management
- Fissare e validare obiettivi e perimetro del progetto
- Identificare il ventaglio di decisioni iniziali
- Gestione e comunicazione degli stakeholder di progetto
- Definire i deliverable di progetto (intermedi e finali)
- Costruire il Capitolato di progetto / Project Chart
- Gestione del progetto

La definizione dell'organigramma delle attività (WBS)

- Scomposizione del progetto in macro attività
- Descrizione esaustiva delle singole micro attività

La costituzione di un team efficace di progetto

- Definire il contratto tra direzioni funzionali, membri del team e Project Manager
- Negoziare la disponibilità delle risorse per cooperare al progetto
- Preparare e condurre una negoziazione
- Allocare le risorse e definire le responsabilità – OBS
- I concetti di delega efficace nel team

La definizione del budget iniziale del progetto

- Identificare tutti i costi del progetto
- Allocare costi esterni e costi interni

- Il reporting per il controllo dei costi

La pianificazione del progetto

- Tecniche di pianificazione (PERT e GANTT)
- Costruire un planning
- Analizzare i vincoli e le durate ed identificare il percorso critico e gli scorrimenti liberi (buffer)
- Fissare i milestone per l'avanzamento

L'analisi dei rischi (risk analysis)

- Individuare le fonti di rischio – RBS
- Misurare i rischi rilevati: probabilità e impatto
- Tecniche di gestione del rischio

Il controllo dell'avanzamento

- Presidiare le cause comuni di insuccesso
- Analizzare lo stato di avanzamento
- Scegliere il giusto metodo per la gestione dell'avanzamento in funzione del singolo task
- Applicare un piano correttivo
- Gestire le aspettative degli stakeholder

La preparazione della reportistica

- Redigere il rapporto scritto per informare della situazione di avanzamento del progetto
- Formalizzare la comunicazione

La gestione della riunione di progetto

- Organizzare e condurre una riunione di progetto
- Identificare e gestire i 3 tipi di riunione (avvio, avanzamento, piano d'azione)

La gestione del conflitto all'interno del team

- Reagire di fronte a una situazione conflittuale
- Identificare i tipi di conflitto e conoscere l'approccio adatto
- Saper gestire i comportamenti aggressivi

La chiusura di un progetto di successo

- Rivedere criticamente a posteriori i risultati raggiunti rispetto a quelli pianificati
- Documentare la fine del progetto capitalizzando l'esperienza acquisita

La 'carta vincente personale'

- Rafforzare i propri punti di forza in qualità di Project Manager
- Individuare i cammini di crescita

esercitazioni

- Formalizzare l'obiettivo, la convalida e lo sviluppo dell'ambito del progetto
- Costituire il team di un progetto e definire la responsabilità



amministrazione
del personale | 
diritto del lavoro

Come pianificare il budget del personale

PIANIFICARE, RILEVARE E GESTIRE I COSTI DEL PERSONALE E PREVEDERE STRUMENTI DI CONTROLLO

2 giorni

sigla

2.1.7

quota

1.690 €

La massa salariale occupa spesso il primo posto tra i costi aziendali: è essenziale quindi saperla gestire efficacemente, dalla fase di **pianificazione** a quella di **controllo**. Il corso permette di focalizzarsi sulla corretta predisposizione del **budget del personale** e sull'attuazione di efficaci **piani di intervento e di controllo** in linea con l'organizzazione aziendale e le politiche retributive.

per chi

- Responsabili Amministrazione del Personale
- Responsabili delle Risorse Umane
- Responsabili Controllo di Gestione

obiettivi

- Apprendere le tecniche necessarie per una corretta determinazione del budget del personale
- Considerare il budget del personale all'interno del budget dell'azienda

programma

Definizione del costo del lavoro

- Le diverse componenti di costo nel rapporto di lavoro subordinato
- Confronto con le possibili soluzioni alternative: terziarizzazione dell'attività, le collaborazioni, i voucher

Integrazione tra budget aziendale e budget del personale

- Rapporti tra direzione del personale e strutture preposte alla gestione del budget aziendale
- Rapporto tra direzione del personale e tutte le direzioni/funzioni dell'azienda
- Cenni sugli scopi e sulle principali tecniche di budget
- Piani pluriennali, budget annuali

Struttura e metodologia di calcolo del budget del personale

- Dal budget individuale a quello aziendale passando dai diversi livelli di aggregazione presenti in azienda: per struttura, funzione, area, reparto, commessa, etc.
- Interazione delle situazioni, mensilizzazione del budget e sistemi di controllo
- Definizione del budget finanziario (di cassa)

- Il budget del costo del lavoro come strumento per definire il costo orario dei dipendenti

Valutazione e pianificazione del budget del personale

- Previsioni a breve e medio termine
- Variabili esterne da tenere in considerazione
 - quadro economico
 - previsione dei costi contributivi
 - TFR e fondi pensione
 - norme di legge: di diversi rapporti di lavoro
 - contratti collettivi: voci retributive e altre spettanze (ferie, riduzione orario, permessi); formazione obbligatoria sulla sicurezza; previdenza complementare; coperture sanitarie; assicurazioni
- Politiche aziendali
 - organici: piano di assunzioni
 - dimissioni e strumenti di accompagnamento
 - incentivazioni all'esodo
 - orari di lavoro
 - premi aziendali
 - fringe benefits
 - coperture assicurative
- Politiche individuali
 - progressione di carriera
 - piani retributivi
 - fringe benefits

- Altri costi del personale
 - spese di trasferta
 - spese di ristorazione collettiva
 - servizi generali

Sistema informativo e documentazione di base per elaborare il budget del personale

- Dai programmi dedicati, ai moduli nei programmi paghe, ad un foglio di excel: come razionalizzare le informazioni per informatizzare il budget

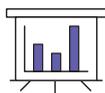
Strumenti di controllo del budget del personale

- Report del personale: report economico e report gestionale
- Indicatori di controllo
- Revise budget e azioni correttive

Determinazione dei costi ed elaborazione del budget del personale

esercitazioni

- Definizione del budget, dai costi correnti alle necessità future, analizzando le diverse ipotesi di rapporto di lavoro e di elementi della retribuzione
- Costruzione di un budget su un caso reale



Budget e controllo di gestione per non specialisti

STRUMENTI PER VALUTARE L'EFFICIENZA E LA REDDITIVITÀ DELLA PROPRIA AREA DI BUSINESS



finanza e credito

2 giorni

sigla

6.2.4

quota

1.490 €

Chi ha responsabilità in azienda deve essere in grado di valutare i risultati delle attività gestite, per comprendere e correggere le cause di eventuali scostamenti rispetto alle azioni pianificate.

Il corso fornisce le conoscenze per comprendere i meccanismi di un'efficiente gestione delle attività e valutare gli aspetti economico/finanziari generali e la redditività dell'area di business di competenza.

per chi

- Qualsiasi funzione o ruolo coinvolto nel "controlling"
- Responsabili di aree di business
- Project Managers
- Imprenditori e Direttori di PMI

obiettivi

- Elaborare previsioni, fissare obiettivi, preparare budgets
- Comprendere il significato e l'utilità del Controllo di Gestione
- Approfondire i concetti di costo aziendale e di prodotto
- Eseguire l'analisi di convenienza economica e valutare gli investimenti aziendali
- Formulare un tableau de bord per monitorare i parametri base della propria attività

programma

DATI AZIENDALI E LORO UTILIZZO NELLA PIANIFICAZIONE STRATEGICA E TATTICA

Controllo di gestione, organizzazione e modelli di contabilità

- Controllo di gestione e tipologie organizzative
- Obiettivi aziendali e attività di "controlling"
- Origine dei dati aziendali
- Modelli di contabilità: collegamenti contabilità generale / contabilità analitica – industriale
- Vantaggio competitivo e catena del valore

Pianificazione e controllo di gestione

- Il progetto imprenditoriale
- L'evoluzione dell'attività di pianificazione e controllo
- Strumenti di pianificazione
- Dal business plan al budget
- Processo di budget

METTERE IN RELAZIONE COSTI AZIENDALI E SCELTE MANAGERIALI

Analisi dei costi

- Classificazioni e configurazioni di costo

- Particolarità costi fissi / costi variabili
- Direct vs full
- Configurazione del costo di prodotto
- Ripartizione costi indiretti-ABCosting (cenni)

Analisi di convenienza economica

- Vendite marginali
- Calcolo del punto di pareggio e leva operativa
- Scelta di convenienza in presenza di una risorsa scarsa
- Make or Buy per ridurre i costi

DECLINARE GLI OBIETTIVI AZIENDALI IN BUDGET RAPPRESENTATIVI DI AREE DECISIONALI E PRESTAZIONALI

Evoluzione del controllo di gestione e budget

- Budget: definizione, formulazione, scopi e verifica
- Budget vendite, produzione, acquisti, mano d'opera, magazzino, servizi generali

Budget e obiettivi economico – patrimoniali – finanziari

- L'equilibrio economico, patrimoniale e finanziario

- Il Capitale Circolante verifica del livello necessario

Confronti consuntivi / budgets

- Misura dello scostamento tra budget e risultati
- Comprensione delle motivazioni degli scostamenti

La valutazione degli investimenti

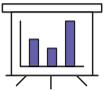
- Payback - Net Present Value - Internal rate return - ROI

Reporting

- Accuratezza e tempestività
- I Key Steps del processo di reporting operativo
- Balanced Scorecard : tabloid de bord dinamico - cenni

esercitazioni

- Break even analysis
- Calcolo del costo pieno di prodotto
- Redazione del budget
- Analisi degli scostamenti



amministrazione
e bilancio



Controllo di gestione - base

STRUMENTI PER IMPOSTARE UN SISTEMA DI CONTROLLO DI GESTIONE IN AZIENDA

3 giorni

sigla

6.2.5

quota

1.790 €

Il controllo di gestione deve fornire un quadro di riferimento chiaro e indispensabile per **controllare l'efficienza gestionale** e prendere decisioni condivise, al fine di ottimizzare i costi e **migliorare margini e redditività**.

Il corso fornisce gli strumenti utili per rispondere alla complessità del ruolo, consentendo di acquisire un modello pratico e facilmente applicabile per **impostare un sistema di controllo di gestione**.

per chi

- Controller di nuova nomina
- Responsabili Amministrativi che intendano sviluppare in azienda il controllo di gestione
- Addetti alle funzioni amministrazione, finanza e controllo

obiettivi

- Acquisire una visione d'insieme del processo di controllo di gestione
- Conoscere strumenti e tecniche del controllo di gestione
- Apprendere le metodologie di analisi dei costi
- Analizzare gli scostamenti tra risultati e budget

programma

L'evoluzione del controllo di gestione: da funzioni verticali a processi trasversali

Il controllo di gestione

- Origini, evoluzione, obiettivi del controllo di gestione
- Il Controllo di Gestione come Business Partner aziendale
- L'evoluzione del controllo di gestione
 - da funzioni verticali a processi trasversali
 - da feed-back a feed-forward

Parametri chiave dell'equilibrio economico e finanziario

- Leggere e interpretare il conto economico, lo stato patrimoniale e il cash flow
- Relazione tra le componenti del bilancio
- I cicli aziendali riflessi nel bilancio d'esercizio
- Cenni sull'analisi per indici
- Cenni sulla composizione del capitale
- Il rendimento atteso e il costo del capitale
- La leva operativa: considerazioni sulla composizione dei costi e sul margine di contribuzione
- La leva del capitale investito: l'equilibrio tra capitale di debito e capitale di rischio
- La creazione di valore

Il sistema degli obiettivi societari

- Identificare gli obiettivi
- I possibili conflitti tra gli obiettivi delle funzioni

Contabilità gestionale

- L'articolazione per centri di responsabilità
- Esempi aziendali di modelli di centri di costo
- Contabilità generale, analitica, industriale
- La classificazione dei costi
- Definizione dei costi: per natura e per destinazione, piano dei conti e centri di costo
- Da cost accounting a cost management
- Il sistema di rilevazione dei costi
- La configurazione di costo: diretti, indiretti, fissi, variabili
- Criteri e sistemi di ripartizione dei costi indiretti
- Costo e capacità produttiva
- Come valutare i programmi di riduzione dei costi?
- Costi della non qualità

Logica di gestione dei costi

- La configurazione di costo
- Full vs direct
- Cenni sulla gestione dei costi e la politica dei prezzi

Utilizzare il metodo ABC (Activity Based Costing) - cenni

- Identificare le risorse e le attività svolte
- Valorizzare e stimare i costi relativi

Costruire il tableau de bord aziendale

- I Fattori Critici di Successo (FCS) e i Key Performance Indicators
- Differenti tipi di KPI

Attivare il sistema di controllo aziendale

- Garantire coerenza tra organizzazione, aree di responsabilità, sistema di controllo
- Il business model: le strutture organizzative aziendali
- Esempi semplificati di Business Model aziendali

Collegare controllo di gestione e budget

- I diversi tipi di budget in funzione degli obiettivi
- Budget e controllo di gestione: strumenti di incentivazione e valutazione delle performance aziendali
- Determinazione e analisi degli scostamenti
- Budget rigido, flessibile, incrementale, a base zero
- I «sabotatori» di budget

Sistema di reporting

- Analisi degli scostamenti
- Analisi della varianza
- Analisi delle cause
- Peso delle cause
- Piano d'intervento
- Previsioni
- Sintesi e processo

esercitazioni

- Formazione del costo di produzione di un pezzo
- Criteri e sistemi di ripartizione dei costi indiretti
- Scelta di make or buy per ridurre i costi
- La configurazione di costo
- Valutazione del prezzo prodotto per effettuare vendite marginali



Tecniche base di vendita

IL CORSO BEST SELLER PER VENDITORI E TECNICI COMMERCIALI



venta

Il corso, un best seller frequentato da migliaia di partecipanti in Italia e in Europa, propone un approccio unico e testato alle **tecniche di vendita più operative**. Strutturato come una successione di esercitazioni, prove e simulazioni, trasmette le competenze indispensabili per **vendere con successo**, dalla definizione del target fino alla conclusione della trattativa.

per chi

- Venditori
- Agenti e tecnici commerciali

Il corso è indicato per chi è **all'inizio della propria carriera** commerciale

obiettivi

- Conoscere le tappe del processo di vendita
- Saper preparare una vendita: definire gli obiettivi e organizzare la visita
- Acquisire le tecniche più adatte da utilizzare nei diversi momenti della negoziazione
- Sviluppare competenze in comunicazione per gestire con efficacia la relazione col cliente
- Saper porre domande, argomentare, rispondere alle obiezioni e concludere con successo la vendita

3 giorni

sigla

4.1.4

quota

1.790 €

programma

Conoscere il proprio mercato: il marketing per il venditore

- Conoscere l'evoluzione del mercato
- Conoscere i bisogni del cliente
- Analisi della concorrenza

Organizzare la propria azione di vendita

- Strumenti per organizzarsi: piani di prospezione, piani di zona
- Gestione ottimale del proprio tempo

Applicare le regole di base di una buona comunicazione

- Ostacoli nella comunicazione
- Forme della comunicazione
- Capire e farsi capire
- Empatia e ascolto

Padroneggiare gli strumenti di dialogo con il cliente

- Tecniche di intervista
- Arte del silenzio
- Metodi per riformulare la domanda o il concetto
- Scelta delle parole

Utilizzare un filo conduttore per dirigere la vendita

- Un metodo affermato: le 6C della vendita
- Una necessità: procedere per gradi

Preparare una visita

- Informazioni da raccogliere, strumenti da prevedere
- Costruire l'obiettivo della visita

Stabilire un contatto positivo con il cliente

- Le regole del 4 per 20
- Presentare se stessi e la propria società
- L'apertura del dialogo

Far parlare il cliente

- Informazioni da scoprire
- Domande da porre
- Tecniche per condurre il primo colloquio

Strutturare e adattare le proprie argomentazioni

- Che cosa è un'argomentazione di vendita
- Il metodo per costruire un'argomentazione
- Scelta delle argomentazioni
- Ricerca dell'adesione

Presentare il prezzo

- Il prezzo: questo sconosciuto

- Quando parlare di prezzi
- Tecniche per presentare il prezzo

Gestire le obiezioni del cliente

- 8 tecniche per trattare l'obiezione
- La ripresa del dialogo dopo l'obiezione
- Come ribattere alle obiezioni più frequenti

Concludere per vendere

- Il "semaforo verde" della conclusione
- 4 tecniche per concludere
- Come terminare un incontro
- Cosa fare in caso di insuccesso

Preparare la visita successiva

- "Vendere" la prossima visita
- Fidelizzare i propri clienti

Utilizzare il telefono come strumento di vendita

- Specificità della comunicazione telefonica
- Diversi usi del telefono: prendere un appuntamento, rilanciare un'offerta, fidelizzare, ottenere delle informazioni

esercitazioni

- Piano di sviluppo personale
- Comportamenti vincenti nell'approccio di vendita – simulazione



Fondamenti di marketing

LEVE E STRUMENTI PER LA DEFINIZIONE DEL PIANO MARKETING

2 giorni

sigla

4.2.1

quota

1.390 €

Soddisfare i clienti, contrastare i competitor, generare fatturato e profitti per la propria azienda sono gli obiettivi del marketing. Il corso fornisce le competenze base per affrontare i propri mercati di riferimento e costruire **un piano di marketing** efficace che, da un lato, guidi l'azienda nel **consolidamento** e nello **sviluppo** della sua presenza su mercati consolidati, nuovi e potenziali, dall'altro, ne identifichi anche operativamente il vantaggio competitivo.

per chi

- Nuovi addetti marketing
- Manager non specialisti con responsabilità di business unit o mercato
- Specialisti di nuova nomina in ambito marketing

obiettivi

- Fotografare e analizzare l'ambiente di azione: aziendale, competitivo, macroeconomico
- Concretizzare un reale paradigm shift: dal focus sul prodotto a quello sul cliente
- Selezionare il target di clienti ottimale, stimarne le potenzialità e veicolare la miglior offerta
- Definire una strategia e un posizionamento di marketing credibile e sostenibile
- Costruire un piano di marketing che sia un reale strumento di strategia e di pianificazione
- Riconoscere e capitalizzare il rapporto marketing e comunicazione

programma

Il nuovo ruolo del marketing in azienda

- Le nuove frontiere del marketing
- Relazioni e contributo del marketing alle altre funzioni aziendali
- Le tre mission del marketing: analisi, identificazione della strategia, execution
- Il marketing come vessillo dell'innovazione aziendale

Analisi multidisciplinare del contesto: il valore delle informazioni

- Principi generali e strumenti per il monitoraggio del mercato
- Analisi metodologica dell'ambiente esterno e dei trend di mercato: PEST(E) analysis
- Valore e importanza dell'analisi competitiva
- Analisi CUB: dai plus di prodotto ai benefici per il cliente
- La matrice SWOT per definire le linee strategiche di intervento

Strategia di marketing: il cuore di una pianificazione di successo

- Definire obiettivi di medio/lungo termine

- Benefit segmentation
- Verifica del target: attese, motivazioni d'acquisto, processo decisionale
- Definizione del posizionamento e dei vantaggi differenziali per il cliente

Marketing mix: dalle 4 "P" alla tattica 3.0

- Marketing mix allargato: quando le "P" diventano 10
- Analisi del prodotto: dal ciclo di vita alla gestione del portfolio prodotti
- Applicazione della Legge di Pareto: la matrice redditività/marginalità
- Prezzo: politica e variabili da considerare per fissarlo
- Analisi di canale e scelta dell'intensità distributiva: il valore aggiunto di una multicanalità strategicamente presidiata
- Piano di comunicazione: finalità e coerenza strutturale rispetto al piano di marketing
- L'integrazione coerente ed efficace delle soluzioni del communication mix
- Mappatura del migliore mix tattico: focus sugli obiettivi

Social Communication, neuromarketing, e marketing semantico: la terza generazione della rete

- Il valore della comunicazione nell'epoca della condivisione
- La centralità del cliente per lo sviluppo del business: il valore della Customer Centricity nel mondo Social
- Brand Reputation e Brand Equity: le nuove coordinate del valore per il cliente
- Le neuroscienze a servizio dello sviluppo del business

Project work: stesura di un piano strategico e operativo di marketing

esercitazioni

- SWOT analysis
- Break even point
- Previsioni di vendita e aspetti finanziari del marketing
- Costruzione e presentazione del piano di marketing

NAPOLI
8-9 magGENOVA
5-6 giuTORINO
6-7 lugVERONA
20-21 setFIRENZE
9-10 ottPADOVA
6-7 nov



Buyer efficace

SELEZIONARE I FORNITORI, NEGOZIARE E ACQUISTARE ALLE MIGLIORI CONDIZIONI



acquisti

Il Buyer ha la necessità di **conoscere l'intero processo d'acquisto** e di guidare quello relativo alle Commodity assegnategli con competenza e autorevolezza: deve individuare e valutare i migliori fornitori sul mercato e **acquistare alle migliori condizioni** possibili sapendo **massimizzare il valore che i fornitori possono offrire** all'Azienda. Il corso rappresenta una formazione completa ed esauriente e fornisce tutti gli strumenti e le tecniche per lavorare con efficacia, in linea con la strategia d'acquisto aziendale e garantendo vantaggi competitivi concreti alla propria azienda.

per chi

- Nuovi Buyer e approvigionatori
- Buyer e approvigionatori interessati a sviluppare le proprie competenze di base

obiettivi

- Conoscere le fasi del processo di acquisto
- Sviluppare una strategia di negoziazione per condurre un'efficace trattativa
- Analizzare le offerte e i prezzi per acquistare al meglio
- Saper valutare i fornitori per migliorare le loro prestazioni
- Sviluppare una relazione positiva, vincente e duratura con i fornitori

3 giorni

sigla

8.1.2

quota

1.890 €

programma

Professione Buyer: responsabilità, obiettivi, attività principali

- Importanza degli acquisti e impatto sull'utile aziendale
- Obiettivi della funzione acquisti: qualità, quantità, prezzo, consegna
- Responsabilità e attività principali del Buyer
- Relazioni dei Buyer con gli altri settori dell'azienda

Procedure e gestione degli acquisti

- Processo di approvvigionamento e processo d'acquisto
- Stesura, valutazione delle offerte e scelta del fornitore migliore
- Gestione degli ordini ai fornitori: garantire consegna e puntualità
- Rapporti con clienti interni e fornitori

Processo d'acquisto

- Fasi del processo d'acquisto: richiesta di offerta, analisi della RdA ed emissione ordine, gestione dell'ordine, solleciti ai fornitori, analisi e valutazione della qualità della fornitura, gestione del pagamento e contenzioso con il fornitore

- Documenti e strumenti di supporto alle fasi del processo

Responsabilità del Buyer nelle differenti modalità di gestione delle scorte

- Responsabilità del Buyer

Processo d'acquisto e corretta gestione dei fornitori

- Ricerca dei fornitori
- Valutazione preventiva dei fornitori: tecnica e finanziaria
- Omologazione dei fornitori e dei prodotti/servizi
- Attivazione del fornitore: analisi dei prezzi, negoziazione, contrattualistica
- Valutazione a consuntivo
- Vendor rating e azioni correttive

Acquisti in Paesi low cost (cenni)

- Nuovi mercati: opportunità e rischi
- Parametri di valutazione per i fornitori del far east
- Tempi e costi per il controllo delle forniture provenienti dai nuovi mercati
- Principali problematiche da tenere in considerazione

Tecniche e strumenti per un'attività efficace del buyer

- Gestione del tempo per organizzare meglio le attività
- Metodo ABC per stabilire le priorità
- Matrice di valutazione delle offerte
- Analisi del valore
- Analisi prezzo/costo

Nuove metodologie a supporto del Buyer

- Nuove forme di contratti: contract manufacturing, accordi quadro, accordi di gruppo
- Impatto dell'e-purchasing sulle attività del Buyer
- Reti EDI e fatturazione elettronica

Tecniche di negoziazione per una trattativa vincente

- Prepararsi alla trattativa
- La definizione degli obiettivi negoziali
- Gestione della negoziazione
- Sviluppare le qualità di negoziazione efficace

esercitazioni

- Analisi dei fornitori
- Analisi ABC per l'ufficio acquisti
- Costruzione di un sistema di vendor rating
- Esercitazione: la preparazione alla negoziazione
- Role play: simulazione di negoziazione



NAPOLI
29-31 mag



GENOVA
26-28 giu



TORINO
24-26 lug



VERONA
18-20 set



FIRENZE
23-25 ott



PADOVA
29 nov-1 dic



Capo in Produzione

LE COMPETENZE MANAGERIALI PER GESTIRE UN TEAM IN PRODUZIONE

3 giorni

sigla

10.1.1

quota

1.890 €

Per ottenere prestazioni di alto livello e gestire al meglio la squadra, il Manager in Produzione deve affiancare alle competenze tecniche gli **aspetti manageriali, comportamentali e gestionali**. Il corso fornisce le competenze indispensabili al ruolo – leadership, team management, gestione degli aspetti principali del manufacturing – che insieme ad un efficace **tableau de bord** consentono di governare al meglio la produzione.

per chi

- Responsabili Produzione
- Supervisor
- GAP leader
- Capi servizio
- Capi reparto
- Responsabili d'ufficio tecnico
- Responsabili di linea

obiettivi

- Eccellere negli aspetti comportamentali e gestionali
- Gestire in modo ottimale il proprio reparto, sviluppando un team efficiente
- Risolvere le situazioni conflittuali in maniera win-win
- Comunicare e presentare idee e programmi in modo persuasivo

programma

Ruolo del Responsabile Produzione

- Il ruolo del responsabile di un'area produttiva
- L'importanza della gestione delle persone per l'ottenimento dei risultati
- Dalla gestione gerarchica allo sviluppo delle capacità dei collaboratori: il capo come "allenatore"
- Il cambiamento e l'evoluzione verso il ruolo ideale di responsabile
- Il rapporto con i superiori

Leadership nel contesto produttivo

- Confronto fra leadership e managerialità: guadagnare consenso e riconoscimento attraverso l'autorevolezza
- Le 3 abilità fondamentali per un esercizio efficace della leadership nei reparti produttivi
- Saper applicare il corretto approccio alle diverse persone della propria area

- Saper valutare il livello di maturità professionale delle proprie persone
- Sviluppare il livello di maturità professionale delle proprie persone
- Gli strumenti operativi per esercitare la leadership
- L'esercizio della leadership attraverso l'esempio

Gli elementi di base per una efficace gestione del team di lavoro

- Il concetto di squadra
- L'importanza di una comunicazione efficace per un responsabile di un'area produttiva: strumenti di base
- Assertività e ascolto attivo per far funzionare al meglio i gruppi sul posto di lavoro
- Condividere obiettivi e aspettative per creare motivazione
- Delega come strumento per far crescere le capacità delle proprie persone e migliorare la performance complessiva dell'area di competenza

- Gestione dei conflitti

I principali aspetti della gestione del manufacturing

- Migliorare la produttività: i principali indicatori
- Efficienza della manodopera
- Efficienza degli impianti
- L'efficienza del flusso produttivo
- Il tableau de bord degli indicatori di produzione

esercitazioni

- Il ruolo del responsabile nelle aree produttive
- Gli strumenti per l'efficace esercizio della leadership
- La comunicazione bidirezionale
- La motivazione delle persone
- Uso della delega per far crescere i propri collaboratori
- L'efficienza globale degli impianti
- Razionalizzazione dei flussi di materiali



Pianificazione e programmazione della produzione

LE SOLUZIONI PER FAR CRESCERE LE PRESTAZIONI DELLA PRODUZIONE



produzione

Gestire il sistema produttivo, integrandolo nella supply chain, permette di gestire il flusso dei materiali lungo la catena acquisti-produzione-distribuzione, creando vantaggi importantissimi per l'azienda. Il corso affronta le problematiche legate alla gestione della produzione in **diversi ambiti** e approfondisce le logiche alla base delle **soluzioni informatizzate** per la programmazione della produzione, al fine di possedere gli strumenti per eccellere nel percorso di miglioramento delle prestazioni produttive e logistiche.

per chi

- Responsabili Produzione
- Responsabili ed Addetti alla Pianificazione e Programmazione della Produzione
- Personale delle aree Operations coinvolto nella pianificazione e programmazione della produzione

obiettivi

- Avere una visione chiara del processo di pianificazione, programmazione e controllo della produzione
- Programmare la produzione con logica push e pull
- Gestire le scorte e gli approvvigionamenti
- Migliorare l'efficienza della produzione grazie al lean manufacturing

3 giorni

sigla

10.1.3

quota

1.890 €

programma

Ambiti produttivi e sistemi di programmazione

- Tipologie di configurazione produttiva
- Modalità di produzione rispetto la domanda: MTS, ATO, MTO, PTO, ETO
- Caratteristiche e criticità dei diversi ambiti produttivi
- Tempo ciclo, tempo di attraversamento e saturazione
- Sistemi di gestione push e pull

Dati di base della programmazione

- Distinte base, distinte di pianificazione
- Cicli di lavorazione, centri di lavoro
- Set up, lead time
- Capacità produttiva

Demand Planning

- Gestione e pianificazione della domanda
- Processo previsionale in azienda
- Indicatori di errore previsionale
- Sistemi ATP (Available To Promise) e CTP (Capable to Promise)

Pianificazione della produzione

- Piano aggregato della domanda (Sales and Operation Planning – S&OP)
- Orizzonte di pianificazione, time bucket, unità di pianificazione

- Distinte e cicli per famiglia di prodotti
- Pianificazione di massima della capacità
- Pianificazione della produzione
- Programmazione della produzione

Programmazione della produzione-logica push

- Orizzonte temporale, time bucket, unità di programmazione
- Master Production Schedule (MPS)
- Rough Cut Capacity Planning (RCCP)
- Material Requirement Planning (MRP)
- Capacity Requirement Planning (CRP)
- Manufacturing Resource Planning (MRPII) e Advanced Planning Systems (APS)
- Scheduling, Sequencing, Dispatching, Shop Floor Control
- Software per il sistema di programmazione

Programmazione della produzione – logica pull

- Sistema Kanban: ambiente produttivo e ambiti di applicazione
- Condizioni e suggerimenti per l'adozione di un sistema Just In Time

Gestione dei materiali

- Gestione a punto di riordino
- Gestione a periodo fisso
- Scorta minima, scorta di sicurezza, lotto economico

- Analisi ABC dei materiali, cross analysis consumi - giacenza
- Consignment Stock (CS)
- Vendor Managed Inventory (VMI)
- Continuous Replenishment Program (CRP)

Modello organizzativo lean per migliorare l'efficienza produttiva

- Principi organizzativi del lean manufacturing
- Strumenti operativi per analizzare ed accrescere il valore del flusso produttivo

Controllo delle prestazioni

- Metodo dei Key Performance Indicators (KPI)
- KPI per monitorare processi di programmazione della produzione, gestione delle scorte e di servizio ai clienti
- Controllo della produttività dei macchinari e del personale
- OEE (Overall Equipment Effectiveness)
- Livello di servizio ai clienti
- Sistemi MES (Manufacturing Execution Systems)

esercitazioni

- Applicazioni di tecniche di previsione della domanda
- Piano principale di Produzione – MPS
- Sistema MRP



NAPOLI
15-17 mag



GENOVA
12-14 giu



TORINO
5-7 lug



VERONA
11-13 set

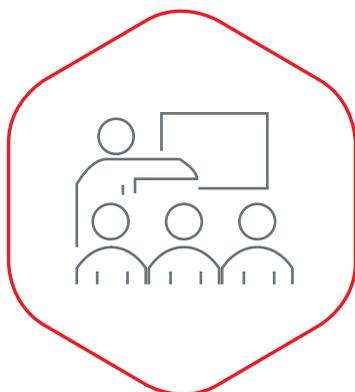


FIRENZE
23-25 ott



PADOVA
15-17 nov

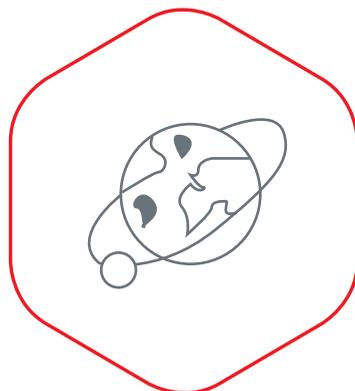
FORMAZIONE



ACCOMPAGNAMENTO
ALLA TRASFORMAZIONE
AZIENDALE



BEYOND KNOWLEDGE*

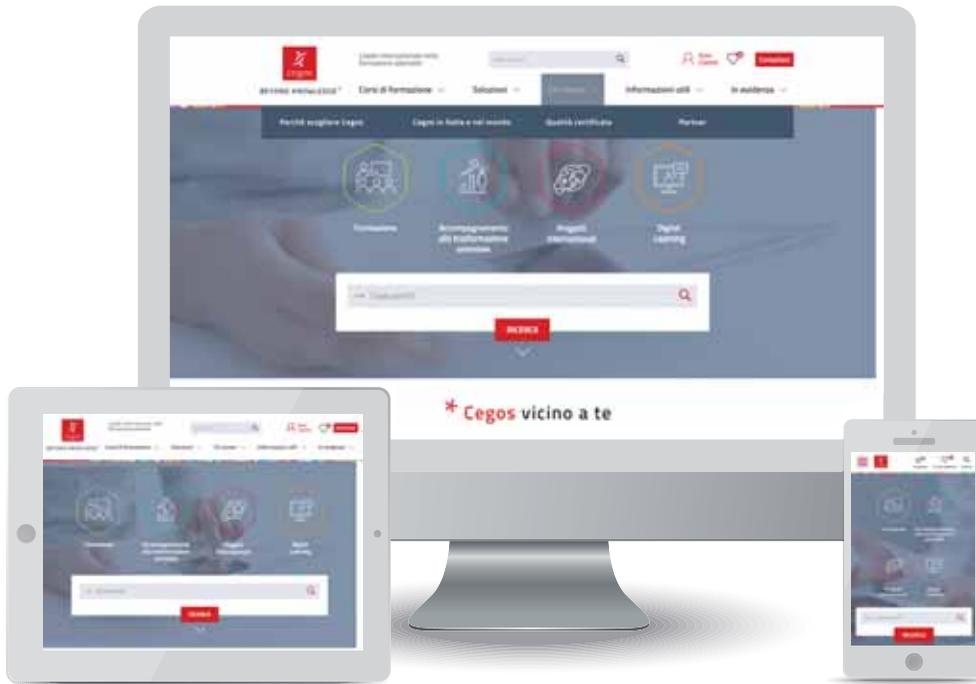


PROGETTI
INTERNAZIONALI



DIGITAL
LEARNING





cegos.it



BEYOND KNOWLEDGE*