

Innovazione e transizione digitale della PA

Strumenti per la digital transformation nella Pubblica Amministrazione e nei servizi pubblici

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.390,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.058,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA1

La digitalizzazione della Pubblica Amministrazione è al centro delle **politiche di innovazione del settore pubblico**, a partire dal **Codice dell'Amministrazione Digitale (CAD)**, passando per il **Responsabile per la Transizione Digitale (RTD)**, fino al **Piano Triennale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione**. A tutto ciò si aggiungono i punti fondamentali della **Missione 1 del PNRR** (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza), ovvero digitalizzazione, innovazione, sicurezza della Pubblica Amministrazione.

L'obiettivo è un'Italia moderna, dove anche la Pubblica Amministrazione deve necessariamente essere allineata all'innovazione informatica: ciò comporta la **ridefinizione di procedure, ruoli e servizi in chiave digitale** per il miglioramento dell'erogazione dei servizi al singolo cittadino.

Il corso consente di lavorare sul passaggio fondamentale della **digitalizzazione della PA**, partendo dal quadro normativo di riferimento e dai bisogni dei cittadini e degli stakeholder della Pubblica Amministrazione, per **definire, implementare e misurare la transizione digitale in ottica strategica**.

A chi è rivolto

- Responsabili della Transizione Digitale (RTD)
- Tutti coloro che hanno la responsabilità di introdurre innovazioni digitali nella PA
- Consulenti e manager di organizzazioni che operano nell'ambito della trasformazione digitale per la Pubblica Amministrazione

Programma

Quadro Normativo dell'innovazione e transizione digitale

- CAD, Codice dell'Amministrazione Digitale (legge 72/2005) e sue modifiche negli anni
- AgID, Agenzia per l'Italia Digitale (2012), per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenzia Digitale Europea (2010)
- Strategia per la crescita digitale 2014-2020: una svolta per il percorso di digitalizzazione della PA
- Piano Triennale per l'Informatica nella Pubblica Amministrazione (2017 e aggiornamenti seguenti): un piano per l'applicazione della strategia
- PNRR: le attività previste dalla Missione 1

Bisogni e attese di cittadini e stakeholder della PA

- Analisi del contesto esterno e interno
- Mappatura degli stakeholder
- Analisi delle evoluzioni tecnologiche e di come valorizzarle nella PA
- Leadership dell'innovazione nella PA

Strumenti di project management per l'innovazione e la transizione digitale

- Approcci all'innovazione nel settore pubblico
- Strumenti dell'innovazione digitale
- Project management dell'innovazione digitale nella PA

Gestione e misurazione dell'innovazione digitale

- Approcci all'innovazione nel settore pubblico
- Il ruolo del Responsabile per la Transizione Digitale (RTD) e dei manager coinvolti nel processo di innovazione: far comprendere, accettare e vivere la trasformazione digitale
- Misurazione dell'impatto della trasformazione digitale nella PA



Obiettivi del corso

- Identificare con precisione il quadro normativo entro cui si muove la transizione digitale della PA
- Conoscere i principali strumenti dell'innovazione digitale
- Inquadrare i bisogni e le attese di cittadini e stakeholder della PA per disegnare e implementare i servizi digitali
- Definire progetti di trasformazione digitale grazie a piani tattico-strategici
- Introdurre e gestire i cambiamenti introdotti dall'innovazione digitale attraverso strumenti di governance, change management e cultura dell'innovazione.

- Creazione di un piano di rilevazione dei bisogni digitali
- Creazione di un project work di trasformazione digitale
- Esercitazione su metodologie e tecniche di change management

Il lavoro agile nella PA

Gestire il team in modalità ibrida

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 890,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.513,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA2

La diffusione dello smart working, nelle aziende come nella Pubblica Amministrazione, ha fatto crescere l'esigenza di implementare **nuove modalità di gestione dei collaboratori**, in grado di ottimizzare motivazione, senso di appartenenza, collaborazione e performance di chi lavora oggi in **modalità ibrida**, alternando presenza e remoto.

Essere leader in un contesto che prevede il **lavoro agile** mette infatti di fronte a un paradosso: da un lato si possono raggiungere risultati insperati e raggiungere livelli di motivazione davvero rilevanti, dall'altro può apparire tutto più complesso. Non si tratta tanto di affrontare gli aspetti tecnologici, quanto quelli umani: come gestire il cambiamento della **relazione** all'interno del gruppo di lavoro? Come creare e mantenere la **fiducia** necessaria? Come favorire la **comunicazione** senza far sentire qualcuno escluso?

Il corso supporta i responsabili di team nello sviluppo di competenze idonee per **gestire se stessi e i propri collaboratori in modo agile ed efficace**, accrescendo sia la coesione del team, sia la performance.

A chi è rivolto

- Manager e Team Leader della Pubblica Amministrazione chiamati a gestire personale in lavoro agile
- Dipendenti del settore pubblico con responsabilità di team che abbiano il desiderio di approfondire la conoscenza delle tecniche manageriali per il contesto ibrido
- Responsabili HR che vogliano identificare aspetti culturali e suggerimenti pratici per la gestione del lavoro agile

Programma

Lavoro agile nella PA: un'opportunità da cogliere

- Da remote manager "per caso" a responsabile agile
- Spazi, ambiente e modalità di lavoro: un contesto in evoluzione
- Competenze e abilità da alimentare quotidianamente in un contesto che prevede anche il lavoro a distanza
- Esigenze dei collaboratori in un quadro ibrido (totalmente in remoto, in situazioni ibride, in sedi diverse)

Gestire se stessi e il cambiamento in un ambiente ibrido

- Adattare la propria leadership al contesto
- Riconoscere le proprie resistenze e agire in modo agile
- Adattare la presa di decisione al nuovo contesto

Leadership, responsabilizzazione e fiducia

- Creare e mantenere la fiducia
- Riconoscere lo stile relazionale più adatto al mondo ibrido
- Chiarire le aspettative
- Responsabilizzare sugli obiettivi
- Delegare a distanza in modo adeguato

Rafforzare il feedback a distanza e in presenza

- La cultura del feedback in un contesto agile
- Feedback e colloqui One-to-One: cosa cambia e quali regole seguire
- Favorire la “motivazione totale” in un mondo ibrido

Gestire il team nel nuovo contesto ibrido

- Creare e mantenere coesione nel team
- Rafforzare fiducia e collaborazione all'interno del team
- Garantire il confronto e la condivisione di idee anche in modalità ibrida
- Oltre la gestione della performance: prendersi cura della salute del team
- Stabilire insieme una visione e regole di comunicazione efficaci
- La bussola del lavoro agile per trarre il meglio da ogni occasione



Obiettivi del corso

- Identificare lo stile di leadership adatto al lavoro agile nella PA
- Rafforzare le proprie competenze nella gestione di un team in situazioni ibride o a distanza
- Identificare le buone pratiche per mantenere alta la motivazione e raggiungere i risultati desiderati

- La ruota delle emozioni di un team agile
- Role playing su motivazione e feedback a distanza
- La bussola del lavoro agile: applicazione pratica

La gestione del team nella PA

Motivare, delegare e gestire le situazioni difficili

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.590,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.498,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA3

Il settore pubblico ha delle peculiarità specifiche che impattano sul ruolo del management e, di conseguenza, sulla gestione del team. Nel contesto attuale di tagli al budget e ottimizzazione delle risorse, è indispensabile utilizzare **tecniche manageriali** in grado di **motivare, supportare e delegare** i collaboratori, tenendo alta la **performance**.

Il corso permette di affiancare le competenze relative alla gestione del team alle **specificità della PA**, con l'obiettivo di supportare i collaboratori nella loro quotidianità, anche in momenti difficili e di conflitto.

A chi è rivolto

- Dipendenti del settore pubblico che ricoprono un ruolo dirigenziale o che gestiscono team di collaboratori
- Manager o futuri manager del settore privato che incorpora il settore pubblico

Programma

Impatto delle specificità della PA sul ruolo del manager

- Elementi fondamentali per soddisfare al meglio le aspettative dell'amministrazione pubblica: "funzione & status", gerarchie, funzionamento, etc.
- Nuove pratiche previste dal management nel settore pubblico: performance, management per obiettivi, valutazione, etc.

Tecniche manageriali per affermarsi nel ruolo e gestire i collaboratori

- Identificare il proprio stile di management: punti di forza e aree di miglioramento
- Interagire al meglio con i diversi stili dei propri interlocutori
- Sviluppare le competenze dei collaboratori accrescendo la performance:
 - Individuare i talenti dei propri collaboratori
 - Sviluppare la motivazione tenendo conto del vincolo dello status
 - Assegnare obiettivi compatibili con l'inquadramento
 - Sviluppare autonomia e proattività tramite la delega
 - Dare, ricevere e stimolare il feedback

Anticipare e gestire i conflitti del team

- Riconoscere le diverse cause di conflitto e individuare i possibili percorsi per prevenirlo

- Identificare le soluzioni per la risoluzione del conflitto
- Gestire le proprie emozioni e quelle dei propri collaboratori all'interno del conflitto



Obiettivi del corso

- Comprendere le peculiarità del settore pubblico e come queste si riflettono sulla gestione manageriale
- Conoscere i concetti generali di gestione di un team e capire come applicarli nella PA
- Saper interagire con interlocutori di status e posizioni gerarchiche diverse



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

RM

dal 24 nov al 25 nov

La trasformazione della PA: essere manager con l'intelligenza emotiva

Emozioni e performance collettive

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.590,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.498,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA4

In contesto di profonda trasformazione come è quello della Pubblica Amministrazione, è fondamentale tenere in considerazione la **dimensione emotiva del management**. Le emozioni infatti influenzano l'**efficienza personale** di tutti e contribuiscono alla **performance collettiva** all'interno del team.

Il corso esplora il concetto di **intelligenza emotiva** e fornisce strumenti pratici utili per identificare e comprendere al meglio le proprie **emozioni** e quelle dei propri interlocutori, con l'obiettivo di sviluppare la propria **autostima** e un **dialogo positivo** nel quotidiano, anche in un ambiente in continua evoluzione.

A chi è rivolto

- Dirigenti, manager, responsabili di alto livello della PA interessati a sviluppare la propria intelligenza emotiva per accrescere la propria performance e comunicare al meglio con qualsiasi interlocutore

Programma

Comprendere e intervenire sul proprio comportamento emotivo

- Intelligenza emotiva: apporti e scambi
- Il proprio ruolo nella responsabilità manageriale
- Comprendere e gestire le emozioni
- Identificare i propri bisogni e le proprie paure (Modello FIRO di Schutz)
- Cosa scatena le emozioni: utilità per se stessi
- Evitare il "colpo di stato" emotivo e pensare positivo
- Imparare a esprimere le proprie emozioni
- Scoprire il metodo OSBD o il metodo DESC

Utilizzare l'intelligenza emotiva per comprendere e interagire positivamente con gli altri

- ROX in gruppo: sperimentazione, soddisfazione, approfondimento
- Creare un collegamento tra le emozioni e il contesto dell'organizzazione: sopravvivenza, tribù, organizzazione, ricerca, innovazione
- Saper identificare le emozioni degli altri: individuare i segnali deboli, ascoltare per contrastarli
- Dialogare in maniera efficace in situazioni di tensione
- Sviluppare l'autostima



Obiettivi del corso

- Sviluppare la propria intelligenza emotiva
- Vivere e gestire al meglio i periodi di trasformazione
- Comprendere gli altri, identificando le loro emozioni
- Gestire le situazioni difficili grazie all'intelligenza emotiva

- Lavoro sul concetto di "colpo di stato" emotivo
- Esercitazione sull'interazione con gli altri: caratterizzazione delle diverse tappe, emozioni dominanti associate, comportamenti da adottare

Sviluppare la motivazione nella PA

Strumenti per sviluppare la performance del proprio team nella Pubblica Amministrazione

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.390,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.058,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA5

Nel contesto attuale e futuro, **sviluppare e mantenere alta la motivazione dei propri collaboratori** è una delle maggiori sfide che i manager della Pubblica Amministrazione devono affrontare. Lavorare con un team di collaboratori motivati permette infatti di migliorare le **performance individuali e di gruppo**, in un **clima organizzativo più sereno**, diminuendo la conflittualità interna e garantendo più **elevati standard di servizio**.

Il corso affronta le **peculiarità della PA** - le dinamiche che muovono le organizzazioni pubbliche e i vincoli specifici che caratterizzano le diverse strutture - e consente di acquisire metodi e strumenti **per sviluppare la motivazione** nel proprio gruppo di lavoro.

A chi è rivolto

- Dipendenti del settore pubblico che ricoprono un ruolo dirigenziale o che gestiscono collaboratori
- Dipendenti del settore pubblico che sono in procinto di gestire collaboratori
- Manager o futuri manager del settore privato che incorpora il settore pubblico

Programma

Impatto delle specificità della PA sulla motivazione dei collaboratori

- Contesto pubblico e dinamiche motivazionali
- Nuove pratiche per il management del settore pubblico: performance, management per obiettivi, valutazione, etc.

Il leader motivante nel settore pubblico

- Caratteristiche e comportamenti dei leader motivanti
- Come applicare la leadership motivante nel settore pubblico
- Sviluppare consapevolezza rispetto al proprio profilo motivazionale

Profili e leve motivazionali

- Profili motivazionali dei propri collaboratori
- Principali leve motivazionali: fattori igienici e fattori motivanti
- Adattamento delle differenti leve motivazionali al profilo dei propri collaboratori
- Mantenimento della motivazione nel tempo

Gestire un colloquio motivazionale utilizzando un linguaggio motivante

- Preparazione di un colloquio motivazionale
- Azioni da intraprendere ed errori da evitare per sostenere la motivazione
- Verificare la motivazione del proprio collaboratore
- Utilizzare un linguaggio motivante



Obiettivi del corso

- Comprendere come le peculiarità del settore pubblico influenzano le dinamiche motivazionali
- Individuare le skill di un leader motivante nella specificità della PA
- Identificare i diversi stili motivazionali
- Riconoscere e comprendere le principali leve motivazionali e gestirle in relazione alle specificità dei propri collaboratori
- Gestire al meglio un colloquio motivazionale
- Conoscere e utilizzare il linguaggio motivante

Lo sviluppo dei collaboratori nella PA

Valutazione, feedback, percorsi individuali: la cultura del merito nella Pubblica Amministrazione

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.590,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.498,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA6

Lo sviluppo del proprio team è centrale per qualsiasi ruolo manageriale. È una **sfida** cruciale anche per chi gestisce le persone nel settore pubblico, caratterizzato da **peculiari inquadramenti normativi** e **specificità organizzative**, che rendono la **crescita dei collaboratori** un compito particolarmente complesso. Il passaggio a politiche che premiano il merito impone innanzitutto l'adozione di un paradigma culturale nuovo per i manager della Pubblica Amministrazione.

Il corso consente di sviluppare una **cultura basata sul merito** e fornisce strumenti specifici e coerenti con la nuova impostazione della Pubblica Amministrazione, supportando la crescita

A chi è rivolto

- Dipendenti del settore pubblico che ricoprono un ruolo dirigenziale o che gestiscono collaboratori
- Dipendenti del settore pubblico che sono in procinto di gestire collaboratori
- Manager o futuri manager del settore privato che incorpora il settore pubblico
- Membri di nuclei di valutazione o di organismi indipendenti di valutazione

Programma

Il settore pubblico e il cambiamento culturale legato alla logica meritocratica

- Perché utilizzare una logica meritocratica nel settore pubblico
- Il cambiamento di paradigma verso una cultura meritocratica nella PA: ostacoli e opportunità
- La gestione del cambiamento culturale nella Pubblica Amministrazione

La valutazione come strumento di crescita dei collaboratori

- Gli strumenti e le tecniche di valutazione più adatte alla propria organizzazione
- I principi base della valutazione del personale
- I bias cognitivi e il loro impatto sulla valutazione dei collaboratori
- La definizione e la condivisione dei criteri di valutazione

Gestire un colloquio di valutazione: dare feedback

- La preparazione di un colloquio di valutazione

- Azioni da intraprendere ed errori da evitare
- Dalla cultura della critica quella del feedback
- Come dare un feedback costruttivo
- La gestione delle criticità in un colloquio di valutazione

Monitoraggio e percorsi individuali

- Monitoraggio delle performance dei propri collaboratori

Definizione dei percorsi individuali di sviluppo



Obiettivi del corso

- Sviluppare una cultura meritocratica nei contesti pubblici
- Essere in grado di valutare i propri collaboratori utilizzando le più adeguate tecniche di valutazione del personale
- Utilizzare i sistemi di valutazione come strumento di supporto alla crescita dei collaboratori
- Gestire un colloquio di valutazione
- Condividere un percorso di sviluppo con i propri collaboratori



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 10 nov al 13 nov

- dal 10 nov al 10 nov
- dal 13 nov al 13 nov

Project Management: corso propedeutico al conseguimento della certificazione ISIPM-Base®

Acquisire le basi del project management

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 1.890,00 € +IVA
Packaged in azienda : 5.103,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA7

La **certificazione ISIPM-Base®** è stata ideata dall'Istituto Italiano di Project Management definendo tutti gli elementi di conoscenza necessari per coloro che desiderino iniziare un **percorso professionale come Project Manager** o che si trovino a operare in un contesto di progetto.

La Certificazione ISIPM-Base® costituisce da sempre un primo importante passo lungo un percorso più ampio di professionalizzazione e di certificazione che può avere come obiettivo finale la **certificazione secondo norme UNI** da parte di organismi di certificazione garantiti da **ACCREDIA**, oppure la crescita secondo la qualificazione ISIPM-Av, la credenziale internazionale PMP® (Project Management Professional) del PMI® (Project Management Institute) o le credenziali Livello A, B, C dell'IPMA®.

Il corso, realizzato con la **supervisione scientifica di ISIPM**, fornisce le **conoscenze generali e di base in materia di project management** ed è stato **qualificato secondo lo schema Project Manager UNI 11648 da AICQ SICEV**.



È possibile **sostenere l'esame di Certificazione ISIPM-Base®** direttamente presso ISIPM usufruendo dello sconto sulla quota di iscrizione riservato ai partecipanti al corso.

A chi è rivolto

- Project Manager, RUP
- Tutti coloro che desiderano affrontare il tema del project management

Programma

Il contesto del project management

- Progetto e project management
- Strutture organizzative e progetti
- Program e portfolio management
- Governance dei progetti
- Avvio
- Pianificazione
- Esecuzione

- Controllo
- Chiusura
- Contesto e gestione degli stakeholder
- Fasi del progetto (ciclo di vita)
- Criteri del successo del progetto
- Strategie di progetto, requisiti e obiettivi
- Il ruolo del Project Manager
- Modelli di maturità del Project Manager
- Criteri di valutazione del progetto

Conoscenze tecniche e metodologiche

- Gestione dell'integrazione di Progetto
- Gestione dell'ambito e dei deliverable di progetto
- Gestione dei tempi di progetto
- Gestione delle risorse di progetto
- Gestione della contrattualistica e degli acquisti di progetto
- Gestione dei rischi di progetto
- Gestione dei costi di progetto
- Gestione della configurazione e delle modifiche di progetto
- Valutazione dell'avanzamento di progetto
- Gestione delle informazioni e della documentazione di progetto
- Gestione della qualità di progetto
- Standard e normative

Soft skill per il Project Manager

- Comunicazione
- Leadership
- Motivazione e orientamento al risultato
- Team working e team building
- Negoziazione
- Conflitti e crisi
- Problem solving
- Etica



Obiettivi del corso

- Acquisire le conoscenze di base del project management
- Acquisire le tecniche necessarie per la gestione di un progetto



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

RM

dal 10 nov al 12 nov

Il Responsabile Unico di Progetto (RUP)

Il ruolo del RUP nelle procedure di affidamento dei contratti pubblici

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 990,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.530,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA8

Il Decreto Legislativo del 31 marzo 2023 n. 36, disciplina la figura del **RUP** che, da Responsabile Unico del Procedimento diventa **Responsabile Unico di Progetto**. Si tratta di una figura centrale nell'ambito degli **appalti pubblici** e da lui dipende l'**efficienza di un processo** rispetto ad un'opera o un'infrastruttura complessa.

Il corso affronta i principi generali e il ruolo del RUP nelle procedure di affidamento di **contratti pubblici**, tenendo conto della nuova legislazione e approfondendo le novità rispetto al **ciclo digitale dei contratti**.

A chi è rivolto

- Responsabili Unici di Progetto (RUP)
- Personale in servizio presso stazioni appaltanti

Programma

Il Responsabile Unico di Progetto (RUP)

- Dal procedimento al progetto
- Nomina e compiti del RUP
- Responsabilità ed incentivi

Il RUP nel nuovo Codice

- Le procedure senza RUP
- Il responsabile di fase
- Supporto al RUP

Il RUP nella pianificazione e progettazione

- Analisi del fabbisogno e programmazione triennale
- Dalla determina a contrarre alla documentazione di gara
- Requisiti di accesso e criteri di aggiudicazione

Il RUP nell'affidamento

- Le procedure di gara e l'affidamento diretto
- La verifica dei requisiti, soccorso istruttorio e avvalimento
- L'aggiudicazione e l'anomalia dell'offerta

Il RUP nell'esecuzione

- La stipula del contratto
- Patologie dell'esecuzione (penali, revisione prezzi e varianti)
- La regolare esecuzione e la liquidazione



Obiettivi del corso

- Possedere una conoscenza specialistica sugli appalti pubblici
- Realizzare le procedure di affidamento di contratti pubblici
- Gestire le criticità nel ciclo dei contratti pubblici

- Case study e quiz sui temi trattati

Il nuovo Codice degli appalti

Affrontare le sfide degli appalti del PNRR

 Presenziale / a distanza



4h00

Open : 590,00 € +IVA

WebCode: PA9

Packaged in azienda : 1.003,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)

Customized : Su richiesta

Il nuovo Codice dei Contratti pubblici (D.Lgs 36/23), entrato in vigore il 1 aprile 2023, tiene conto delle innovazioni introdotte negli ultimi anni per **affrontare le sfide degli appalti del PNRR**. Una riforma radicale che rivede in modo importante la normativa, valorizzando gli appalti pubblici come **leva strategica per la ripresa nell'attuale contesto economico**. Il decreto diventerà operativo dal 1 luglio 2023, mentre molte disposizioni troveranno piena attuazione dal 1 gennaio 2024.

Il corso consente di approfondire le principali novità contenute nel nuovo Codice dei Contratti pubblici, preparando chi si occupa di acquisti negli enti pubblici a **gestire le nuove procedure in modo corretto, evitando ritardi nell'esecuzione**.

A chi è rivolto

- Personale in servizio presso stazioni appaltanti
- Responsabili Unici di Progetto (RUP)
- Operatori privati nel settore dei contratti pubblici
- Fornitori della Pubblica Amministrazione

Programma

Codificazione dei contratti pubblici

- Genesi e struttura
- Codice e direttive UE
- Ambito di applicazione soggettivo ed oggettivo

Governance

- Cabina di regia e help desk
- MIT e struttura di missione
- Il ruolo di ANAC: vigilanza e controllo

Qualificazione delle stazioni appaltanti

- Livelli di qualificazione per lavori, servizi e forniture
- Requisiti e criteri per la qualificazione

- Qualificazione con riserva

Principi dei contratti pubblici

- Nuovi principi: risultato e fiducia
- Auto-produzione o esternalizzazione?
- Applicazione dei principi tradizionali

Digitalizzazione dei contratti

- Ecosistema nazionale di e-procurement
- Piattaforme di approvvigionamento digitale
- Strumenti telematici di acquisto e negoziazione

Responsabile unico del progetto (RUP)

- Requisiti e nomina: cosa cambia?
- Professionalizzazione del RUP
- Compiti del RUP nel ciclo dei contratti



Obiettivi del corso

- Fornire una conoscenza generale sugli appalti pubblici

Case study e quiz sui temi trattati



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

RM

date 22 ott

La funzione HR nella PA

La gestione del personale nel settore pubblico tra modernizzazione della PA e PNRR

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (13 Ore)
Durata online : 2 giorni (16 Ore)

Open : 1.590,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.498,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA10

Integrare la funzione HR in una struttura pubblica richiede non solo la conoscenza della normativa applicabile, ma anche delle pratiche specifiche, così da guidare i cambiamenti attesi per la **modernizzazione della PA**, nell'ambito del PNRR e, in particolare, nella gestione delle competenze.

L'obiettivo del corso è quindi quello di analizzare le problematiche relative alla **gestione del personale nella Pubblica Amministrazione**. Da un lato vengono esaminati gli **orientamenti legislativi** che, a partire dalla legge 142 del 1990 ad oggi, hanno delineato le tendenze in atto nel settore pubblico, dall'altro viene affrontato il tema della gestione delle risorse umane in un contesto definito dal nuovo alfabeto della Pubblica Amministrazione (accesso, buona amministrazione, capitale umano e digitalizzazione) e dalle restrizioni della spesa pubblica in atto nell'ultimo decennio.

A chi è rivolto

- Dirigenti, responsabili e funzionari di dipartimenti HR nella PA
- Manager interessati ai processi di selezione e sviluppo nella PA

Programma

Modalità di accesso al pubblico impiego

- Condizioni di accesso al settore pubblico
- Nuove regole per la selezione dei dipendenti pubblici
- La revisione delle opportunità di promozione alle posizioni dirigenziali di alto livello

PNRR e gestione del personale nella PA

- La riforma dei meccanismi di selezione del personale nella PA
- Nuove procedure e regole per la selezione
- Il portale unico di reclutamento
- L'analisi dei fabbisogni di competenze e la pianificazione del personale

Lo sviluppo di un capitale umano di eccellenza

- Onboarding delle nuove risorse in un ente o in un contesto lavorativo pubblico

- Formare i neoassunti e accelerarne l'integrazione nell'organizzazione
- Identificazione e gestione dei talenti
- Valutazione della performance
- Colloqui motivazionali e di orientamento professionale
- Promuovere la mobilità interna ed esterna
- Percorsi di carriera nella Pubblica Amministrazione



Obiettivi del corso

- Conoscere il contesto legislativo e il cambiamento in atto
- Approfondire PNRR e riforma della PA nella gestione del personale
- Selezionare i dipendenti pubblici tenendo conto delle nuove regole nella PA
- Definire un piano di onboarding
- Gestire i percorsi professionali valorizzando le singole competenze

- Action plan sullo sviluppo delle Risorse Umane

La gestione delle competenze nelle organizzazioni pubbliche

Mappatura delle competenze e percorsi di carriera nella PA

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.590,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.498,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA11

La **riforma della PA prevista dal PNRR** e la riqualificazione delle politiche di gestione e sviluppo delle Risorse Umane pongono un focus specifico sulla pianificazione e sulla **gestione delle competenze** necessarie per la **trasformazione del settore pubblico**.

Il corso prende in considerazione pratiche e strumenti necessari per una sostituzione strategica delle risorse in uscita, delineando il **nuovo assetto della PA** nel rispondere alle esigenze di cittadini e imprese. Il tema viene affrontato dal punto di vista della **motivazione e valorizzazione dei talenti** per migliorare la coerenza tra competenze e percorsi di carriera, differenziandoli in base alle popolazioni e ai ruoli di riferimento.

A chi è rivolto

- Dirigenti e Responsabili HR della PA
- Responsabili e funzionari gestione, selezione, formazione e sviluppo del settore pubblico
- Dirigenti (Direttore Generale e Direttori di Funzione) della PA

Programma

Il disegno organizzativo

- Strategie e obiettivi dell'organizzazione
- La riforma della PA e i nuovi bisogni organizzativi
- Classificazione dei ruoli e contenuti professionali
- Job analysis e metodi di rilevazione
- Job description
- Definizione dell'organigramma

La mappatura delle competenze

- Fasi per l'implementazione
- Metodi di raccolta delle informazioni
- Hard e soft skill
- Definizione del dizionario delle competenze
- Valutazione del possesso delle competenze
- Definizione delle nuove competenze richieste dal PNRR
- Identificazione dei gap di competenze
- Strutturazione dei piani di formazione e sviluppo

Percorsi di carriera

- Apprendimento e risultati nella PA
- Opportunità offerte dal lavoro ibrido
- Valorizzazione delle risorse umane
- Mobilità orizzontale e verticale
- Riqualificazione professionale



Obiettivi del corso

- Definire i profili professionali
- Definire delle politiche di assunzione
- Pianificare lo sviluppo delle competenze, rilevando i gap attuali e futuri
- Pianificare gli interventi formativi a sostegno delle competenze
- Disegnare i percorsi di carriera per i talenti

Le relazioni industriali nel settore pubblico

Il rapporto tra le organizzazioni pubbliche e sindacali della PA

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.390,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.058,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA12

I cambiamenti avvenuti nel settore pubblico nell'ultimo decennio hanno portato ad una **ristrutturazione della Pubblica Amministrazione**, con novità nella **relazione sindacale**, nella **contrattazione collettiva**, nei **diritti** e nelle **norme disciplinari**.

Il corso traccia un quadro delle **Relazioni Industriali** alla luce di questi cambiamenti e analizza gli strumenti per comprendere le dinamiche del **rapporto tra le organizzazioni pubbliche e sindacali del pubblico impiego**. Vengono inoltre fornite le conoscenze giuridico-pratiche per la corretta gestione dell'azione sindacale all'interno dell'organizzazione, tenendo in considerazione comportamento e politica dei diversi attori, organizzazioni sindacali e datori di lavoro.

A chi è rivolto

- Dirigenti e Responsabili HR della PA
- Responsabili e funzionari Relazioni Industriali
- Negoziatori sindacali

Programma

Gli attori sindacali

- Organizzazioni sindacali
- Confederazioni
- RSU
- Dirigenti sindacali

La contrattazione collettiva

- Struttura e decorrenza
- Efficacia dei contratti collettivi
- Differenze tra CCNL dei comparti

I diritti e le agibilità sindacali

- Permessi sindacali
- Assemblea

- Affissione
- Locali sindacali
- Distacchi
- Aspettative
- Tutela del dirigente sindacale e trasferimento

Le relazioni sindacali

- Gli strumenti per la gestione
- La relazione con i dirigenti sindacali
- I livelli e le materie
- I tempi e le procedure
- La gestione della trattativa sindacale

Le norme disciplinari

- Il codice disciplinare
- Gli obblighi del dipendente pubblico
- Le sanzioni previste e l'irrogazione
- La gestione della procedura disciplinare

Comportamenti più adatti nei confronti degli organi per le relazioni industriali

- Le peculiarità del ruolo sociale del supervisore locale rispetto ai dipendenti
- Le buone abitudini da adottare
- Definizione del ruolo dei manager



Obiettivi del corso

- Analizzare l'evoluzione della ristrutturazione della PA e l'impatto nella gestione delle RR.II
- Comprendere le principali dinamiche delle Relazioni Industriali nel pubblico impiego
- Conoscere le modalità dell'azione sindacale dal punto di vista giuridico-pratico
- Gestire i conflitti e promuovere fiducia tra le parti negoziali
- Acquisire strumenti per gestire la trattativa sindacale

- Role play sulla gestione della trattativa sindacale
- Check list relativa alla capacità negoziale
- Action plan



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 13 ott al 16 ott

- dal 13 ott al 13 ott
- dal 16 ott al 16 ott

Gestire rabbia e aggressività dell'utente

Strumenti per confrontarsi positivamente con gli utenti conflittuali

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.590,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.498,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA13

Ogni utente è diverso e alcuni di loro sono capaci di mettere alla prova pazienza e disponibilità con **comportamenti aggressivi**. Questo è particolarmente nella PA, dove le **manifestazioni di rabbia** verso il personale a contatto con il cliente sono in aumento. Per evitare che le situazioni difficili si complicino sempre più, è indispensabile imparare a **identificare i primi segnali di conflitto** da parte degli utenti e acquisire strumenti di comunicazione per ristabilire comunicazioni positive.

Il corso permette di acquisire consapevolezza circa le proprie **emozioni** in una **dimensione di conflitto** per affrontare e gestire con successo la relazione con l'**utente aggressivo**, mantenendo la calma e focalizzandosi sulla risoluzione delle ostilità.

A chi è rivolto

- Tutti coloro che lavorano a stretto contatto con il pubblico

Programma

Comprendere l'aggressività nelle relazioni con l'utente

- Definire le situazioni di conflitto: dall'inciviltà alla prepotenza dell'utente
- Riconoscere i fattori di aggressività: individuali, sociali, commerciali
- Analizzare la relazione con l'utente aggressivo: due diversi punti di vista rispetto a percezioni, emozioni, rappresentazioni, opinioni

Affrontare un utente aggressivo: un modello efficace

- Ascoltare e comprendere il messaggio: le tecniche De-Escalation
- Riassumere gli elementi principali da tenere in considerazione nella situazione conflittuale
- Riformulare ciò che è problematico stemperare la tensione
- Coinvolgere l'utente nella ricerca di soluzioni
- Confermare le decisioni prese e ristabilire una relazione positiva

Mantenere la calma durante una situazione difficile

- Mantenere la propria stabilità emotiva: respirazione e postura
- Imparare a chiedere il supporto di terzi
- Confrontarsi per migliorare: debriefing con se stessi, colleghi, responsabile

Prevenire e anticipare l'aggressività degli utenti

- Situazioni che suscitano insoddisfazione e rabbia nell'utente
- Micro-segnali che anticipano il comportamento aggressivo
- Agire per prevenire le situazioni conflittuali: gli strumenti più efficaci
- La forza del team per gestire l'aggressività dell'utente



Obiettivi del corso

- Sviluppare consapevolezza rispetto alla propria reazione all'aggressività degli utenti
- Acquisire strumenti di comunicazione appropriati per la gestione della relazione conflittuale
- Saper ritrovare la serenità dopo una manifestazione di aggressività
- Prevenire e anticipare l'aggressività dell'utente



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 10 nov al 13 nov

- dal 10 nov al 10 nov
- dal 13 nov al 13 nov

Gestire con assertività le chiamate di utenti difficili

Stabilire relazioni positive al telefono, gestendo tensione e aggressività

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.590,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.498,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA14

Anche nella PA, chi per lavoro gestisce chiamate telefoniche, deve a volte relazionarsi con **utenti insoddisfatti, infastiditi, aggressivi**. Come mantenere la calma e ristabilire un **rapporto costruttivo e soddisfacente**? Quando il contatto con l'utente diventa una vera **sfida**, quando il **sarcasmo** e la **tensione** prendono il sopravvento, l'**assertività** permette di rimanere concentrati sull'obiettivo, tenendo conto delle esigenze relazionali del cliente.

Il corso, dedicato alla **gestione telefonica di utenti difficili**, aiuta a sviluppare il giusto approccio per costruire un **dialogo positivo** con l'utente, non facendosi sopraffare dalla sua aggressività.

A chi è rivolto

- Addetti Customer Service
- Addetti alla vendita
- Addetti post-vendita
- Addetti assistenza tecnica
- Tutti coloro che per il proprio ruolo si trovino ad affrontare e gestire al telefono interlocutori difficili

Programma

Stabilire una relazione positiva ed efficace con l'utente della PA

- Le aspettative del cliente insoddisfatto
- Le 4 tappe dell'assistenza telefonica

Gestire la tensione al telefono

- Riconoscere i comportamenti "rifugio"
- Identificare le emozioni in gioco
- Riportare l'attenzione sull'obiettivo

Gestire l'aggressività dell'utente

- Passare dal sentirsi presi di mira al sentirsi coinvolti
- Intervenire utilizzando il giusto tono

- Ascoltare con attenzione per calmare l'utente e supportarlo al meglio

Lavorare sulla fiducia in se stessi

- Riconoscere i propri punti di forza e quegli degli altri
- Essere assertivi: dire di no e farsi valere con gentilezza
- Gestire una chiamata aggressiva o offensiva con calma e fermezza

Mantenere un atteggiamento positivo nel quotidiano

- Rilassarsi dopo una chiamata difficile
- Costruire i propri metodi per la gestione di casi difficili



Obiettivi del corso

- Comprendere i meccanismi dell'aggressività
- Saper gestire le proprie paure
- Gestire con assertività qualsiasi tipo di chiamata, anche la più difficile

- Analisi delle chiamate difficili ricevute dai partecipanti
- Esercitazioni per imparare a dire di no
- Esercitazioni di respirazione
- Action plan

Comunicazione pubblica e istituzionale

Pianificare, gestire e sviluppare la comunicazione nella PA

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.590,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.498,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: PA15

Da semplice mezzo di informazione, la comunicazione pubblica si è trasformata in uno **strumento imprescindibile per l'interazione con i cittadini**. La Pubblica Amministrazione è infatti tenuta a comunicare un numero elevato di informazioni e notizie a destinatari anche molto diversi tra loro.

Quali sono le **normative di riferimento** per una comunicazione pubblica e istituzionale efficace, capace di rispondere puntualmente alle domande dei cittadini? Quali sono le migliori **strategie** per comunicazione con il pubblico e redigere un **piano di comunicazione** specifico per la PA? Come gestire le situazioni di **crisi** e comunicare in modo appropriato con i **media**?

Il corso fornisce modelli, tecniche e strumenti per costruire **relazioni di fiducia** con i destinatari della Pubblica Amministrazione, accrescendo la **reputazione** dell'organizzazione pubblica e la sua efficacia nell'adempimento dei propri compiti istituzionali.

A chi è rivolto

- Responsabili Comunicazione di Pubbliche Amministrazioni centrali o periferiche
- Responsabili e dipendenti che lavorano o che vogliono lavorare negli uffici comunicazione di PA
- Consulenti e manager di aziende che operano in ambito comunicazione per la Pubblica Amministrazione

Programma

Introduzione alla comunicazione nella PA

- Comunicazione istituzionale VS comunicazione politica
- Ruoli e funzioni della comunicazione pubblica

Quadro normativo della comunicazione pubblica

- Tappe dell'evoluzione normativa e funzionale della comunicazione pubblica
- URP, Legge 150/2000 e successive modifiche e integrazioni
- La costruzione del rapporto con i cittadini
- Principi chiave di accesso, trasparenza, semplificazione

Comunicazione come processo: dall'idea al piano di comunicazione

- Project management della comunicazione
- Piano di comunicazione: linee guida per l'elaborazione dei programmi di comunicazione nella Pubblica Amministrazione
- Strumenti di analisi e misurazione dell'efficacia della comunicazione

Strumenti della comunicazione pubblica

- Strumenti online e offline
- Pubbliche Relazioni, Ufficio Stampa e Portavoce
- URP
- Affissione
- Comunicazione negli uffici e modulistica
- Tv, radio, stampa quotidiana e periodica
- Editoria e immagine coordinata
- Eventi e patrocinii
- Cerimoniale
- Product placement
- House Organ
- Sito web e social media
- SEO, SEM, SEA, DEM
- AI - Intelligenza Artificiale per la PA

Comunicazione: teorie e specificità

- Teorie e modelli della comunicazione
- Elementi di comunicazione efficace
- Peculiarità dei linguaggi della comunicazione

Quando si comunica: elementi di scrittura

- Scrivere un brief
- Scrivere un media planning
- Scrivere un piano editoriale per i social media

La gestione della crisi nella PA

- Gestire crisi generate da fattori interni ed esterni alle pubbliche amministrazioni
- Il piano di comunicazione di emergenza



Obiettivi del corso

- Identificare con precisione il quadro normativo entro cui si muove la comunicazione della PA
- Comprendere l'impatto della comunicazione attraverso esperienze nazionali e locali
- Creare progetti di comunicazione grazie a piani strategici e tattici
- Redigere un piano di comunicazione per una PA
- Conoscere i principali strumenti di comunicazione pubblica
- Apprendere i principali strumenti di analisi e misurazione dell'efficacia della comunicazione pubblica

- Creazione di un piano di comunicazione
- Creazione di un brief
- Creazione di un progetto di comunicazione

Best

Formazione pratica al Project Management

Le basi per portare a termine ogni progetto nel rispetto di tempi, budget e obiettivi

★★★★★ 4,5/5 (78 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 1.985,00 € +IVA
Packaged in azienda : 5.360,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 11.2.3

Questo corso di pm consente di acquisire una **metodologia strutturata** e una solida **formazione pratica al project management**. Per questo motivo vengono analizzati tutti i passaggi cruciali e costitutivi del project management, insegnando ad affrontare con sicurezza le criticità per portare al successo un progetto di qualunque entità economica e temporale.

Il corso **in presenza** permette di acquisire **24 PDUs** per ottenere o mantenere una **certificazione PMI®**, così suddivisi:

Ways of Working 19 PDUs

Power Skills 5 PDUs

Il corso **online** permette di acquisire **19,5 PDUs** per ottenere o mantenere una **certificazione PMI®**, così suddivisi:

Ways of Working 15,5 PDUs

Power Skills 4 PDUs

A chi è rivolto

- 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

Programma

Prima

- Self-assessment: "Le mie competenze di project management"
- Breve video: "Guarda John iniziare un nuovo progetto"

Durante

- **La struttura di governo del progetto**
- Definire il processo di Project Management
- Le fasi del progetto
- Fissare e validare obiettivi e perimetro del progetto
- Identificare il ventaglio di decisioni iniziali
- Gli stakeholder di progetto: identificazione e gestione
- Definire i deliverable di progetto (intermedi e finali)
- Costruire il Capitolato di progetto / Project Charter

La definizione dell'organigramma delle attività (WBS) e l'allocazione delle risorse

- Scomposizione del progetto in macro attività specifiche - WBS
- Allocare le risorse e definire le responsabilità - OBS
- Descrizione esaustiva delle singole micro attività
- Formalizzare la comunicazione con gli stakeholder del progetto - RACI

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
- Applicare all'interno del team i concetti di comunicazione e delega efficace
 - Presentare il concetto di delega
 - Condividere le regole della delega con il team
- La gestione del conflitto all'interno del 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 scostamenti 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
- Predisporre un fondo rischi nel conto economico di progetto

Il controllo dell'avanzamento

- Presidiare le cause comuni di insuccesso del progetto
- Analizzare lo stato di avanzamento
- Verificare le scadenze e quantificare ciò che resta da fare
- Valutare le performance e i rischi di deriva del progetto
- Applicare un piano correttivo

La preparazione della reportistica

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

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

Dopo

- Modulo eLearning: "Le chiavi per iniziare al meglio un progetto"
- Modulo eLearning: "Project management: organizzare attività e assegnare responsabilità"
- Modulo eLearning: "Project management: coinvolgere i membri del team"



Obiettivi del corso

- Definizione degli obiettivi
- Definizione dei compiti e delle 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



Esercitazioni

I partecipanti, suddivisi in gruppi di lavoro, affronteranno un progetto nelle fasi di

- Formalizzazione dell'obiettivo e definizione delle attività
- Costituzione del team di progetto e assegnazione delle responsabilità
- Pianificazione e calcolo del percorso critico
- Analisi dei rischi con l'individuazione del recovery plan
- Creazione del report di stato avanzamento



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 3 nov al 7 nov

- dal 3 nov al 4 nov
- dal 7 nov al 7 nov

MI

dal 10 dic al 12 dic

Best

Team Working: saper lavorare in squadra

Comprendere dinamiche di gruppo, acquisire spirito di appartenenza, condividere obiettivi

★★★★★ 4,7/5 (13 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 940,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.750,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.3.25

Il lavoro in team è portatore di valore aggiunto in termini di **qualità di risultati**, di **competenze acquisite** e di **esperienze maturate**, ma poiché non è una "condizione naturale" può diventare, in alcuni casi, motivo di tensione, logorio, insoddisfazione e scarso rendimento. Lo scopo del corso è **migliorare il lavoro di squadra** nei team aziendali e le relazioni all'interno dei gruppi, facendo crescere lo spirito di appartenenza all'azienda e limitando le situazioni conflittuali. Ciò consente di aumentare le performance e di comprendere e gestire le trasformazioni del team in funzione delle prove che si trova ad affrontare.

A chi è rivolto

Tutti coloro che in azienda, al di là del loro ruolo, si trovino ad operare in gruppi di lavoro e desiderino dare il miglior contributo personale alle prestazioni del gruppo, in sin

Tutti coloro che in azienda, al di là del loro ruolo, si trovino ad operare in gruppi di lavoro e desiderino dare il miglior contributo personale alle prestazioni del gruppo, in sinergia con gli altri componenti.

gli altri componenti.

Programma

Prima

- Self-assessment: "I 3 pilastri dell'eccellenza interpersonale"
- Breve video: "Guarda John collaborare in maniera efficace"

Durante

Introduzione al team working

- Gruppo, squadra, team
- Benefici del lavoro in team per l'azienda e per il singolo
- Attività, squadra e individuo
- Lavoro in autonomia e lavoro in team

Lavorare in team

- Elementi essenziali di un team secondo Lencioni
- Stili di comportamento (azione, metodo, persone, idee)
- Il mio ruolo nel team: autodiagnosi sul modello di Belbin
- Come creare un ambiente di lavoro che favorisca il coinvolgimento e la proattività
- Definizione e condivisione degli obiettivi comuni
- Le sei funzioni di coordinamento di un team: il modello di John Adair

La comunicazione nel tea,

- Regole generali per comunicare con efficacia
- La coerenza tra i tre livelli di comunicazione
- Ascolto attivo
- Comprendere l'importanza della diversità di punti di vista nel team
- Tecniche per stabilire confronti costruttivi: il feedback

Dagli obiettivi ai risultati

- Come l'intelligenza artificiale (AI) può migliorare collaborazione, produttività e comunicazione all'interno del team
- Sistemi basati sull'AI come assistenti virtuali, chatbot, e piattaforme di comunicazione
- Gruppi performanti: dalla reattività alla proattività
- Organizzare, valutare e migliorare il funzionamento di un team: il modello di Beckhard

Piano d'azione

Dopo

- Modulo eLearning: "Sviluppare la propria strategia di influenza interpersonale"
- Modulo eLearning: "Le 3 leve essenziali per favorire una cooperazione vincente"
- Modulo eLearning: "Gestire le obiezioni - livello 1"



Obiettivi del corso

- Comprendere le dinamiche di gruppo e il ruolo individuale all'interno del team
- Migliorare la comunicazione e la collaborazione tra i membri del gruppo
- Favorire un approccio orientato agli obiettivi condivisi e al miglioramento continuo del team
- Acquisire consapevolezza sui propri modi di relazionarsi nel gruppo



Esercitazioni

In base alle caratteristiche di ruolo e seniority dei partecipanti potranno essere proposte diverse attività, tra cui:

- Gruppi di discussione ed analisi di autocasi
- Esercitazione esperienziale per organizzare un team performante e stimolare la produttività
- Attività pratiche per imparare a comunicare in modo efficace in un team di lavoro
- Elaborazione di un piano di azione personale





Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

date 26 nov

Best

Cross-functional management

Management trasversale per coordinare persone, processi e attività senza leva gerarchica

📍 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.570,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.460,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 8550

Parallelamente alle strutture gerarchiche tradizionali, si sviluppano sempre più situazioni di gestione **senza gerarchia** (reti, progetti, processi, etc.). La gestione **trasversale** ha delle caratteristiche ben definite ed è fondamentale assicurare il **coordinamento** e sviluppare la **cooperazione** senza vincoli gerarchici. Il corso trasmette metodi e strumenti per affrontare queste tematiche e vincere la sfida della gestione **interfunzionale**.

A chi è rivolto

Manager e team leader con la responsabilità di gestire team e attività trasversali e interfunzionali.

Programma

Posizionarsi nel proprio ruolo di responsabile trasversale e trovare la propria legittimità

- Il ruolo di **manager trasversale** all'interno dell'azienda
- Le **competenze** specifiche del management trasversale
- Chiarire missione e responsabilità
- Definire la propria **strategia e valorizzare i risultati**

Motivazioni ed abitudini

- Cosa guida i comportamenti professionali nelle organizzazioni
- Abitudini e l'area di confort
- Come mappare i fattori motivazionali dei nostri interlocutori

Sviluppare la propria assertività

- 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**
- Tecniche di **comunicazione** efficaci

Sviluppare la propria influenza per gestire e coinvolgere senza autorità gerarchica

- Sviluppare la propria **Leadership** nel gruppo
- Definire e attuare una **strategia** specifica in funzione delle diverse categorie di persone coinvolte
- Agire sulle leve di influenza attraverso il **rapporto interfunzionale**
- Mobilitare le energie intorno agli **obiettivi** comuni

Sviluppare comportamenti collaborativi

- Creare le condizioni per creare un **clima collaborativo**: potere, volere e saper collaborare
- Motivare gli interlocutori verso **mission** e **obiettivi**
- Sviluppare relazioni di **fiducia**
- Mantenere l'**impegno** degli interlocutori nel tempo
- Vincere le resistenze e gestire le situazioni difficili



Obiettivi del corso

- Comprendere come leggere il contesto organizzativo di riferimento e valorizzare il proprio ruolo di manager trasversale
- Migliorare le proprie capacità comunicative e negoziali per influenzare, gestire e coinvolgere senza vincoli gerarchici
- Conoscere approcci utili per favorire fiducia e collaborazione durature nel tempo



Esercitazioni

In base alle caratteristiche del gruppo di partecipanti, secondo un approccio laboratoriale e partecipativo, potranno essere proposte diverse esercitazioni, tra cui:

- Gruppi di discussione
- Esercizi di analisi contestuale e socio-relazionale
- Role play sulle situazioni più frequenti di gestione interfunzionale
- Simulazioni di progettazione operativa



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 20 nov al 21 nov

Best

La gestione quotidiana dei collaboratori

Motivare il team, comunicare e delegare in funzione del proprio stile manageriale

★★★★☆ 4,3/5 (66 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.2.3

Ogni manager ha la responsabilità di mettere propri i collaboratori in condizione di operare al meglio, **supportandoli** nello sviluppare le giuste competenze e comprendere pienamente le esigenze aziendali. Per farlo è importante la corretta applicazione dei principi di **people management**, nel rispetto delle linee guida HR aziendali.

Il corso, dall'**impostazione laboratoriale** altamente interattiva, aiuta a maturare una maggiore consapevolezza in merito al proprio stile di management e a sviluppare competenze relative alla gestione di una **relazione efficace** con i collaboratori.

A chi è rivolto

Manager con responsabilità gerarchica nella gestione di collaboratori.

Programma

Prima

- Self-assessment: "Le mie strategie di comunicazione"
- Breve video: "Guarda John potenziare il suo team attraverso il metodo GROW"

Durante

Capo, Manager, Leader: le componenti base dell'influenza gerarchica in azienda

- Ruolo manageriale: tra responsabilità formale e leadership sostanziale
- Le fonti dell'autorità nell'ambiente organizzativo: struttura e processi
- Le fonti dell'autorevolezza: le relazioni tra clima e cultura organizzativa

La relazione tra le attività di people management e la funzione HR

- Il rapporto tra modello organizzativo e modalità di gestione dei lavoratori
- Le leve HR e il contributo richiesto ed offerto ai manager
- Le evoluzioni nella relazione tra lavoratori ed azienda

La motivazione: un fenomeno complesso

- Cosa intende per motivazione
- I diversi tipi di motivazione
- Adeguatezza delle motivazioni in relazione con il ruolo assegnato

Comunicazione, stili relazionali e stili manageriali

- La comunicazione in azienda: perché essere assertivi
- Cos'è uno stile relazionale
- Dagli stili relazionali agli stili manageriali
- Definire una mappa degli stili relazionali dei propri collaboratori

Performance management: come gestirli correttamente l'assegnazione di attività ed obiettivi

- Differenza tra compiti e risultati
- Come assegnare correttamente
- Come monitorare e supportare
- La delega: un approccio pratico

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**

Dopo

- Modulo eLearning: "Incoraggiare e sostenere la motivazione"
- Modulo eLearning: "Sviluppare l'assertività - livello 1"
- Modulo eLearning: "Favorire lo sviluppo dei collaboratori attraverso il modello GROW"



Obiettivi del corso

- Comprendere appieno il proprio ruolo di manager
- Acquisire una corretta lettura delle dinamiche motivazionali
- Consolidare le tecniche di comunicazione e gestione



Esercitazioni

In base alle caratteristiche del gruppo dei partecipanti potranno essere proposte varie esercitazioni tra cui discussioni, uso di check list, simulazioni.



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 6 nov al 7 nov

Online

dal 1 dic al 5 dic

- dal 1 dic al 1 dic
- dal 5 dic al 5 dic

Best

La valutazione delle Risorse Umane

Riconoscere e valorizzare competenze, prestazioni e potenziale

★★★★☆ 4,3/5 (22 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.250,00 € +IVA
Packaged in azienda : 2.900,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 2.1.50

Il processo di valutazione delle **Risorse Umane** deve essere strettamente legato al **business** e alla **strategia** aziendale. Valutare e misurare il patrimonio umano è tanto cruciale quanto la valutazione degli asset finanziari, tecnici e materiali. In un contesto in cui le **dinamiche aziendali** e il **mercato del lavoro** si evolvono rapidamente, la digitalizzazione e l'introduzione di **intelligenze artificiali** giocano un ruolo determinante nella trasformazione dei sistemi di valutazione delle risorse umane, insieme ai **cambiamenti generazionali** che richiedono un approccio più flessibile e inclusivo.

In questo panorama, promuovere un ambiente organizzativo che rifletta i valori aziendali e valorizzi il capitale umano diventa essenziale per migliorare le prestazioni individuali e collettive. Il focus si sposta sull'adattamento delle valutazioni alle potenzialità e alle prospettive dei collaboratori, in modo da favorire uno sviluppo continuo e coerente con gli **obiettivi aziendali**.

A chi è rivolto

- HR Director, HR Manager, HR professional
- Learning, Training & Hiring Manager
- COO e CFO con responsabilità di gestione delle Risorse Umane, Compensation Manager

Programma

I fondamentali della valutazione delle Risorse Umane

- La gestione strategica delle Risorse Umane e la centralità del processo di valutazione
- Le diverse forme di gestione delle Risorse Umane e gli approcci valutativi correlati
- I fattori che determinano la prestazione: obiettivi strategici, disegno organizzativo, competenze richieste, motivazione, clima aziendale, cultura organizzativa
- L'implementazione di un efficace sistema di valutazione individuali: attori, obiettivi, modalità di valutazione, responsabilità

Evoluzione dei sistemi HR

- Identificare i fattori di attrazione della propria organizzazione
- Identificare le esigenze dei giovani sul lavoro
- Rivisitare le pratiche di gestione dei talenti

Evoluzione nella gestione del talento e del potenziale

- Principali evoluzioni nel talent management
- I concetti di prestazioni, competenze e potenziale
- Differenziare il concetto di talento, competenze, potenziale e alto potenziale
- Criteri per la valutazione di potenziale e alto potenziale
- Identificare i criteri discriminatori
- Incrociare prestazioni e potenziali

La valutazione delle Risorse Umane

- Fattori di efficacia delle schede di valutazione
- Definizione degli obiettivi di prestazione
- Come evitare possibili distorsioni nel processo di valutazione
- La gestione efficace dei feedback per attivare la motivazione interna
- Impatto culturale e resistenze al cambiamento nell'introduzione dei sistemi strutturati di valutazione e retribuzione delle performance
- La centralità delle revisioni dei sistemi nelle fasi di cambiamento organizzativo

La progettazione HR dei colloqui manageriali di valutazione

- Linee guida per l'impostazione complessiva
- Rapporto tra ruolo gerarchico e dinamica relazionale
- Definire i criteri di valutazione
- Punti essenziali del colloquio

Individuare e sviluppare la prestazione e il potenziale

- Comprendere il significato di potenziale e performance
- Gli strumenti per rilevare il potenziale (test, valutazione, 360, etc.)
- Identificare i fattori critici per la retention
- Strumenti di sviluppo del potenziale (coaching, formazione, reti, etc.)



Obiettivi del corso

- Comprendere la logica dei sistemi di valutazione delle Risorse Umane
- Definire la struttura del sistema di valutazione e misurazione delle prestazioni
- Identificare le eventuali correlazioni tra valutazione del potenziale e processo di valutazione delle prestazioni
- Conoscere le diverse metodologie di valutazione: top down, bottom up, 360° feedback



Esercitazioni

In base alle caratteristiche dei partecipanti (ruolo e seniority) potranno essere proposte esercitazioni individuali e simulazioni di gruppo.



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 27 ott al 28 ott

Online

dal 18 nov al 21 nov

- dal 18 nov al 18 nov
- dal 21 nov al 21 nov

Best

Il colloquio di selezione

Affinare le tecniche di conduzione del colloquio e individuare i candidati in linea con le necessità aziendali

★★★★★ 4,6/5 (56 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 2.1.2

Il corso permette di **consolidare** l'esperienza maturata in ambito di selezione del personale e di perfezionare le competenze nella **conduzione del colloquio di selezione**, attraverso l'acquisizione di un **metodo** d'intervista strutturata mirato a riconoscere i candidati con elevato potenziale. La selezione non è solo una decisione aziendale, ma un processo di reciproca scelta: l'azienda sceglie il candidato e, allo stesso tempo, il candidato sceglie l'azienda. Per questo motivo, è essenziale costruire **relazioni di valore** anche con i candidati non selezionati, in un'ottica di **employer branding** che contribuisca a rafforzare la reputazione dell'azienda sul mercato del lavoro.

La selezione del personale è una pratica professionale che richiede competenze specialistiche e non può essere improvvisata, poiché una cattiva gestione di questa fase rischia di compromettere l'efficacia di tutte le fasi successive, come l'onboarding e lo sviluppo delle persone. Il corso fornisce **strumenti** per approfondire la conoscenza dei candidati, inclusa la **lettura della comunicazione non verbale**, garantendo una valutazione più accurata e consapevole delle potenzialità di ciascuno.

A chi è rivolto

- HR Manager
- Talent Acquisition Manager
- HR Business Partner
- Talent Acquisition Specialist
- Recruiter
- Head Hunter

Programma

Il processo di selezione

- Le fasi principali della selezione del personale
- Cultura e valori aziendali: l'allineamento con il candidato

- Il profilo di competenze richiesto per il ruolo
- Strategie per garantire una selezione oggettiva e trasparente

Il colloquio come strumento di conoscenza

- Strutturare il colloquio: tecniche e approccio ottimale
- Domande efficaci e metodo STAR per valutare competenze
- Valutazione della comunicazione non verbale e dei comportamenti
- Errori comuni nella valutazione e come evitarli

Approfondimento del candidato

- Analisi del profilo attraverso tecniche avanzate di intervista
- Utilizzo mirato di test attitudinali e di personalità
- Approfondire motivazioni e fatti per una valutazione centrata
- Come redigere un report conclusivo accurato

Innovazione digitale e IA nel recruiting

- E-recruitment: trasformare la selezione con strumenti digitali.
- Canali di digital recruiting e la loro efficacia.
- Condurre colloqui virtuali e pre-qualificazione via webcam.
- Impatto delle IA nei processi di selezione e valutazione automatizzata.



Obiettivi del corso

- Riconoscere i candidati con alto potenziale
- Acquisire un metodo d'intervista strutturata per condurre i colloqui e ridurre il margine di errore insito nel processo di valutazione
- Comprendere le tecniche di comunicazione non verbale
- Scegliere ed utilizzare i test ed i questionari in funzione delle specifiche esigenze



Esercitazioni

- Conoscere la propria azienda
- Definizione del profilo di competenze del candidato
- Autodiagnosi del proprio stile di intervista
- Impostare l'intervista strutturata con il metodo S.T.A.R.
- Role-play intervista strutturata
- I canali preferenziali
- Proprio egogramma ed analisi transazionale



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 16 ott al 17 ott

Online

dal 25 nov al 28 nov

- dal 25 nov al 25 nov
- dal 28 nov al 28 nov

Best

Key Account Management: vendere ai clienti strategici

Elaborare un Account Plan per raggiungere gli obiettivi prefissati

★★★★★ 4,6/5 (38 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 1.985,00 € +IVA
Packaged in azienda : 5.360,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.1.43

Quali leve attivare per incrementare le performance di vendita sui **clienti strategici** per l'azienda? Per raggiungere i risultati, il Key Account Manager deve elaborare un **Account Plan strategico**, adottare un modello di comunicazione che crei fiducia e negoziare **accordi** commerciali **vantaggiosi**. Il corso fornisce strumenti e metodi specifici per la vendita e la negoziazione con i clienti strategici, al fine di raggiungere e superare gli obiettivi prefissati.

A chi è rivolto

- Key Account Manager
- Venditori senior
- Tecnici commerciali preposti all'acquisizione, allo sviluppo e alla gestione di clienti strategici

Programma

Visione strategica del cliente ed elaborazione del piano d'azione

Definire e applicare la strategia commerciale: presupposto per la costruzione di un Account Plan

- Definizione di cliente strategico e missione del Key Account Manager
- Informazioni chiave da raccogliere per elaborare una "carta d'identità del cliente"
- Analisi del portafoglio clienti e l'identificazione delle differenti opportunità su un cliente strategico
- Gerarchizzare i target: fatturato/potenzialità
- Strategie da utilizzare: la matrice decisionale per un cliente strategico
- Opportunità di analisi e applicazione strategiche offerte dall'AI

Conoscere i circuiti decisionali del cliente

- Identificare e conoscere gli attori del processo d'acquisto
- Migliorare la relazione con ogni attore del circuito decisionale
- Pilotare le azioni e rafforzare il controllo sul circuito decisionale

Dall'Account Plan all'azione quotidiana

- Trasformare la strategia in obiettivi concreti
- Pianificare le azioni da mettere in pratica
- Ripartire le risorse tra **gestione, fidelizzazione, sviluppo**
- Gestire il tempo in base alle **priorità**

Saper gestire il business

- Classificare i clienti in base a indicatori di **profitabilità** e **potenzialità**
- Gli indici di valutazione della **redditività cliente**
- Analisi del fatturato e della marginalità dei clienti strategici

L'efficacia comportamentale nella relazione con i clienti strategici

Preparare e anticipare

- Applicare i principi della Customer Centricity e del marketing relazionale alla vendita complessa
- Comprendere i meccanismi della strategia relazionale
- La costruzione di un approccio efficace differenziato per interlocutori

Definire le tappe fondamentali della negoziazione commerciale

- Obiettivi minimi, zone non negoziabili
- Anticipare e trattare le richieste: la matrice delle concessioni/contropartite
- Negoziazione distributiva e generativa
- Raggiungere un **accordo win-win**

Condurre le negoziazioni difficili

- Identificare il **profilo psicologico** degli interlocutori per modulare la propria offerta
- Come superare la **forza contrattuale** del cliente strategico
- Condurre la **negoziazione**, superando le barriere di fondo e gestendo le situazioni difficili
- Fronteggiare le pressioni e affrontare gli ostacoli: gli strumenti tattici da conoscere

Presentare l'offerta di fronte al gruppo di decisione

- Condurre una riunione con più interlocutori
- Fare della riunione uno strumento strategico
- Presentare l'offerta evidenziando la UVP

Mantenere la relazione e fidelizzare

- Preparare il piano cliente da presentare in azienda
- Pianificare azioni di **cross e up-selling** come strumento di fidelizzazione
- Definire momenti di verifica periodica della **soddisfazione** del **cliente**
- Impostare eventuali azioni di recupero

Il contributo dell'AI al successo del processo negoziativo



Obiettivi del corso

- Individuare e classificare i clienti strategici
- Costruire un Account Plan scegliendo la strategia di sviluppo più efficace per ogni **cliente strategico**
- Preparare un piano d'azione tattico e controllarne l'esecuzione
- Condurre con successo la negoziazione superando le barriere poste dal cliente
- Acquisire le tecniche di comunicazione per una **relazione solida** con i differenti interlocutori



Esercitazioni

Studio di casi, giochi di ruolo, autodiagnosi. Ogni fase del corso prevede un lavoro sui grandi clienti di ogni partecipante, che viene poi sintetizzato in un book personale.



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 13 ott al 17 ott

- dal 13 ott al 14 ott
- dal 17 ott al 17 ott

MI

dal 10 nov al 12 nov

Export Manager: generare e consolidare la presenza sui mercati esteri

Dall'elaborazione del piano strategico alla gestione della rete commerciale

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.570,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.460,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.6

Lo **sviluppo delle vendite all'estero** passa attraverso la costruzione di un **international mindset** che comporta la conoscenza dei mercati target, la definizione della strategia, la scelta e gestione di una rete diretta o indiretta efficace. L'export manager deve padroneggiare perfettamente sia l'elaborazione del piano strategico, sia la quotidiana gestione delle vendite che del team interno ed esterno.

Il corso fornisce l'insieme delle **competenze strategiche** ed **operative** necessarie per generare o consolidare la presenza sui mercati internazionali in modo innovativo senza trascurare la normativa e le buone pratiche di responsabilità sociale d'impresa e le opportunità legate all'impiego dell'AI.

A chi è rivolto

- Direttori e Responsabili Export
- Export Manager
- Direttori Vendite, Marketing e Area Manager che debbano sviluppare le vendite sui mercati internazionali

Programma

Il cambiamento da export ad international mindset

Conoscere e padroneggiare i rischi giuridici dello sviluppo internazionale

- Le particolarità giuridiche da conoscere nei contratti di vendita internazionale
- I punti essenziali da controllare nei diversi contratti di intermediazione (agenti, distributori)
- L'adattamento delle condizioni generali di vendita al commercio internazionale
- Protezione del venditore e validità della riserva di proprietà
- Gestire un reclamo per vizi o mancanze di qualità
- Prevenire e gestire le liti nel commercio internazionale

Definire la strategia sui mercati internazionali

Analisi dell'ambiente e formalizzazione del relativo piano strategico

- Definire i mercati target e prioritari in funzione della loro attrattiva
- Costruire i piani d'azione
- Valutare risorse economiche ed investimenti necessari, calcolare il pay-back
- Aiuti e finanziamenti cui è possibile accedere per supportare la strategia (cenni)

Pilotare e mettere in pratica la strategia

- Coinvolgere i team sullo sviluppo della strategia
- Verificare l'allineamento di organizzazione e processi
- Conoscere la normativa sulla responsabilità sociale d'impresa

Strumenti di controllo

- Gli strumenti di controllo della rete vendita internazionale (KPI)
- Disanima dei possibili strumenti di copertura del rischio

Pilotare l'azione dei team interni ed esterni

Dall'analisi alla definizione di una rete ad elevate performance

- Definire i criteri di scelta degli intermediari (i canali di vendita): vantaggi e limiti delle diverse soluzioni
- Le fonti di informazione per la scelta degli intermediari più idonei
- Stabilire le regole del gioco per prevenire possibili conflitti

La pianificazione delle vendite all'estero

- L'offerta nei suoi aspetti tecnici e commerciali: come presentarla
- I diversi capitoli di un'offerta
- Valorizzare le argomentazioni
- La negoziazione di vendita nei rapporti internazionali

Pilotare l'azione dei team commerciali e dell'ufficio export

- Determinare gli obiettivi e le priorità, pianificare le azioni
- Determinare le performance dell'ufficio export: ordini, spedizioni, pagamenti (KPI)
- L'attività di forecasting e di monitoraggio degli andamenti e relativi scostamenti
- Vantaggi e impieghi dell'AI nelle azioni di export commerciale

Gestire e motivare un team internazionale

- Definire e condividere obiettivi
- Identificare le specificità culturali e adattare il proprio stile di management
- Creare un clima di cooperazione in un gruppo multiculturale: elementi di leadership inclusiva
- Motivare in funzione delle differenze culturali: le leve per creare coinvolgimento e far agire



Obiettivi del corso

- Definire il piano strategico
- Acquisire le metodologie per posizionarsi sui mercati più adatti e redditizi per l'azienda
- Trovare le informazioni pertinenti per selezionare i mercati e selezionare l'intermediario più adatto
- Definire gli obiettivi del team, sia per l'attività di back office sia per l'attività commerciale sul campo
- Sviluppare motivazione, impegno e tendenza al problem solving
- Conoscere impatti e opportunità dell'AI



Esercitazioni

- Definizione di un approccio strategico
- Analisi di alcune tipologie di contratti internazionali



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 18 nov al 21 nov

- dal 18 nov al 18 nov
- dal 21 nov al 21 nov

Best

Area Manager: le competenze base per gestire vendite e team

Le tecniche gestionali per far crescere la propria area

★★★★★ 4,8/5 (35 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 2.080,00 € +IVA
Packaged in azienda : 5.620,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.1.51

Per ricoprire con successo il proprio ruolo l'Area Manager deve possedere strumenti e metodi per **organizzare** e **gestire** l'area vendita, traducendo la strategia aziendale in azioni mirate. Il corso consente di sviluppare al meglio il **ruolo** e di acquisire strumenti e **tecniche gestionali**, facendo dell'Area Manager un **leader** garante delle performance e dei risultati aziendali.

A chi è rivolto

- Area Manager e Capi Area
- Responsabili di zona
- Ispettori di vendita
- Quadri e funzionari commerciali

Programma

Ruolo dell'Area Manager

- Ruolo dell'Area Manager all'interno dell'organizzazione aziendale
- **Compiti e responsabilità**

Competenze tecnico-gestionali

Le tecniche di gestione dell'area di vendita

- I diversi metodi di analisi delle potenzialità dell'area: **matrice dei target**, **analisi ABC**, **matrice di Boston**
- Opportunità e minacce di mercato nella propria zona: analisi **SWOT**

Costruire il piano di vendita per la propria area

- Il **Cruscotto Commerciale** come strumento di analisi e pianificazione per la costruzione del piano vendite
- Prevedere i risultati: **budget**, **previsioni** e **predizioni**
- Identificare le **azioni prioritarie**, i risultati attesi, negoziare i mezzi

Analizzare i risultati di vendita del proprio team

- Valutare i **risultati**: fatturato, margine, dinamiche delle vendite, soddisfazione dei clienti, tasso di riacquisto

Analizzare redditività e marginalità

- Alcuni elementi base di analisi dei costi
- Concetto di **break even point** d'area

Competenze comportamentali di gestione

Condurre, comunicare e motivare

- Gli **stili manageriali** efficaci ed inefficaci di gestione dei venditori
- Differenza tra comunicare e informare
- Tecniche di comprensione efficace
- **Ascolto** come strumento di comunicazione
- Come e quando utilizzare le diverse **leve motivazionali** con i venditori

La gestione dei venditori come presupposto per la gestione dell'area commerciale

- **Blake Mouton** e i diversi profili di venditori: identificarli per farli crescere e sviluppare l'area
- Utilizzare un approccio per processi: il processo di vendita e le abilità necessarie ai venditori
- Misurare l'attività del **team**: organizzazione dell'attività commerciale, KPI, piani di vendita
- **Pressione commerciale** e **Curve di caduta**
- Diagnosticare punti forti e punti deboli per individuare le azioni prioritarie da condurre
- Il contributo dell'AI per misurare le performance commerciali

Competenze operative

Affiancamento sul campo

- Scegliere il tipo di **affiancamento**: supporto commerciale, analisi del mercato, perfezionamento, formazione
- "Vendere" l'affiancamento ai venditori
- Ottimizzare la suddivisione di ruoli
- Diagnosi dell'azione di vendita
- Il **debriefing**: dare un **feedback** efficace
- Predisporre un piano di **miglioramento**
- Gestire le riunioni in maniera efficace creando coinvolgimento e **motivazione**



Obiettivi del corso

- Avere un quadro chiaro della funzione e delle responsabilità nei confronti del team e della direzione commerciale
- Acquisire strumenti e metodi per l'**organizzazione**, il **controllo** e la **valutazione** delle performance d'area
- Progettare e mettere in pratica i piani d'azione commerciale
- Ottenere il **coinvolgimento** dei venditori ed essere riconosciuto come leader
- Assicurare la **crescita professionale** dei venditori e la conseguente crescita dei **risultati**



Esercitazioni

Case studies, role play, esercizi pratici arricchiscono il corso e permettono di avere un quadro esaustivo degli approcci pratici e teorici necessari per motivare e stimolare i venditori.



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

RM

dal 20 ott al 22 ott

Online

dal 3 nov al 7 nov

- dal 3 nov al 4 nov
- dal 7 nov al 7 nov

MI

dal 10 dic al 12 dic

Best

Product Manager

Sviluppo, posizionamento e gestione del prodotto

★★★★☆ 4,3/5 (36 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.250,00 € +IVA
Packaged in azienda : 2.900,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.78

Creare valore per il cliente e per l'azienda attraverso l'**ideazione**, lo **sviluppo** e la **gestione di prodotto**, in funzione del ciclo di vita: questo il ruolo chiave del Product Manager. Per avere successo nella posizione, è necessario quindi integrare:

- competenze di marketing
- competenze strategiche
- competenze relazionali
- abilità operative/tattiche

Il corso fornisce strumenti, tecniche e modelli indispensabili per operare in contesti complessi **B2B** e **B2C**, svolgendo con eccellenza il proprio ruolo, con un focus dedicato al contributo che l'AI può effettivamente dare alla funzione.

A chi è rivolto

- Product Manager di nuova nomina
- Specialisti di prodotto
- Brand Manager e specialisti interessati ad acquisire tecniche utili anche per la gestione del brand
- Responsabili Commerciali con funzioni congiunte di vendita e di marketing
- Specialisti di prodotto industriali e R&D che vogliano integrare le competenze specialistiche

Programma

Il ruolo del product manager

- Le missioni del Product Manager e l'approccio di marketing
- Product Manager e Brand Manager
- Product Manager B2B e/o B2C: similitudini e differenze

Comprendere per decidere: ricerche di mercato e analisi competitiva

- Analisi Pestle
- Ciclo di vita di prodotto e di mercato

- Le 5 forze di Porter
- Il modello di Ansoff: scelta di best practice e delle aree di miglioramento di processo e di prodotto

Fare diagnosi e scegliere la strategia vincente

- Dalla matrice di Ansoff all'analisi IAC per la scelta dei segmenti chiave
- Applicazione del modello Kano per ricercare l'effetto WOW di prodotto
- Organizzare e gestire con successo un portafoglio prodotti: Boston Matrix, innovazione e valore
- Definire obiettivi SMART e coerenti alla segmentazione di mercato decisa
- Matrice SWOT e Scelta Opzioni Strategiche

Sviluppo del posizionamento distintivo

- Dalle caratteristiche di prodotto/servizio al valore percepito per il cliente
- Mappatura degli stakeholder(Analisi GRID) e sviluppo di piani di comunicazione ad hoc a supporto del posizionamento
- "Brand Equity" e CSR come leve per sviluppare un posizionamento "distintivo"
- Prodotto, Brand Reputation e customer satisfaction

Tradurre gli obiettivi strategici in marketing operativo

- Le 4P e le 4C di Kotler: reinterpretazione in chiave moderna di un grande classico
- Multicanalità: marketing digitale come ampliamento del marketing operativo tradizionale
- Promuovere la generazione di nuove idee (New,Better,Different)
- Lasciarsi ispirare dalle intuizioni, dai clienti, dai consumatori

Valutare le azioni di Marketing

- Come orientare le risorse nelle attività a più alto ritorno economico (ROI)
- La leadership del Product/Brand Manager: pivot per integrare le diverse funzioni aziendali
- Contingency planning: come reagire ai cambi di scenario e cogliere nuove opportunità con gli stessi investimenti
- ESG: i KBI che misurano la sostenibilità sul fronte ambientale, sociale e di governance

Il contributo dell'AI al mestiere del Product Manager

- Analisi dei dati e previsioni
- Personalizzazione dell'esperienza utente
- Automazione dei processi
- Innovazione e differenziazione del prodotto

Piano di azione personale: le azioni da implementare per mettere in atto quanto appreso nel corso nella propria attività lavorativa



Obiettivi del corso

- Acquisire le competenze chiave per avere successo come Product Manager
- Sviluppare strategie efficaci in grado di creare valore per il proprio business e il mercato servito
- Migliorare il marketing mix per il raggiungimento degli obiettivi di business
- Gestire prodotti/servizi in un'ottica di redditività complessiva del portafoglio
- Comprendere il contributo dell'AI al successo di prodotti e servizi



Esercitazioni

- Analisi di scenario esterno/interno e individuazione delle opportunità più profittevoli
- Sviluppare un posizionamento di prodotto orientato alla advocacy del cliente (valore e innovazione)
- Sviluppare un portafoglio prodotti differenziante e lungimirante
- Costruire il piano di marketing
- Piano d'azione personale



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 20 ott al 21 ott

Online

dal 24 nov al 25 nov

- dal 24 nov al 24 nov
- dal 25 nov al 25 nov

Best

Fondamenti di marketing

Logica e leve per la stesura del piano marketing

📅 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.460,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.400,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.1

Soddisfare i clienti, anche anticipandone le esigenze, **contrastare i competitor**, **generare fatturato e profitti** per l'azienda sono tradizionalmente gli obiettivi del marketing. Oggi si aggiunge anche un tema di **sostenibilità** e di **responsabilità sociale e collettiva** che non può non impattare la strategia e le buone pratiche di questa disciplina.

Il corso fornisce le competenze base e le technicalities 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 nuovi e potenziali, identificandone il **vantaggio competitivo**, dall'altro allinei modelli di business vincenti con obiettivi di buona **reputazione** e **responsabilità sociale**.

La formazione si conclude con un approfondimento sull'impatto dell'**Intelligenza Artificiale** in ambito marketing e comunicazione.

A chi è rivolto

- Nuovi addetti marketing
- Manager non specialisti con responsabilità di Business Unit
- Specialisti di nuova nomina in ambito marketing

Programma

L'evoluzione del marketing in azienda

- Le nuove frontiere del marketing: dalla sostenibilità alla transizione digitale, dall'AI al metaverso
- Relazioni e contributo del marketing alle altre funzioni aziendali
- Le tre fasi del marketing: analisi, identificazione della strategia, execution
- Il nuovo equilibrio fra: data-driven analisi, creatività, processo decisionale ed empatia verso il cliente
- L'impatto dei principi ESG e delle considerazioni di CSR sulle decisioni di marketing

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: PESTEL analysis, 5 forze di Porter
- Valore e importanza dell'analisi competitiva e degli stakeholder
- La matrice SWOT per definire le linee strategiche di intervento

Strategia di marketing: il cuore di una pianificazione di successo

- Marketing strategy, target market, posizionamento
- Buyer Personas: attese, motivazioni d'acquisto, processo decisionale
- Definizione del posizionamento e dei vantaggi/benefici differenziali per il cliente

Marketing mix: certezze e nuove considerazioni

- Il concetto di Marketing mix allargato e di Global Service
- Analisi del prodotto: ciclo di vita, livelli e componenti differenziali
- Prezzo: politica e variabili che lo influenzano
- Analisi di canale e scelta dell'intensità distributiva
- Piano di comunicazione: finalità e coerenza strutturale rispetto al piano di marketing

Innovazione e comunicazione

- La nuova frontiera del dialogo tra cliente e brand
- L'esperienza di acquisto/consumo: sfide, nuovi orizzonti e sinergie
- Piano di marketing e Customer Experience Journey



Obiettivi del corso

- Analizzare l'ambiente di azione: macroeconomico, competitivo, aziendale,
- Concepire il migliore Customer Experience Journey
- 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
- Capitalizzare il rapporto marketing, sales, comunicazione
- Integrare la strategia di marketing con una politica di sostenibilità reale e con le opportunità dell'AI



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 16 ott al 17 ott

Best

Communication Manager: il piano di comunicazione integrata

Analisi, strategia, implementazione del piano di comunicazione aziendale

★★★★☆ 4,4/5 (16 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 2.080,00 € +IVA
Packaged in azienda : 5.620,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.37

Il crescente livello di competitività del mercato e il ruolo sempre più apicale della comunicazione nel business hanno consolidato la **centralità** della **comunicazione d'impresa** e di conseguenza la responsabilità di chi ne è a capo. Il Communication Manager deve essere un profondo conoscitore del **brand**, un **innovatore** competente e un abile stratega nell'impiegare le leve operative di comunicazione. Il corso illustra gli strumenti di comunicazione integrata che contribuiscono alla creazione di valore per l'azienda, mostra l'iter logico/strategico che porta alla stesura di un piano di **comunicazione vincente** e spiega come organizzare la migliore integrazione fra on e off line, fra tradizione analogica e spaccato digitale.

Il corso offre anche un focus specifico sia sugli aspetti etici e sostenibili della comunicazione (lontani da qualsiasi rischio di washing) che sul potere e sui vantaggi che un impiego consapevole e customizzato dell'AI può portare anche alla comunicazione e promozione di brand e prodotti.

A chi è rivolto

- Responsabili Comunicazione
- Responsabili Marketing
- Product e Brand Manager che gestiscono direttamente attività di comunicazione
- Digital specialist
- Advocates
- Community Manager
- Sustainability Manager

Programma

Ruolo e funzioni della comunicazione in azienda

Comunicazione aziendale, organizzazione e obiettivi di sviluppo

- Focus sul contesto macroeconomico attuale
- Comunicare per creare e mantenere sistemi di relazioni efficaci
- Sintonizzarsi su bisogni e linguaggi degli **stakeholder**
- Relazione fra marketing, comunicazione e digital approach
- Diffusione della cultura e dei valori aziendali e match con il valore per il cliente

- Rilevare la coerenza tra comunicazione interna e comunicazione esterna

Dall'analisi alle leve operative: come si costruisce un piano rigoroso e coinvolgente

Il piano di comunicazione integrato

- Scenario, finalità e coerenza con le scelte di marketing
- **SWOT** analysis comunicazionale
- Definire **obiettivi** e **strategia**
- Identificare i pubblici di riferimento: dal know-how al know-who
- Definire Brand Identity, Brand Image e Brand Positioning
- Brand Equity: valore e autenticità di una marca come criteri di scelta del cliente

Strumenti della Corporate Communication

- **Corporate Identity**
- **PR** per aumentare la **brand awareness**
- **Media e Investor Relations**
- **Messaggi, mezzi, azioni**: sintonizzarsi su tono, stile, taglio divulgativo

Web e Social Media

- Brand Identity e **Web Reputation**: quale collegamento, quali implicazioni
- **Social media, community, blog**: opportunità, rischi e sinergie
- Advocacy ed evangelizzazione: valore e potere degli Influencer
- Etica e Responsabilità: dall'identità digitale alle pratiche anti washing

Pianificazione tattica delle azioni di comunicazione e loro monitoraggio

- Pianificare i mezzi: scegliere il giusto mix in coerenza con gli obiettivi
- Definizione e pianificazione del **budget**
- Valutazione del ritorno delle azioni di comunicazione
- Implementazione di eventuali **azioni correttive**

Effective writing e crisis communication: come qualificare oltremodo l'assetto comunicativo aziendale

Valore strategico della buona scrittura

- Tecniche di base a favore del Web Writing: accuratezza, brevità, chiarezza
- Il contributo della **comunicazione pubblicitaria** alla scrittura
- Lavorare con partner esterni: come costruire un brief chiaro ed efficace
- L'arte dello **storytelling**: nuova frontiera della comunicazione aziendale
- Cenni al **Content Management**

Crisis Communication: il piano di intervento e la gestione della crisi

- Identificare i diversi tipi di rischi: valutarli e anticiparli
- Cosa significa "Crisis Communication" nel mondo social: fenomenologia dell'*Epic Fail*
- Trasformare la crisi in una opportunità di sviluppo
- Esempi attuali e vincenti di Crisis Communication

Il contributo dell'AI alla produzione di contenuti

- Tecniche e accorgimenti per scrivere un prompt perfetto
- Creazione automatica di contenuti e loro personalizzazione
- Ottimizzazione SEO e analisi delle performance
- Editing e miglioramento della qualità

Project Work: stesura di un piano di comunicazione integrata



Obiettivi del corso

- Acquisire metodi, tecniche e strumenti per costruire un efficace piano di comunicazione
- Definire la strategia di comunicazione e le **levate di comunicazione integrata**
- Scegliere il **communication mix** più puntuale
- Organizzare e integrare i contributi di marketing e comunicazione on e offline
- Apprendere il linguaggio 4.0
- Conoscere impatti e vantaggi della sostenibilità e dell'AI all'ideazione e applicazione di un piano di comunicazione



Esercitazioni

- Analisi PESTLE (come sintonizzarsi sugli argomenti più rilevanti per i pubblici di interesse per costruire uno storytelling di maggior impatto)
- Analisi CUB: come sintonizzarsi con i reali interessi del nostro target
- Analisi SWOT Comunicazionale
- Piano d'azione personale per la crescita professionale



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 10 nov al 12 nov

MI

dal 1 dic al 3 dic

Best

La valutazione economico-finanziaria dei progetti

Stima e analisi di costi e flussi del progetto per garantirne la redditività

★★★★☆ 4,1/5 (14 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 6.2.12

Il corso fornisce le competenze necessarie per valutare e proporre progetti all'interno dell'azienda, esaminandone l'**impatto economico-finanziario**. È un corso fondamentale per tutti coloro che sono coinvolti nel processo decisionale aziendale e che hanno la responsabilità di garantire la **redditività** degli **investimenti** e la creazione di valore per l'impresa.

A chi è rivolto

- Project Manager
- Program Manager
- Manager di divisione che partecipano alla scelta di investimento nei progetti
- Responsabili Pianificazione
- Responsabili o addetti al Controllo di Gestione
- Persone che operano su progetti e che collaborano alla loro valutazione economico-finanziaria

Programma

Analisi finanziaria e progetti aziendali

- Analisi di portafoglio dei progetti
- Flussi di cassa di un progetto
- Il bilancio e l'impatto dei progetti

Costo del capitale aziendale

- Capitale investito e fonti di finanziamento
- Costo del Capitale aziendale: capitale di debito, capitale di rischio, WACC (Wighted Avarage Cost o Capital)
- P&L di commessa

Indici di bilancio aziendali

- Indici di redditività, liquidità, solidità, efficienza

Flussi di cassa per la valutazione di un progetto

- Momento fisico, economico e finanziario
- Variazioni nel capitale fisso, delle entrate e delle uscite di cassa, nel capitale circolante
- Stima dei flussi di cassa

Metodi di valutazione economico-finanziaria dei progetti

- Capital budgeting
- Modelli decisionali
- Metodi di valutazione: Pay Back Period, Rendimento Medio Contabile, Valore Attuale Netto, Indice di Redditività, Tasso Interno di Rendimento

Stima e controllo dei costi di progetto

- Classificazione dei costi: criteri di classificazione e margine di contribuzione
- Budget di progetto
- Stime di costo
- L'Intelligenza Artificiale a supporto della valutazione economico-finanziaria dei progetti
- Utilizzare l'AI nella valutazione dei progetti

Le analisi dei costi a supporto del processo decisionale

- Analisi di **Break Even**
- Analisi di **Make or Buy**

Cenni di analisi dei rischi di progetto

- Risk Management
- Identificazione dei rischi di progetto
- Analisi e gestione dei rischi di progetto

Cenni di Earned Value

- Scostamenti di costo e tempo
- Tecnica **Earned Value** e controllo dell'avanzamento del progetto
- Stima aggiornata dei tempi e costi a finire



Obiettivi del corso

- Valutare la **performance** economico-finanziaria e la convenienza dei progetti
- Avere un quadro completo del **processo decisionale**, arrivando a selezionare la soluzione di progetto più conveniente
- Accrescere la **redditività** degli investimenti e del portafoglio di progetti dell'azienda
- Utilizzare strumenti di **controllo di gestione** per gestire con successo i progetti aziendali



Esercitazioni

- Valutazione economico-finanziaria di un nuovo prodotto
- Valutazione economico-finanziaria di progetti di saving
- Analisi di sensitività
- Analisi e valutazione relativa all'acquisto di un macchinario in caso di sostituzione o ampliamento
- Scelte di Make or Buy
- Utilizzo dell'analisi di Break Even e del margine di contribuzione nelle decisioni aziendali
- Valutazione economico-finanziaria di un progetto al lordo e al netto dell'impatto fiscale
- Comparazione economico-finanziaria di opzioni alternative di progetto
- Analisi di casi reali di valutazione di progetti



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 21 ott al 22 ott

Online

dal 24 nov al 27 nov

- dal 24 nov al 24 nov
- dal 27 nov al 27 nov

Best

Trattativa d'acquisto

Preparare e gestire con autorevolezza una negoziazione d'acquisto

★★★★★ 4,5/5 (37 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 8.1.3

Il corso fornisce gli elementi basilari per poter gestire in modo soddisfacente una trattativa d'acquisto. Per negoziare in modo efficace è opportuno **relazionarsi e comunicare** con l'interlocutore in modo efficace, è opportuno conoscere bene il processo di negoziazione, le sue caratteristiche e gli elementi che ne possono condizionare il risultato. Il corso esamina le **diverse fasi negoziali** - dalla presa di contatto alla conclusione della trattativa - con l'obiettivo di fornire strumenti pratici per affrontare con successo la negoziazione, sviluppando **una propria strategia** negoziale in funzione dei target d'acquisto e del tipo di interlocutore.

Per facilitare l'utilizzo dei giusti comportamenti da parte del discente è previsto l'utilizzo di **Role Play** in cui si simuleranno, sotto la guida del docente, negoziazioni appositamente progettate per questa finalità.

A chi è rivolto

- Procurement Manager
- Buyer
- Specialisti dell'area Acquisti che vogliono sviluppare le proprie competenze e tecniche negoziali. Il corso è indirizzato sia ai "nuovi negoziatori" che a quelli esperti ma che sono "autodidatti" e che non hanno quindi mai avuto la possibilità di avere una formazione specifica sul tema

Programma

Concetti base della negoziazione d'acquisto

- Significato etimologico di "negoziare"
- Trattativa: modulo tecnico e modulo relazionale
- La negoziazione come forma di comunicazione

Comunicare efficacemente per negoziare efficacemente

- Sviluppare la **capacità** di **ascolto**
- I disturbi dell'ascolto
- Le 5 azioni per instaurare un ascolto attivo
- L'analisi del **feedback**

- I 3 canali della comunicazione
- **Coerenza** di comunicazione
- Tecnica del mirroring
- Fatti e opinioni

Negoziazione generativa

- Negoziazione generativa e ripartitiva
- Far diventare generativa una negoziazione
- La tecnica dei 5 perché
- Il Value for Price
- Gestione della penale fornitore

Definizione della strategia d'acquisto

- Parametri negoziali: target e limiti, priorità, possibili concessioni
- Costruire le proprie argomentazioni
- Saper **valorizzare** la propria azienda
- Stesura della scheda trattativa
- Anticipare le **argomentazioni** del venditore

Preparazione della trattativa

- Elementi sensibili e loro gestione
- Individuazione dei **vincoli** e delle **opportunità**
- Scelta dell'interlocutore ottimale
- Scelta del mezzo di negoziazione ottimale
- Scelta del luogo in cui negoziare
- La ricerca degli interessi della controparte
- La preparazione delle argomentazioni
- Massimizzare il proprio potere negoziale
- Scelta del tipo di approccio negoziale
- Analisi degli aspetti **multiculturali** che possono influenzare la negoziazione

Dinamica negoziale

- Creare un clima favorevole
- La tecnica dell'imbuto
- Domande aperte e domande chiuse
- La **riformulazione**
- Argomentare e **convincere**
- La trappola delle giustificazioni
- La gestione delle **obiezioni**
- Gli errori da evitare
- La definizione dell'**accordo**
- La gestione del tempo
- La gestione dell'eventuale **conflitto**
- Gestire la partecipazione di altri enti aziendali

Conclusione della negoziazione d'acquisto

- Individuare il momento in cui chiudere la negoziazione
- Redigere il rendiconto
- Analisi critica dei risultati per capitalizzare le esperienze
- Impostare le successive negoziazioni



Obiettivi del corso

- Incrementare l'**autorevolezza** con cui si ricopre il proprio ruolo di negoziatore
- Concepire la negoziazione come output di un processo articolato
- Essere in grado di condurre la negoziazione
- Sviluppare tecniche di negoziazione efficaci
- Identificare obiettivi e tecniche per preparare al meglio la trattativa d'acquisto
- Individuare ed analizzare i fattori psicologici ed operativi che condizionano i risultati della trattativa



Esercitazioni

- Stesura della scheda trattativa
- Simulazione di una trattativa one-to-one e di gruppo
- Interpretazione ed eventuale modifica del proprio stile di comportamento
- Gestione di alcune situazioni critiche tipiche



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 27 ott al 30 ott

- dal 27 ott al 27 ott
- dal 30 ott al 30 ott

MI

dal 24 nov al 25 nov

Best

Tecniche avanzate di negoziazione d'acquisto

Aumentare l'efficacia negoziale e saper gestire situazioni complesse

★★★★★ 4,6/5 (37 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 8.1.20

Un negoziatore abile usa **strategie vincenti** per affrontare **trattative complesse** e gestire le emozioni anche nelle situazioni più critiche. Per chi negozia è importante saper elaborare strategie e tattiche efficaci, utilizzare strumenti innovativi e gestire dinamiche relazionali per ottenere risultati ottimali in contesti globali. Il corso mira a fornire ai partecipanti una solida base di conoscenze avanzate e pratiche per condurre **negoziazioni efficaci**, anche in contesti internazionali.

A chi è rivolto

- Buyer senior
- Commodity Manager / Specialist
- Responsabili Acquisti

Programma

Strumenti e tecnologie di supporto nella negoziazione

Importanza degli strumenti di supporto alla negoziazione (NSS)

- Utilizzare i sistemi di supporto alla negoziazione (NSS - Negotiation Support System) così da facilitare le trattative
- Adottare gli NSS per migliorare la comunicazione tra le parti e l'analisi delle offerte
- Consuntivare e valutare i risultati ottenuti per buyer, classe merceologica e fornitore

Strumenti e strategie nella negoziazione

- Analizzare le fasi del processo negoziale e gli strumenti utili per affrontarle con successo
- Approfondire l'importanza di un metodo e di relazioni efficaci tra le parti coinvolte
- Stabilire le priorità nella negoziazione e gestire al meglio il processo negoziale

Intelligenza Artificiale nella negoziazione

- Identificare i modelli, le tendenze e le opportunità che potrebbero sfuggire all'occhio umano

- Fornire insight preziosi per prendere decisioni più informate
- Facilitare la comunicazione, ridurre malintesi e migliorare la chiarezza nelle trattative

Strategie e tattiche negoziali

Pianificare le trattative

- Utilizzare gli strumenti chiave per stabilire obiettivi chiari e tattiche efficaci
- Argomentare con logica e persuasione per sostenere le proprie posizioni
- Preparare risposte efficaci allo scopo di affrontare e superare eventuali obiezioni nella trattativa

Costruire partnership a lungo termine basate su pratiche sostenibili

- Monitorare la trasparenza e la tracciabilità della supply chain attraverso accordi
- Lavorare su accordi logistici che riducano le emissioni
- Condividere i benefici derivanti da pratiche sostenibili

Aspetti relazionali e psicologici

Gli stili ed i comportamenti funzionali nella trattativa commerciale

- Analizzare i 5 stili di Killmann per migliorare l'interazione con le controparti
- Gestire la tensione e mantenere un ambiente collaborativo e produttivo
- Leggere i segnali, verbali e non, al fine di comprendere meglio le intenzioni e i sentimenti degli altri

Gestire le negoziazioni difficili

- Adottare comportamenti funzionali per trasformare le proprie apparenti debolezze in vantaggi
- Interagire con individui difficili, cercando soluzioni creative e mantenendo la calma
- Adottare un approccio empatico per favorire un clima collaborativo ed attenuare la tensione

Approccio avanzato alla negoziazione

- Negoziare in posizione di debolezza
- Indagare a fondo gli interessi dell'interlocutore per identificare opportunità nascoste
- Applicare le quattro tecniche di negoziazione investigativa per raggiungere accordi vantaggiosi
- Mirare a un accordo che renda entrambe le parti soddisfatte e disposte a collaborare
- Gestire divergenze e tensioni

Negoziazione in contesti culturali diversi

Le differenze culturali nella trattativa commerciale

- Comprendere le differenze culturali e come influenzano i comportamenti e le aspettative degli interlocutori
- Considerare le diversità per evitare malintesi e costruire relazioni più solide
- Adottare la comunicazione più adatta a ciascuna situazione nelle trattative internazionali



Obiettivi del corso

- Elaborare strategie e tattiche negoziali efficaci
- Pianificare e preparare negoziazioni complesse, con particolare attenzione alla supply chain globale
- Integrare gli obiettivi di sostenibilità in modo di migliorare la reputazione di entrambe le parti e a costruire una base di fiducia a lungo termine.
- Comprendere e utilizzare aspetti relazionali nella conduzione della trattativa
- Sviluppare stili e comportamenti vincenti nella negoziazione
- Gestire negoziazioni da posizioni di debolezza e con persone irrazionali
- Gestire divergenze ed emozioni durante le trattative



Esercitazioni

- Tecniche di analisi del prezzo
- Conoscere il proprio stile negoziale
- Individuare lo stile della controparte
- Matrice della negoziazione
- Simulazione di negoziazioni a difficoltà e complessità crescente



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 20 ott al 23 ott

- dal 20 ott al 20 ott
- dal 23 ott al 23 ott

dal 9 dic al 12 dic

- dal 9 dic al 9 dic
- dal 12 dic al 12 dic

MI

dal 17 nov al 18 nov

Best

Pianificazione e programmazione della produzione

Le soluzioni per far crescere le prestazioni della produzione

★★★★★ 4,5/5 (44 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 1.985,00 € +IVA
Packaged in azienda : 5.360,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 10.1.3

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.

A chi è rivolto

- Responsabili produzione
- Responsabili ed addetti alla pianificazione e programmazione della produzione
- Personale delle aree operations coinvolto nella pianificazione e programmazione della produzione

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
- Ambiti di applicazione dei **sistemi 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 della domanda, processo previsionale in azienda
- Tecniche e strumenti per la pianificazione della domanda e gestione dei budget sulla produzione e sui fornitori

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 (MRP II)
- Scheduling, Sequencing, Dispatching, Shop Floor Control
- Software a supporto del sistema di programmazione

Programmazione della produzione - logica pull

- Sistema Kanban
- Ambiente produttivo del sistema Kanban, 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)

Modello organizzativo lean per migliorare l'efficienza produttiva

- Principi organizzativi del **lean manufacturing**
- Strumenti operativi per analizzare ed accrescere il valore del **flusso produttivo** (Value stream mapping, 5S-6S, visual control, riduzione del lead time, riduzione scorte, riduzione set-up, spaghetti chart, free pass, Kanban)

Controllo delle prestazioni

- Importanza e gestione 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



Obiettivi del corso

- 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
- Conoscere gli **indicatori** di **prestazione** relativi alla programmazione della produzione



Esercitazioni

- Applicazioni di tecniche di previsione della domanda
- Piano principale di produzione - MPS
- Sistema MRP
- Analisi di applicabilità, applicazione della tecnica Kanban / JIT e interventi Lean
- Analisi dei dati disponibili per programmare la produzione
- Esempi di sistemi per la programmazione e la schedulazione della produzione
- Dimensionamento del lotto economico e della scorta di sicurezza
- Sequencing e regole di carico
- Applicazione delle tecniche di analisi e gestione delle scorte
- Pianificazione del budget delle risorse di produzione e materiali a fronte di budget annuale



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

RM

dal 15 ott al 17 ott

Online

dal 10 nov al 13 nov

- dal 10 nov al 11 nov
- dal 13 nov al 13 nov

MI

dal 10 dic al 12 dic

Best

Buyer efficace

Selezionare i fornitori, negoziare e acquistare alle migliori condizioni

★★★★★ 4,5/5 (54 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 1.780,00 € +IVA
Packaged in azienda : 4.950,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 8.1.2

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.

A chi è rivolto

Buyer e approvvigionatori interessati a sviluppare le proprie competenze di base.

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
- Competenze distintive di un 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

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

Approvvigionamento e gestione delle scorte

- Scorte di ciclo e scorte di sicurezza
- Calcolo del costo di una scorta
- Ottimizzazione scorte e costi relativi
- Sistemi di approvvigionamento (MRP, Kan Ban, JIT etc.)

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, contratti a SLA, accordi di gruppo
- Impatto dell'e-procurement sulle attività del Buyer



Obiettivi del corso

- Conoscere le fasi di un processo di acquisto
- Definire e sviluppare le proprie competenze distintive
- 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
- Organizzare la propria attività operativa
- Sviluppare una relazione positiva, vincente e duratura con i fornitori e con gli altri colleghi aziendali



Esercitazioni

- Utilizzo di strumenti per la definizione della corretta strategia d'acquisto
- Gestione della RDA
- Comparazione offerte
- Preparazione di una negoziazione
- Gestione del "Fornitore Imposto"
- Tecniche di Price Analysis
- Dimensionamento dei Lotti di Fornitura



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 13 ott al 16 ott ☑

- dal 13 ott al 14 ott
- dal 16 ott al 16 ott

MI

dal 19 nov al 21 nov

Best

Controllo di gestione avanzato

Affinare il sistema di controllo di gestione e apprendere le migliori tecniche di reporting

★★★★☆ 4,4/5 (51 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 6.2.3

Il corso è progettato per fornire ai partecipanti strumenti e competenze avanzate **per governare in modo efficace e strategico il controllo di gestione in azienda**. Attraverso un approccio pratico e teorico, il programma esplora le tecniche di pianificazione e monitoraggio delle performance, l'analisi dei costi e degli investimenti e l'utilizzo di sistemi avanzati di reporting e **business intelligence**. I partecipanti apprenderanno come utilizzare il controllo di gestione per ottimizzare i processi aziendali, massimizzare il margine di contribuzione e il cash flow, e **supportare decisioni strategiche di lungo periodo**. Il corso include esercitazioni su casi reali, che consentiranno di applicare le tecniche apprese direttamente nel contesto aziendale

A chi è rivolto

- Responsabili amministrativi e finanziari che gestiscono il sistema di controllo di gestione
- Controller e Senior del controllo di gestione
- Dipendenti area finanza, amministrazione e contabilità
- Manager aziendali coinvolti nella pianificazione strategica e nella valutazione degli investimenti

Programma

Il Sistema del controllo di gestione

- Il controllo di gestione e il "sistema azienda"
- La definizione degli obiettivi e il controllo
- Cenni sulla pianificazione d'impresa, strategia competitiva, posizionamento strategico, catena del valore
- Il processo di business planning e budgeting: determinazione e programmazione degli obiettivi aziendali
- Il processo di monitoraggio e controllo
- Progettazione dei centri di costo
- Saper identificare le aree di rischio: quantificare gli effetti e prevedere le azioni d'intervento

Obiettivi del controllo di gestione nel breve e lungo periodo

- Il ciclo virtuoso dello sviluppo sostenibile
- Cenni sull'utilizzo degli indici di bilancio per controllare i punti critici della gestione
- La definizione del prezzo di vendita: Cost Plus o Target Costing?
- Life Cycle Cost
- Teoria del «Marginal costing», «Marginal contribution», «Absorption costing»
- Obiettivi di breve periodo: massimizzare il margine di contribuzione (vendite marginali e costo marginale, il vincolo di un fattore scarso, break-even analysis, matrice del volume supplementare, leva operativa, insaturazione e inefficienza della produzione)
- Obiettivi di lungo periodo: massimizzare il cash flow (working capital, flussi di cassa)
- Diagnosi esterna: segmentazione e matrici strategiche
- Diagnosi interna: orientamento strategico e modelli organizzativi
- Analisi SWOT
- La valorizzazione dei processi interni – BPR e BPO alternative evolutive
- AI: predictive Analytics e utilizzo di tecniche di machine learning

Gestione degli elementi di controllo: i costi

- Da Cost accounting a Cost management
- Struttura logica di sistema di rilevazione e classificazione dei costi: Variable costing, Treacebale costing, Total Absorption costing, Full costing
- Logiche di ribaltamento dei costi indiretti: a base unica e a base multipla
- Il ribaltamento dei costi dei centri funzionali, ausiliari e produttivi sui prodotti/servizi
- Calcolo dei costi sulla base delle attività assorbite: l'Activity Based Costing (ABC) e l'Activity Based Management (ABM)
- Costi per la sostenibilità
- La Balanced Scorecard
- La creazione di valore e il value management

Dal budget al controllo di gestione

- Il sistema di misure: KPI di funzione
- Integrazione dei KPI ambientali e sociali
- Budget: finalità, obiettivi e relazione con il business plan
- Lo schema del Master budget
- Budget delle vendite
- Processo di pianificazione e controllo commerciale
- Budget finanziario
- Budgeting e pianificazione sostenibile: investimenti in tecnologie green, formazione del personale
- Analisi degli scostamenti (Gap analysis, Variance analysis e Root-cause analysis)

Come analizzare investimenti e progetti

- Gli investimenti nell'economia dell'azienda
- Criteri di scelta degli investimenti aziendali
- Progetti d'Investimento per riduzione costi
- Il rendimento atteso e il costo medio ponderato del capitale (WACC)
- Metodi di valutazione di tipo economico (payback period, ROI, rendimento medio contabile)
- Metodi di tipo finanziario (calcolo del costo del capitale, calcolo del Net Present Value, Internal Rate of Return, payback period finanziario, profitability index)

La Business Intelligence a supporto del Controller nell'attività di reporting

- Passare dai dati alle informazioni e alle decisioni
- Caratteristiche essenziali di un report
- Lo strumento della Business Intelligence per il controllo direzionale: benefici economici e procedimento
- Business Intelligence potenziata dall'IA (Power BI, Tableau, Qlik Sense, SAP BusinessObjects) - cenni
- Modelli e stili di reporting, supportati dalla Business Intelligence
- Decisioni operative
- Gli strumenti di reportistica
- Sintesi e processo



Obiettivi del corso

- Apprendere le migliori tecniche di analisi e reporting
- Migliorare le performance del controllo di gestione
- Saper identificare le aree critiche nelle attività e proporre eventuali azioni correttive
- Affinare l'analisi critica sulla significatività delle informazioni
- Essere un reale "consulente" per le altre funzioni aziendali
- Comprendere e sviluppare le tecniche e la filosofia del controllo di gestione nell'attuale evoluzione
- Offrire un contributo di valore attraverso l'individuazione di nuovi scenari di applicazione e di strumenti innovativi del controllo di gestione



Esercitazioni

- Valutazione economica del rischio - Caso Paper Moon
- Controllo dei risultati utilizzando gli indici di bilancio - Caso Aziende a confronto
- Il margine di contribuzione in presenza di una risorsa scarsa - Caso Collo di Bottiglia
- Il BEP nelle scelte di Make or Buy - Caso Le mensole del Sig. Dupont
- Calcolo del fabbisogno finanziario per sostenere la crescita dell'attività - Caso Gamma
- Calcolo previsionale dei flussi di cassa - Caso Oil & Gas
- Activity Based Costing - Caso Il gelataio
- Predisporre il Budget commerciale - Piano di copertura del mercato
- Riduzione dei costi di location - Caso Unificazione di 3 sedi
- Relazione tra tempo e contribuzione - Caso Macchina per la lavorazione del legno



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 21 ott al 24 ott

- dal 21 ott al 21 ott
- dal 24 ott al 24 ott

dal 15 dic al 18 dic

- dal 15 dic al 15 dic
- dal 18 dic al 18 dic

MI

dal 10 nov al 11 nov

Best

Budget e controllo di gestione per non specialisti

Strumenti per valutare l'efficienza e la redditività della propria area di business

★★★★★ 4,5/5 (15 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.570,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.460,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 6.2.4

Il corso è pensato per fornire le competenze necessarie a **comprendere e gestire gli strumenti di base** del controllo di gestione e del budgeting, senza richiedere una preparazione specifica in ambito finanziario. I partecipanti impareranno a **leggere e interpretare i dati del bilancio**, collegando le decisioni aziendali ai costi e ai risultati economici. Attraverso esercitazioni pratiche, verranno affrontati temi come la contabilità analitica, l'analisi di convenienza economica, la redazione del budget e la gestione degli scostamenti rispetto agli obiettivi prefissati. Il corso fornirà anche nozioni essenziali su come **monitorare la performance aziendale** utilizzando il reporting e i KPI.

A chi è rivolto

- Manager e responsabili di funzioni aziendali senza formazione specialistica in finanza che desiderano acquisire competenze di base sul controllo di gestione
- Imprenditori e liberi professionisti che vogliono sviluppare una maggiore comprensione degli strumenti di budget e controllo per gestire al meglio la loro attività
- Professionisti in settori non finanziari che vogliono comprendere l'impatto economico delle loro decisioni operative
- Personale amministrativo e operativo che desidera familiarizzare con i concetti di contabilità analitica e gestione economico-finanziaria

Programma

I dati aziendali e il loro utilizzo nella pianificazione strategica e tattica

La redditività dell'impresa ed il Controllo di gestione

- Origini ed evoluzione del Controllo di gestione
- Natura, strumenti e obiettivi
- La dinamica economico-patrimoniale-finanziaria
- Il principio della competenza economica

Parametri chiave dell'equilibrio economico-finanziario: Leggere e interpretare i dati del Bilancio

- Lo stato patrimoniale riclassificato: metodo finanziario e metodo funzionale

- Il conto economico riclassificato: Valore Aggiunto, Costo del Venduto, Margine di Contribuzione
- Il Rendiconto Finanziario

Mettere in relazione costi aziendali e scelte manageriali

La contabilità analitica

- Identificare gli obiettivi aziendali
- Determinare la redditività delle aree di business
- Articolazione per centri di responsabilità
- I centri di costo

La contabilità industriale

- Classificazioni e configurazioni di costo
- Particolarità: i costi standard
- Costi per la sostenibilità
- Direct cost vs full cost
- Configurazione del costo di prodotto
- Ripartizione costi indiretti - ABCosting (cenni)

Analisi di convenienza economica

- Il Margine di Contribuzione
- Vendite marginali
- Calcolo del punto di pareggio
- Leva operativa
- Scelta di convenienza in presenza di una risorsa scarsa
- La matrice del volume supplementare
- Un metodo per valutare i programmi di riduzione dei costi: Make or Buy
- AI: predictive Analytics e utilizzo di tecniche di machine learning

Declinare gli obiettivi aziendali in budget rappresentativi di aree decisionali e prestazionali

Evoluzione del controllo di gestione e budget

- Integrazione di pianificazione, controllo e reporting
- Budget: definizione, formulazione, scopi e verifica
- La dimensione informativa del sistema di programmazione e controllo
- Il processo di formazione ed elaborazione del Budget
- I Budget "funzionali": Budget commerciale e delle vendite (caso: piano di copertura del mercato)
- Budget della produzione, acquisti, mano d'opera, magazzino, servizi generali: esercitazione
- Budgeting e pianificazione sostenibile: investimenti in tecnologie green, formazione del personale
- I «sabotatori» del budget

Budget e obiettivi economico - patrimoniali - finanziari: l'analisi degli scostamenti consuntivi vs. Budget

- L'equilibrio economico, patrimoniale e finanziario
- Processo di monitoraggio e controllo: gap analysis, variance analysis, root-cause analysis
- Misura dello scostamento tra budget e risultati: Variance di volume, efficienza, prezzo
- Comprensione delle motivazioni degli scostamenti: esercitazione analisi degli scostamenti di ricavi e di costi variabili

Sottosistema del Budget degli investimenti: la valutazione

- Il costo medio ponderato del capitale (WACC)
- Metodi aritmetici e finanziari (Payback, ROI, NPV, IRR, Profitability Index)

Reporting

- Definizione dei parametri di controllo: i KPI di sforzo e di risultato
- Integrazione dei KPI ambientali e sociali

- Le funzioni perseguite e le caratteristiche essenziali di un report
- Accuratezza e tempestività
- I Key Steps del processo direporting operativo
- Business Intelligence potenziata dall'IA (software e strumenti) - cenni
- Balanced Scorecard: tabloid de bord dinamico - cenni



Obiettivi del corso

- Comprendere le finalità del Controllo di Gestione
- Analizzare i principali strumenti di contabilità analitica
- Approfondire i concetti della contabilità industriale
- Eseguire l'analisi di convenienza economica e valutare gli investimenti aziendali
- Formulare un budget economico ; analisi degli scostamenti (cenni)
- Analizzare le principali caratteristiche per un efficace sistema di reporting



Esercitazioni

- Break even analysis
- Scelta di make or buy per ridurre i costi: il caso Laneverdi
- Calcolo del costo primo e del costo pieno di prodotto: Caso Pastificio Garofalo e Caso Acciaio, Bronzo, Cromo
- Caso Dolcesuono (ABC)
- Redazione del budget
- Analisi degli scostamenti di ricavo e costi variabili



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 6 nov al 7 nov

- dal 6 nov al 6 nov
- dal 7 nov al 7 nov

Best

Contabilità generale - base

Conoscere i principi e le scritture contabili di base

★★★★★ 4,8/5 (37 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 1.570,00 € +IVA
Packaged in azienda : 4.340,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 6.3.1

Il corso di formazione è pensato per fornire una solida conoscenza dei principi fondamentali della contabilità. Attraverso un **approccio pratico**, i partecipanti impareranno a gestire le principali scritture contabili, acquisendo competenze nella registrazione delle operazioni attive e passive, nella contabilizzazione dei costi e ricavi e nella gestione delle operazioni IVA. Il programma copre anche aspetti specifici come la contabilità finanziaria, le operazioni con l'estero fino alla chiusura dei conti, propedeutica per la redazione del bilancio. Grazie a esempi concreti ed esercitazioni pratiche il corso rappresenta un **primo passo fondamentale** per chi desidera avvicinarsi alla contabilità o consolidare le proprie conoscenze di base.

A chi è rivolto

- Neo-assunti in ruoli amministrativi o contabili
- Piccoli imprenditori e liberi professionisti che desiderano gestire autonomamente la contabilità della propria attività
- Chiunque desideri acquisire una conoscenza iniziale della contabilità per supportare decisioni aziendali o amministrative

Programma

Supporti contabili

- Scritture contabili obbligatorie
- Codice Civile
- Libro giornale
- Libri IVA
- Libro cespiti
- Altri supporti contabili
- Archivi documentali

Principi delle rilevazioni contabili

- Principi della contabilità
- Tecnica della partita doppia

- Funzionamento dei conti nella logica aziendale
- Piano dei conti
- Stato patrimoniale e conto economico: documenti di sintesi

-

Analisi delle operazioni attive

- Registrazioni contabili del ciclo attivo: cessioni di beni e prestazioni di servizi
- Esempi ed esercitazioni sulle operazioni attive
- Poste rettificative delle operazioni attive: resi, abbuoni, sconti, arrotondamenti

Analisi delle operazioni passive

- Costi di esercizio e costi pluriennali
- Acquisti di beni materiali e servizi
- Esempi ed esercitazioni sulle operazioni passive

Le operazioni attive/ passive e l'IVA

- Principi generali: presupposto oggettivo, soggettivo, territoriale
- Operazioni imponibili, non imponibili, esenti ed escluse
- Acquisti con IVA detraibile
- Acquisti con IVA indetraibile
- Acquisti con IVA parzialmente detraibile
- Esempi ed esercizi in partita doppia

Le operazioni con l'estero

- Importazioni ed acquisti intracomunitari
- Esportazioni e cessioni intracomunitarie
- Servizi intracomunitari
- Esempi ed esercizi in partita doppia

Le immobilizzazioni

- Acquisto di immobilizzazioni materiali e immateriali
- Cessione delle immobilizzazioni e detrazione plus/minus valenza

Ciclo paghe e contributi

- Contabilizzazione di stipendi e salari
- Contributi e oneri sociali
- Rilevazioni degli enti previdenziali
- Liquidazione TFR

Analisi di scritture contabili particolari

- Le operazioni in reverse charge
- Le scritture contabili relative agli agenti di commercio
- Le scritture contabili relative al compenso degli amministratori
- Il leasing

Contabilità finanziaria di incassi e pagamenti

- Registrazioni dei pagamenti
- Registrazioni degli incassi

Operazioni di chiusura e di riapertura dei conti

- Scritture di assestamento (integrazione, rettifica, ammortamento, magazzino)
- Chiusura dei conti e determinazione del risultato d'esercizio

Esercitazione completa

- Esercitazione generale in partita doppia e redazione del bilancio
- Il supporto di AI nella risoluzione di problematiche contabili
- Comprensione del bilancio e delle sue poste più significative



Obiettivi del corso

- Comprendere i concetti di esercizio e competenza economica
- Comprendere i principi delle rilevazioni contabili
- Effettuare le scritture relative al ciclo attivo e passivo
- Effettuare le scritture relative ad acquisti, vendite, costi di personale, investimenti, finanziamenti ed operazioni sul capitale
- Effettuare le scritture di assestamento e di chiusura dei conti



Esercitazioni

Durante il corso sono previsti momenti esercitativi relativi a:

- operazioni attive
- operazioni passive
- partita doppia, anche nelle operazioni con l'estero
- partita doppia e redazione del bilancio



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 22 ott al 24 ott

Online

dal 24 nov al 28 nov

- dal 24 nov al 25 nov
- dal 28 nov al 28 nov

Best

Gli aspetti legali connessi agli acquisti

Predisporre, redigere e negoziare contratti d'acquisto sicuri e completi

★★★★★ 4,8/5 (24 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.460,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.400,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 8.1.4

Per gestire correttamente il rapporto con il fornitore e garantire contratti sicuri all'azienda è indispensabile conoscere gli **aspetti legali** degli acquisti. Il corso fornisce le competenze necessarie a **preparare, redigere e negoziare** un contratto d'acquisto. Consente inoltre di apprendere come condurre trattative precontrattuali, redigere un contratto e affrontare clausole vessatorie, **tutelando l'azienda** nell'acquisto di beni e servizi.

A chi è rivolto

- Direttori e responsabili acquisti
- Buyer
- Addetti acquisti

Programma

Il contratto in generale

- Le diverse forme di accettazione contrattuale
- Il contratto fonte di obbligazione
- Parti contraenti - la procura
- Il momento di perfezionamento del contratto
- Cosa si intende per proposta irrevocabile
- Revocabilità della proposta
- Opzione
- Conclusione del contratto
- Effetti del contratto
- Clausole vessatorie
- Clausola penale, caparra penitenziale e caparra confirmatoria; differenze tra gli istituti

Come condurre le trattative precontrattuali

- Buona fede e **correttezza** nelle trattative

- Come si effettua la revoca delle **trattative** precontrattuali
- Rilevanza giuridica della trattativa
- Trattative precontrattuali e contrattuali: limiti e fenomeni legati all'eventuale concorrenza sleale

Progettazione del contratto d'acquisto

- Tecniche di formazione delle diverse tipologie di contratto
- Progressiva elaborazione del contratto durante le diverse fasi di acquisto
- Coinvolgimento delle funzioni tecniche interne, commerciali e legali
- Finalizzazione del contratto agli scopi di impresa
- **Elaborazione** e **stesura** del contratto

Principali forme di inadempimento contrattuale e relative possibili tutele

- Individuare le principali forme di inadempimento contrattuale e come tenerne conto nella stesura delle relative garanzie
- Formule di **autotutela** di chi acquista
- Garanzie contro le principali forme di inadempimento
- Vizi e difformità

Contratti tipici e atipici: la compravendita

- Definizione di compravendita
- Vendita ad effetti reali e vendita obbligatoria
- Vendita di cosa futura
- Obbligazioni del venditore e del compratore

Contratti tipici e atipici: appalto, contratto d'opera e somministrazione

- Definizione
- Appalto, vendita, somministrazione: differenze
- Responsabilità e corresponsabilità dei soggetti coinvolti
- Concetto di "gestione a proprio rischio"
- Contratto d'opera
- Collaudo

Contratti di integrazione produttiva

- Disciplina della subfornitura introdotta con legge 18.6.1998 n°192
- Cenni sui contratti normativi o contratti quadro



Obiettivi del corso

- Formulare le clausole personali
- Individuare e utilizzare le formule di autotutela del compratore
- Identificare i casi nei quali si ha la risoluzione di diritto del contratto
- Applicare le clausole di variazione prezzi
- Far fronte a una situazione di fallimento dell'azienda fornitrice
- Individuare le principali forme di inadempimento contrattuale
- Valutare le **responsabilità** civili del produttore/fornitore



Esercitazioni

- Logiche sistematiche ed organizzazione del contratto
- Elementi essenziali
- Elementi soggettivi, oggettivi, norme di esecuzione contrattuale e forme
- Check list: le cose da non dimenticare
- Esempio di elaborazione e stesura di un contratto in full service
- Esempio di elaborazione e stesura di un contratto d'appalto





Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 6 nov al 7 nov

Best

Controllo di gestione - base

Strumenti per impostare un sistema di controllo di gestione in azienda

★★★★★ 4,7/5 (35 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 1.880,00 € +IVA
Packaged in azienda : 5.170,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 6.2.5

Il corso è progettato per fornire ai partecipanti una solida introduzione alle principali **tecniche e agli strumenti fondamentali del controllo di gestione**. Attraverso un approccio pratico e teorico, i partecipanti impareranno a comprendere il ruolo del controllo di gestione, a monitorare ed ottimizzare le performance aziendali, a pianificare e gestire il budget e a prendere decisioni strategiche basate su dati concreti. Il corso coprirà aspetti essenziali come **la lettura e l'interpretazione del bilancio, l'analisi dei costi** attraverso la contabilità analitica e l'utilizzo dei centri di costo, la **pianificazione e il budgeting**, la misurazione delle **performance** tramite **KPI**. Attraverso esercitazioni pratiche e casi aziendali reali, i partecipanti saranno in grado di applicare le conoscenze acquisite direttamente nel contesto lavorativo.

A chi è rivolto

- Professionisti Junior che lavorano in ruoli amministrativi, contabili o di gestione finanziaria e vogliono ampliare le proprie conoscenze.
- Controller junior
- Personale che opera in ambito amministrativo e finanziario e intende migliorare le proprie competenze, acquisendo una visione più ampia del controllo di gestione per supportare meglio la gestione aziendale
- Imprenditori e Manager o responsabili di divisioni aziendali che desiderano apprendere le logiche e gli strumenti del controllo di gestione per controllare i costi e valutare le performance della propria attività e prendere decisioni informate e strategiche
- Tutti coloro che desiderano acquisire le competenze alla base della gestione efficace delle risorse e delle decisioni strategiche, fondamentali per monitorare e ottimizzare le performance aziendali

Programma

Il controllo di gestione (CDG)

- Origini ed evoluzione del controllo di gestione
- Obiettivi e strumenti del controllo di gestione
- Il Controllo di Gestione come Business Partner aziendale
 - L'evoluzione del CdG: da funzioni verticali a processi trasversali - da feed-back a feed-forward
- Allargare l'orizzonte e migliorare l'immagine della funzione

Parametri chiave dell'equilibrio patrimoniale, economico e finanziario: Il Bilancio d'esercizio

- I documenti che compongono il Bilancio d'esercizio
- Le informazioni contenute nel Bilancio: la relazione sulla gestione, la nota integrativa, la relazione del Collegio Sindacale.
- Leggere e interpretare lo stato patrimoniale, il conto economico, e il rendiconto finanziario
- Relazione tra le componenti del bilancio
- I cicli aziendali riflessi nel bilancio d'esercizio
- La riclassificazione dello Stato Patrimoniale: metodo finanziario e metodo funzionale
- I margini dello Stato Patrimoniale

Utilizzo dell'analisi per Indici

- Indici di solidità (rapporto di indebitamento)
- Indici di redditività (ROI, ROS, ROE, ROD, ROA)
- La leva finanziaria
- Indici di liquidità (Current Ratio, Acid Test, PFN)
- Indici di efficienza (DSO, DPO, DIO)
- Il Capitale Circolante Netto

Utilizzo dei dati di bilancio: applicazioni operative

- Il margine di contribuzione
- La leva operativa: considerazioni sulla composizione dei costi e sul margine di contribuzione
- La matrice del volume supplementare
- Il punto di pareggio (break even point)
- Le vendite marginali
- Make or buy
- Cenni sulla composizione del capitale
- Il rendimento atteso e il costo del capitale (wacc)
- La leva del capitale investito: l'equilibrio tra capitale di debito e capitale di rischio
- La creazione di valore: Economic Value Added (EVA)
- AI: predictive Analytics e utilizzo di tecniche di machine learning

Il sistema degli obiettivi societari e la contabilità gestionale

- Identificare gli obiettivi
- I possibili conflitti tra gli obiettivi delle funzioni
- 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
- La configurazione di costo: costo primo, costo industriale, costo di trasformazione, costo pieno
- La valutazione dei programmi di riduzione
- Costi per la sostenibilità

Logica di gestione dei costi

- Full vs direct
- Criteri e sistemi di ripartizione dei costi indiretti
- Cenni sulla gestione dei costi e la politica dei prezzi: cost plus e target costing
- Life Cycle costing

Alcuni metodi di Cost Management: Activity Based Costing e Activity Based Management (cenni)

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

Attivare il sistema di controllo aziendale: costruire il sistema di misure

- I Fattori Critici di Successo (FCS) e i Key Performance Indicators
- Differenti tipi di KPI: di "sforzo" e di "risultato"
- La Balance Scorecard (cenni)

- Il modello e le principali caratteristiche
- I collegamenti con il Bilancio ed il Budget
- Integrazione dei KPI ambientali e sociali

Il processo di Budgeting

- Garantire coerenza tra organizzazione, aree di responsabilità, sistema di controllo: il business model
- Definizione ed importanza del Budget
- Caratteristiche e finalità del sistema di Budget: strumento di coordinamento, motivazione, incentivazione e di valutazione delle performance aziendali
- Budget economico pluriennale - Il Master Budget
- Il processo di elaborazione del budget (I Budget «particolari» o funzionali)
- L'approvazione del budget e responsabilizzazione delle singole funzioni (processo «integrato»)
- Struttura del budget commerciale
- Budgeting e pianificazione sostenibile: investimenti in tecnologie green, formazione del personale
- I «sabotatori» del budget

Processo di monitoraggio e controllo

- Collegare CDG e budget
- Determinazione e analisi degli scostamenti: Gap Analysis
- Variance Analysis
- Root-Cause Analysis
- Pareto Analysis
- Forecast e Recovery Plan

Sistema di reporting: Il CDG nell'attuale evoluzione dell'ERP e della Business Intelligence

- Cosa intendiamo per sistema ERP ("Pianificazione delle Risorse d'Impresa") nel CdG
- Caratteristiche essenziali di un report
- I limiti del reporting tradizionale
- Le caratteristiche del nuovo reporting
- la Business Intelligence come supporto al CdG
- Business Intelligence potenziata dall'IA (software e strumenti) - cenni
- Alcuni esempi di strumenti e modelli di rappresentazione
- L'utilizzo come leva decisionale: Sintesi e processo



Obiettivi del corso

- 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
- Introdurre l'utilizzo di specifici strumenti di controllo di gestione e di monitoraggio dei costi
- Sviluppare conoscenze in tema di contabilità industriale e di analisi nel processo di formazione del Budget



Esercitazioni

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

- Determinazione e analisi degli scostamenti dal budget



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 13 ott al 15 ott

- dal 13 ott al 14 ott
- dal 15 ott al 15 ott

MI

dal 19 nov al 21 nov

Best

La gestione del personale: obblighi legali e amministrativi

Conoscere e applicare correttamente la normativa vigente

★★★★☆ 3,9/5 (26 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 2.1.6

Le normative che regolano il mercato del lavoro sono in **costante cambiamento**. Regolamenti europei e riforme nazionali introducono innovazioni che richiedono alle imprese un continuo aggiornamento e adattamento per restare conformi e competitive.

Il corso di gestione amministrativa del personale offre strumenti pratici per interpretare e applicare le **soluzioni più adeguate alle esigenze aziendali, garantendo il pieno rispetto della normativa vigente e una gestione efficiente delle risorse umane**.

Il corso funge inoltre da introduzione propedeutica a due percorsi specifici:

- **La disciplina del rapporto di lavoro (2.2.24):** approfondisce aspetti legati alle tipologie contrattuali, lettere di assunzione e situazioni particolari, come i licenziamenti.
- **Il payroll: paghe e contributi (2.2.2):** si concentra sull'elaborazione del cedolino paga, affrontando le principali casistiche e collegandole ai caratteri normativi generali trattati nel corso.

A chi è rivolto

- Responsabili del personale di nuova nomina
- Addetti all'amministrazione del personale e/o alle relazioni sindacali
- Addetti alla gestione del rapporto di lavoro

Programma

Fonti del diritto del lavoro

- Focus sulla Costituzione

Il rapporto di lavoro subordinato e il contratto di lavoro

- Il contratto individuale
- Accordo e lettera d'assunzione
- Patto di non concorrenza e patto di stabilità
- Informazioni sull'assunzione
- Contenuto: informazioni obbligatorie

- Tempi dell'adempimento
- Decreto Trasparenza

Le tipologie di contratto di lavoro subordinato

- Tipologie di contratti e codice dei contratti
- Lavoro a tempo indeterminato
- Lavoro a tempo determinato
- Lavoro in Part-Time
- Apprendistato

Il luogo della prestazione di lavoro

- I trasfertisti

Vincoli legali nel processo di assunzione

- Divieto di discriminazione
- Tutela della Privacy
- Limiti alle indagini durante i colloqui e Background Check
- Obblighi informativi e formativi

Cessazione del rapporto di lavoro

- Conclusione naturale
- Conclusione per fatti imprevisi e sopravvenuti: risoluzione consensuale, sopravvenuta impossibilità della prestazione, cessione del contratto di lavoro e altre casistiche

Dimissioni e licenziamento -focus

- Preavviso
- Dimissioni
- Licenziamento
- Procedura disciplinare
- Licenziamento per G.M.O
- Fattispecie particolari

INPS, Assenze, TFR e Previdenza Complementare

- Cenni introduttivi
- Principali adempimenti
- Focus su normativa INPS
- Retribuzione imponibile Previdenza
- Contribuzione INPS
- UNIMENS
- Ferie, malattia, festività e ex-festività, ROL, banca ore, TFR
- Previdenza complementare

INAIL, Infortunio, Malattia e Maternità

- Inquadramento INAIL
- La contribuzione
- Infortunio
- Malattia
- Maternità e congedo di Paternità



Obiettivi del corso

- Conoscere gli obblighi giuridici e amministrativi del servizio personale
- Acquisire le conoscenze di base per poter leggere autonomamente il CCNL applicato in azienda

- Acquisire le conoscenze necessarie per meglio contestualizzare le attività che si vanno svolgendo, cogliendo i diversi aspetti gestionali, legislativi
- Applicare correttamente le disposizioni inerenti il rapporto di lavoro, alla luce delle più recenti normative



Esercitazioni

- Struttura della moderna retribuzione
- Gestione degli emolumenti



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 3 nov al 4 nov

- dal 3 nov al 3 nov
- dal 4 nov al 4 nov

Best

Fondamenti di Management

Le chiavi manageriali per una gestione efficace dei collaboratori

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 5881

L'efficacia del management è condizione imprescindibile per il successo dell'azienda. I manager ne rappresentano il futuro: è fondamentale che siano in possesso di un bagaglio cognitivo ed esperienziale coerente con le evoluzioni organizzative in corso e con le sfide che si troveranno ad affrontare. L'attività di management presuppone l'**orientamento del comportamento dei collaboratori** verso forme di lavoro e di relazione che siano al contempo **performanti** e **inclusive**.

Il corso, partendo da una rivisitazione del concetto di management in ottica contemporanea, consente di esplorare i fondamenti del management con l'obiettivo di **interpretare il ruolo** con **soddisfazione personale** e **valorizzazione aziendale**.

A chi è rivolto

- Manager e neomanager interessati ad acquisire i fondamentali del management
- Manager con esperienza, interessati ad un momento di riflessione sulle attività di management e di confronto tra colleghi
- HR interessati a ripensare i fondamenti del management in vista di azioni di sviluppo organizzativo

Programma

Prima

- Self-assessment: "Le mie capacità manageriali"
- Breve video: "Guarda John dare feedback in qualità di manager"

Durante

Il ruolo manageriale

- Il ruolo di manager nelle organizzazioni contemporanee
- Il tema delle aspettative formali e sociali

L'ambiente di riferimento

- Il contesto organizzativo come variabile fondamentale per l'interpretazione manageriale
- People management e HR management

Comprendere i collaboratori

- Fattori motivazionali
- La questione delle competenze
- Il ciclo di vita professionale

Il processo di management

- Le diverse forme di gestione verso il raggiungimento del risultato
- La gestione per attività verso la gestione per obiettivi
- Il rapporto tra monitoraggio, sostegno e richiamo
- Il tema della delega

La comunicazione: strumento imprescindibile del nuovo manager

- La comunicazione come fenomeno organizzativo
- Gli strumenti disponibili, dalle riunioni alle chat
- Gli stili di comunicazione
- La comunicazione assertiva come stile comunicativo produttivo

La creazione di un piano di azione

- Definire lo scenario futuro
- Declinare priorità ed obiettivi dell'entrata in ruolo
- Predisporre le azioni da svolgere

Dopo

- Modulo eLearning: "Gli stili di management"
- Modulo eLearning: "Dare feedback positivi e costruttivi"
- Modulo eLearning: "Le competenze relazionali del manager"



Obiettivi del corso

- Conoscere i riferimenti fondamentali del management
- Comprendere le dinamiche organizzative
- Comprendere i fenomeni motivazionali
- Conoscere i fondamentali di gestione



Esercitazioni

In base alle caratteristiche dei partecipanti verranno proposte esercitazioni di diverso tipo: simulazioni progettuali, utilizzo di check list, momenti di brain storming, etc.



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 24 nov al 28 nov

- dal 24 nov al 24 nov
- dal 28 nov al 28 nov

Capo in produzione

Gestire un'area produttiva coniugando risultati operativi e attenzione alle persone

★★★★★ 4,6/5 (37 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 1.985,00 € +IVA
Packaged in azienda : 5.360,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 10.1.1

Le aziende sono sempre più impegnate ad introdurre modalità di organizzazione e gestione delle aree produttive in grado di **coniugare risultati operativi ed attenzione alle persone**. I responsabili di tali aree devono far evolvere il modo con cui interpretano il proprio ruolo nei diversi aspetti che lo caratterizzano - gestione delle persone, gestione delle risorse produttive, gestione dell'attività operativa - per adeguarlo alle esigenze del contesto lavorativo in cui si trovano ad operare. Il corso intende approfondire i cambiamenti nell'ambiente di lavoro e fornire le competenze e gli strumenti necessari ad **adeguare il proprio ruolo in modo da renderlo più efficace e professionale**.

A chi è rivolto

- Responsabili Produzione
- Supervisor
- GAP leader
- Capi servizio
- Capi reparto
- Responsabili di linea

Programma

Ruolo di responsabile di un'area produttiva

- I cambiamenti che caratterizzano l'attuale ambiente produttivo
- Il ruolo di responsabile di un'area produttiva e il modo con cui va interpretato nell'attuale contesto lavorativo
- La prestazione nel contesto lavorativo moderno: risultati operativi e comportamenti messi in atto per realizzarli
- Il ruolo di responsabile come "expert": coordinare gli aspetti tecnico-operativi della propria area favorendo la crescita professionale dei collaboratori
- Il ruolo di responsabile come "leader": creare le condizioni organizzative ed un clima lavorativo che consentano di realizzare le prestazioni richieste dall'azienda e che rendano le persone soddisfatte dell'ambiente in cui lavorano
- Il ruolo di responsabile come "manager": gestire in modo efficiente le risorse della propria area applicando nuove modalità organizzative, monitorando le prestazioni critiche, attivando i miglioramenti che si rendono necessari

Leadership nel contesto produttivo

- L'importanza della gestione delle persone per l'ottenimento delle prestazioni richieste
- La leadership nell'attuale ambiente produttivo: capacità di utilizzare il miglior mix di expertise, autorità, autorevolezza nelle diverse situazioni che si creano nel rapporto capo-collaboratore
- Autorità vs autorevolezza, direttività vs coinvolgimento: come applicarli efficacemente a seconda delle situazioni e delle persone

Modello di riferimento per essere leader in un'area produttiva

- Sviluppare un proprio stile di leadership in base alle caratteristiche personali
- Le leve per un esercizio efficace della leadership negli ambienti produttivi
- Direttività: saper gestire la propria autorità di responsabile facendo attenzione all'impatto delle azioni, dei comportamenti, della comunicazione sui collaboratori
- Coinvolgimento: saper "ingaggiare" le persone creando senso di appartenenza, facendo sentire i collaboratori parte di un gruppo, favorendo l'integrazione tra le persone
- Facilitazione: saper facilitare/favorire il lavoro delle persone creando le migliori condizioni in cui essi possano lavorare
- Gli strumenti operativi per esercitare la leadership
- L'esercizio della leadership attraverso l'esempio

Ambiente di lavoro e gestione delle persone

- Il concetto di squadra
- Clima emotivo dell'ambiente di lavoro come base per rendere le persone più soddisfatte del proprio lavoro, favorirne motivazione e impegno
- Come il responsabile di area produttiva può creare un ambiente di lavoro positivo e collaborativo ed evitare che possa diventare un ambiente "tossico"
- Assertività, ascolto attivo, empatia e comunicazione efficace: strumenti fondamentali per gestire in modo efficace le relazioni nell'ambiente di lavoro con collaboratori, colleghi, superiori
- Forme di coinvolgimento per creare senso di appartenenza in modo da far sentire le persone parte di un gruppo

Gli strumenti per una efficace gestione delle persone

- Autonomia, responsabilizzazione e delega per far crescere le persone e migliorarne le performance
- La gestione degli obiettivi dell'area di responsabilità: la definizione degli obiettivi, la condivisione con i collaboratori, il confronto sui risultati
- La motivazione nell'ambiente di lavoro e le leve a disposizione del responsabile di un'area produttiva per creare motivazione
- Il feedback come strumento di crescita delle persone, di miglioramento delle prestazioni, di motivazione delle persone
- La gestione dei problemi di relazione nell'ambiente di lavoro: la gestione dei conflitti tra collaboratori e gli approcci ai conflitti in cui si è coinvolti direttamente
- L'approccio Problem Solving per affrontare in modo costruttivo i problemi che si incontrano, gli errori che si commettono
- Il confronto periodico con i collaboratori per condividere la valutazione delle prestazioni, le loro aspettative, gli obiettivi di crescita
- La crescita dei collaboratori: crescita delle competenze professionali, crescita delle competenze comportamentali

La misurazione e il miglioramento delle prestazioni produttive

- La misurazione delle prestazioni come base per una gestione efficiente ed efficace della propria area
- Gli indicatori di produttività ed efficienza delle risorse produttive (manodopera, macchine/impianti, materiali, flussi produttivi)
- Strumenti per analizzare e migliorare produttività ed efficienza delle risorse
- Il modello organizzativo di riferimento di un'area produttiva
- La gestione del miglioramento con il coinvolgimento delle persone che vi operano

Digitalizzazione, sostenibilità e Intelligenza Artificiale nell'area produzione

- Digitalizzazione dei processi dell'area produttiva e cambiamenti nell'organizzazione di fabbrica
- La gestione delle attività produttive in ottica di sostenibilità



Obiettivi del corso

- Rendere più consapevoli di che cosa voglia dire avere un ruolo di responsabilità nell'attuale contesto produttivo
- Focalizzare una serie di strumenti e metodologie per svolgere il proprio ruolo in modo più efficace e professionale
- Da capo a leader della propria area di responsabilità

- Gestire in modo ottimale il team attraverso le modalità di relazione, la comunicazione, la motivazione, la delega, il feedback, la gestione dei problemi di relazione
- Misurare e migliorare le prestazioni della propria area di responsabilità



Esercitazioni

Il corso ha un approccio molto **concreto e pragmatico**. Per ogni argomento dopo un inquadramento iniziale vengono proposte esercitazioni individuali e di gruppo, casi e role playing che danno al partecipante l'opportunità di applicare immediatamente quanto appreso, in un costante confronto con gli altri partecipanti e con il consulente/docente.

I principali argomenti oggetto di esercitazioni e di casi sono:

- Il ruolo del responsabile di un'area produttiva
- Gli strumenti per l'efficace esercizio della leadership
- La comunicazione
- La motivazione delle persone
- La valutazione delle caratteristiche dei propri collaboratori e la pianificazione della crescita
- Uso della delega e dei feedback
- Misurazione e analisi degli indicatori di produttività e di efficienza
- Analisi e valutazione dell'organizzazione della propria area



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 20 ott al 23 ott

- dal 20 ott al 21 ott
- dal 23 ott al 23 ott

MI

dal 24 nov al 26 nov

Best

Leadership per Middle Manager

L'intelligenza manageriale come strumento per lo sviluppo dei team

★★★★★ 4,6/5 (67 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.2.2

La leadership di un manager si traduce nella capacità di **influenzare in modo positivo** il team di collaboratori, sostenendoli nel raggiungimento dei risultati. Oggi essere leader significa **andare oltre il concetto di potere formale**, mettersi al servizio dell'organizzazione e dei collaboratori, instaurare un clima positivo e di fiducia reciproca, creando commitment e **diventando un punto di riferimento costante per il proprio team**.

Il corso, basato sulla costante interazione tra i partecipanti, propone linee di intervento per comprendere le dinamiche presenti in un team e per sviluppare il proprio gruppo di collaboratori attraverso una logica di **team empowerment**.

A chi è rivolto

- Neomanager intermedi che coordinano gruppi di collaboratori
- Manager intermedi, che coordinano gruppi, desiderosi di confrontarsi tra colleghi e di implementare le proprie competenze

Programma

Team leading practice

- Le forme della leadership
- Dall'autorità gerarchico-organizzativa all'autorevolezza dei comportamenti
- Costruire la propria leadership nel quotidiano
- Progettare il proprio ruolo

Guidare il team verso prestazioni sostenibili

- Essere un manager assertivo per mantenere la flessibilità
- Guidare l'azione individuale e collettiva
 - Definire un progetto per il team
 - Offrire direzione e obiettivi

- Gestire priorità contrastanti
- Diventare un leader-coach
 - Adottare il ruolo di leader-coach
 - Adottare le buone pratiche di un leader-coach
- Costruire un progetto per il team

Sviluppare una visione strategica

- Comprendere e intervenire nei diversi livelli di conflitto
- Prendere decisioni efficaci che tengano conto della sostenibilità del sistema
 - Impostare la rotta per il futuro
 - Anticipare le conseguenze delle decisioni

Sviluppare il proprio impatto e la propria influenza

- Sviluppare la capacità di influenzare e negoziare
 - Preparare strategie e tattiche
 - Definire e attuare strategie vincenti
- Costruire la propria rete di relazioni
 - Analizzare la rete sociale
 - Espandere e mantenere la propria rete

Gestione dei team e valorizzazione delle emozioni

- Gestione delle emozioni individuali
 - Il ruolo del manager nella gestione delle emozioni
 - Comprendere i sentimenti dei collaboratori
 - Praticare la gestione delle emozioni individuali
- Gestire le emozioni collettive
 - Sostenere la struttura emotiva del team

Guidare il team attraverso il cambiamento



Obiettivi del corso

- Comprendere il fenomeno della leadership nei gruppi di lavoro
- Sviluppare flessibilità relazionale e comunicativa
- Conoscere le tecniche per lo sviluppo della coesione del team
- Imparare a gestire la dimensione emotiva nel team



Esercitazioni

- Storytelling personale: da manager a leader
- Roleplay: la leadership nei colloqui
- Elaborazione di un piano d'azione per il miglioramento personale



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 23 ott al 24 ott

Online

dal 17 nov al 19 nov

- dal 17 nov al 17 nov
- dal 19 nov al 19 nov

Best

Problem Solving e Decision Making

Analizzare il problema, progettare soluzioni, prendere decisioni efficaci

★★★★★ 4,4/5 (27 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 830,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.500,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.1.14

Affrontare un problema con il giusto approccio e una strategia solida è fondamentale in ogni contesto.

I partecipanti acquisiranno consapevolezza dei limiti imposti da **percezioni distorte e bias cognitivi** e dalla loro elaborazione emotiva e mentale e impareranno a superare tali condizionamenti sviluppando un **mindset orientato alla soluzione** e alla gestione concreta delle situazioni. Attraverso tecniche e modelli di **pensiero strategico**, apprenderanno come trasformare le sfide quotidiane in opportunità, sviluppando abilità per ridefinire i problemi, adottare soluzioni creative e prendere decisioni più efficaci. L'approccio interattivo del corso si concentra sullo sviluppo di modelli di pensiero e approccio che favoriscono un **mindset positivo**, dinamico, proattivo, resiliente e innovativo.

Il tema è disponibile anche on demand in modalità packaged in azienda attraverso una Virtual classroom da 3h.

A chi è rivolto

- Manager
- Team Leader
- Responsabili di Progetto
- Chiunque desideri migliorare le proprie capacità di problem solving e decision making

Programma

Modelli efficaci di pensiero strategico

- Comprendere e applicare modelli di pensiero strategico per migliorare la risoluzione dei problemi
- Allenare un mindset naturale al problem solving: percezione, immaginazione e logica
- Utilizzare la tecnica dei 5 perché per identificare le cause profonde
- Applicare il diagramma di Ishikawa per analizzare le cause di un problema

Ridefinire il problema

- Ridefinire il problema partendo dai risultati attesi
- Ridefinire gli ostacoli per aumentare la propria sfera di influenza
- Strategie di ridefinizione: obiettivo e strategia, i 5 perché finali, e/e o/o
- Utilizzare le domande WH per esplorare meglio il contesto del problema

Il passaggio al solution finding

- Cambiare punto di vista e progettare lo scenario ideale
- Cambiare punto di vista e guardare con lo sguardo degli altri
- Pensiero divergente, convergente, laterale: per trovare soluzioni creative e alternative
- Diventare agenti di cambiamento: passare dalla reattività alla proattività nella leadership

Decision making: scegliere la soluzione più efficace

- Facilitare il processo con il pensiero laterale: dal brainstorming e mappe mentali alla soluzione
- Un modello semplice di selezione delle idee
- Coinvolgere il team nel processo decisionale per migliorare la collaborazione e la qualità delle decisioni
- Pensare al contrario e la tecnica dei 6 cappelli

AI e il supporto al decision making

- Utilizzo dell'AI per l'analisi rapida dei problemi, suggerimenti e simulazioni
- Applicare tecniche di simulazione e automazione per migliorare l'efficienza e la qualità delle decisioni.
- Simulare scenari decisionali con l'AI per valutare l'efficacia delle possibili soluzioni



Obiettivi del corso

- Passare da una mentalità incentrata sul problema ad un mindset orientato ai risultati
- Riconoscere i filtri percettivi e i bias cognitivi che possono distorcere la realtà
- Passare da un approccio troublemaking ad un approccio troubleshooting: dalla lamentela alla proattività



Esercitazioni

- I filtri percettivi
- Applicazione di modelli di analisi dei problemi
- Strategie VS obiettivi
- Da pensiero o-o a pensiero e-e
- Tecniche dei 5 why
- Costruzione dello scenario ideale
- Brainstorming, mappe e pensiero inverso
- La tecnica dei 6 cappelli



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

date 5 nov

Online

date 3 dic

Best

Intelligenza emotiva e gestione dello stress

Governare le emozioni per mantenere relazioni positive in azienda

★★★★★ 4,5/5 (72 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.250,00 € +IVA
Packaged in azienda : 2.900,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.2.6

Le emozioni sono una componente centrale in qualunque ruolo professionale. Imparare a **riconoscerle** e a **gestirle**, soprattutto in situazioni di stress e tensione, è fondamentale, sia per mantenere relazioni positive con i propri colleghi e collaboratori, sia per mantenere il presidio dei propri **obiettivi** e delle proprie **performance**.

Il corso fornisce strumenti utili per **sviluppare l'intelligenza emotiva** e **prevenire lo stress**, gestendo le proprie **emozioni** anche nei momenti difficili e instaurando un clima positivo con i diversi interlocutori.

A chi è rivolto

- Manager
- Team Leader
- Tutti coloro che desiderano acquisire maggiore consapevolezza rispetto alla propria intelligenza emotiva e vogliono imparare a gestire lo stress attraverso metodi pratici, applicabili alla propria quotidianità lavorativa

Programma

Prima

- Self-assessment: "Le mie competenze emotive"
- Breve video: "Guarda John gestire emozioni diverse causate dal cambiamento"

2. Durante

La gestione dello stress

- Definire e individuare lo stress
- Il ruolo del ciclo dello stress nella vita quotidiana
- Eustress e Distress: la differenza tra stress tonico e stress tossico
- Conoscere i fattori che generano stress e i propri segnali di allarme
- Ri-Conoscere le proprie personali strategie di gestione dello stress e comprendere perché a volte sono inefficaci
- La mindfulness per imparare a rilassarsi intellettualmente, fisicamente ed emotivamente
- Il ruolo delle emozioni nella gestione dello stress
- Stress, gestione del tempo e nuove tecnologie
- Utilizzare le nuove tecnologie come alleate per la gestione del tempo

Emozioni e intelligenza emotiva

- Cos'è un'emozione
- Il percorso dell'intelligenza emotiva: le cinque aree delle competenze emotive

1. Consapevolezza: comprendere le proprie emozioni
2. Consapevolezza: fare esperienza delle proprie emozioni
3. Gestione delle emozioni in situazioni critiche
4. Intelligenza sociale: essere aperti alle emozioni degli altri
5. Intelligenza sociale: vantaggi e svantaggi delle emozioni al lavoro

Costruire relazioni positive con gli altri

- Comunicare obiettivi, bisogni e idee in modo chiaro e rispettoso dell'interlocutore
- Le tecniche di ascolto per instaurare un clima positivo
- Gestione pratica di momenti difficili: fare e ricevere critiche, saper dire di no, esplicitare richieste

Definire e implementare una propria strategia di benessere: piano d'azione personale

Dopo

- Modulo eLearning: "L'impatto delle emozioni nelle situazioni professionali"
- Modulo eLearning: "Gestire le proprie emozioni"
- Modulo eLearning: "Saper gestire lo stress"



Obiettivi del corso

- Acquisire consapevolezza rispetto all'intelligenza emotiva
- Riconoscere e gestire le emozioni

- Individuare i fattori generatori di stress e gli impatti sui comportamenti
- Sperimentare tecniche di rilassamento applicabili nella propria quotidianità
- Focalizzare le risorse personali per gestire positivamente lo stress
- Acquisire strumenti per affrontare la tensione sperimentata in ambito professionale
- Sviluppare tecniche di gestione della relazione per gestire stress ed emozioni sgradevoli
- Sviluppare relazioni positive con qualsiasi tipo di interlocutore



Esercitazioni

- Autodiagnosi: conoscere il proprio rapporto con lo stress
- Case study e casi personali
- Piano d'azione personale



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 28 ott al 31 ott

- dal 28 ott al 28 ott
- dal 31 ott al 31 ott

MI

dal 24 nov al 25 nov

Gestione del conflitto per manager

Conflict management: come risolvere positivamente le tensioni tra i collaboratori

 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 6198

Relazioni complesse, tensione verso i risultati, tempo e risorse limitate sono alcuni degli elementi che possono portare alla nascita di disaccordi, se non di veri e propri conflitti, che vanno gestiti. Il corso affronta il tema del **conflict management** e fornisce gli elementi per **riconoscere** le reali situazioni di conflitto, saperle **prevenire** assumendo un **atteggiamento positivo** per lavorare con soddisfazione personale e professionale.

A chi è rivolto

- Manager e responsabili di funzione
- Professional, project manager
- Team leader che desiderano gestire le situazioni conflittuali mantenendo relazioni efficaci e di valore

Programma

Cos'è il conflitto

- Cosa c'è di positivo e cosa di negativo nei conflitti
- Il **conflitto** nel mondo delle aziende

Prepararsi prima che si verifichi un conflitto

- Tipi di conflitto: identificare le cause
- Le opzioni per trattare un conflitto
- Valutare la tendenza personale

La gestione del conflitto

- Comprendere gli interessi in gioco
- L'importanza di un approccio win-win e la ricerca di soluzioni alternative
- Lo strumento dell'ascolto: ascoltare per essere ascoltati

Gestione del dopo conflitto

- Costruire un piano d'azione per dare concretezza
- Ricucire relazioni

Piano d'azione personale

- Identificare una situazione conflittuale su cui impegnarsi per il futuro
- Costruire un piano d'azione per affrontarla



Obiettivi del corso

- Riconoscere e analizzare situazioni potenzialmente conflittuali
- Operare con una logica di prevenzione dei conflitti
- Essere consapevoli delle fonti di conflitto, saperle riconoscere e gestire
- Riconoscere il disaccordo come "opportunità"



Esercitazioni

- Autodiagnosi sugli orientamenti personali nella gestione del conflitto
- Role play sulle dinamiche conflittuali
- Action plan personale



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 4 nov al 7 nov

- dal 4 nov al 4 nov
- dal 7 nov al 7 nov

Best

Assistente di direzione: consolidamento e valorizzazione del ruolo

Rinforzare le competenze organizzative, relazionali e comunicative

★★★★★ 4,8/5 (13 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.570,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.460,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 3.1.1

Attraverso le sue specifiche competenze comunicative, organizzative e relazionali l'assistente di direzione consente ai manager di **ottimizzare** drasticamente la loro efficacia lavorativa, permettendogli di **focalizzarsi su attività spiccatamente più manageriali e pertanto non delegabili**.

Il corso per l'assistente di direzione fornisce le competenze organizzative chiave e gli strumenti comunicativi necessari per svolgere la propria funzione di supporto, contribuendo in questo modo alla semplificazione dell'execution e all'accelerazione del perseguimento di obiettivi primari e di backoffice.

Il corso intende profilare il ruolo dell'assistente di direzione nei termini di una figura pivot in grado di aiutare, alleggerire e indirizzare il lavoro e le responsabilità dei manager riconoscendo e destreggiandosi fra urgenze, priorità e attività importanti.

A chi è rivolto

- Assistenti di Direzione
- Assistenti di Alta Direzione
- Assistenti con un ruolo di supporto per una divisione o un team di lavoro

Programma

Ruolo e dimensione aziendale dell'Assistente di Direzione

- Comprendere le specificità del proprio ruolo e il sistema di relazioni lavorative correlato
- Identificare gli spazi di discrezionalità esistenti
- Migliorare la consapevolezza di sé attraverso l'autovalutazione, per meglio definire un percorso di sviluppo della propria professionalità
- Self-efficacy e motivazione

Relazione tra Assistente di Direzione e diversi stakeholder / interlocutori

- Comprendere le attese del proprio manager/stakeholder
- Sviluppare un approccio assertivo e di orientamento ai fatti

Comunicazione efficace: come migliorare l'approccio sia live che da remoto

- Essere consapevoli della propria capacità comunicativa: TEST
- Rimuovere le barriere consapevoli e inconsapevoli alla buona comunicazione
- Oltre la parola: il potere dell'ascolto attivo, del non verbale e del feedback costruttivo
- Saper dire di no in modo assertivo e gestire le obiezioni

La gestione delicata e preziosa del tempo proprio e altrui

- Distinguere fra urgenza, importanza e priorità
- Stabilire in maniera corretta e autonoma le attività da svolgere
- Affrontare e gestire lo stress
- Attuare azioni correttive per abitudini di lavoro improduttive

Proattività: una qualità essenziale dell'Assistente di Direzione

- Esprimere la propria assertività in un contesto professionale complesso
- Prendere l'iniziativa assumendosi le relative responsabilità
- Definire e isolare i problemi organizzativi e proporre soluzioni adeguate

Fiducia e problem solving creativo

- Creare e mantenere un clima di fiducia fra competenze e integrità morale
- La creatività come chiave di volta organizzativa
- Multitasking e agility come leve di problem solving

Role-playing: simulazione di un confronto assistente/capo su un tema strategico o particolarmente critico



Obiettivi del corso

- Valorizzare il proprio ruolo e le proprie attività
- Svolgere con autonomia e sicurezza i compiti affidati
- Comunicare in maniera incisiva ed efficace con il proprio responsabile e con gli altri interlocutori
- Alimentare la fiducia e allenando empatia e assertività
- Gestire al meglio il proprio tempo, pianificando le diverse attività



Esercitazioni

- Come comunicare in modo chiaro ed efficace
- Programmazione di una giornata di lavoro
- Role-playing
- Riflessione per un percorso personale di sviluppo delle competenze (piano d'azione personale)



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 11 nov al 14 nov

- dal 11 nov al 11 nov
- dal 14 nov al 14 nov

Self empowerment: riconoscere il proprio potenziale e tradurlo in performance

Diventare consapevoli di sé e protagonisti del proprio sviluppo

★★★★☆ 4,3/5 (26 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 830,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.500,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.1.48

Trovare la propria strada in contesti organizzativi sempre più dinamici è difficile. E' necessario avere consapevolezza dell'ambiente e, soprattutto, di **quali nostre caratteristiche desideriamo valorizzare**. Ciò che verrà proposto è un breve percorso di empowerment individuale: una esperienza in cui i partecipanti verranno stimolati a diventare protagonisti della propria vita, esercitando su di essa il giusto controllo.

L'approccio utilizzato in questo corso è quello tipico dei **gruppi per lo sviluppo personale**. Il ruolo del formatore è quello di facilitare un percorso di riflessione collettivo. In questo contesto non sarà solo il formatore a fornire soluzioni ma anche e soprattutto il gruppo. Ogni partecipante potrà confrontarsi sulla situazione problematica, ricercando modalità alternative di fronteggiamento, riflettendo sulla propria ed altrui esperienza. Lo scambio favorirà il sostegno emotivo e proporrà una identità positiva.

A chi è rivolto

Chiunque, guidato da una decisione personale, desideri uno spazio di riflessione e confronto, in cui ricercare la direzione del proprio crescere professionale e personale.

Programma

Prima parte: comprendere il contesto e riconoscere il proprio potenziale

L'empowerment

- Powerless (condizioni e conseguenze)
- La relazione bisogni / empowerment / commitment
- Il processo di reframing
- Il processo di empowerment

Analizzare il proprio sistema di riferimento

- Persona
- Ruolo
- Organizzazione

Scoprire i fattori chiave che condizionano i comportamenti organizzativi

- Strutture e Processi
- Relazioni
- Cultura e Clima
- Obiettivi, potenziale, performance
- Il circolo delle interferenze: comprendere e neutralizzare le profezie che si auto avverano
- Lo stress nelle diverse interpretazioni
- I fattori motivazionali e le emozioni nell'ambiente di lavoro

Seconda parte: predisporre il piano di sviluppo

Il triangolo virtuoso

- Il metodo ACT:
 - Awareness
 - Choice
 - Trust

Il cerchio motivazionale

- soddisfazione
- sforzo
- performance
- riconoscimento
- Reattività e proattività

La matrice: STOP

- Stop
- Think
- Organize
- Plan

I pensieri autolimitanti

L'approccio assertivo come difesa da aggressività, manipolazione e passività

La costruzione di un piano di azione: la concretezza del cambiamento



Obiettivi del corso

- Comprendere la relazione tra ruolo e ambiente organizzativo e cogliere i principali fattori di influenzamento ambientale.
- Riflettere sulle proprie caratteristiche personali
- Tratteggiare un piano di azione



Esercitazioni

- In base alle caratteristiche ed alla numerosità del gruppo dei partecipanti potranno eventualmente essere proposte esercitazioni (individuali e/o collettive) su:
 - Fattori motivazionali
 - Stress
 - Problema vs progetto
- Creazione di un piano di azione per lo sviluppo personale



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

date 12 nov

Best

The 7 Habits of Highly Effective People

Saper essere leader di se stessi e degli altri

★★★★★ 4,8/5 (25 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.780,00 € +IVA
Packaged in azienda : 7.300,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: FC.1



in partnership con

FranklinCovey

Riconosciuta come la migliore offerta di sviluppo della **leadership personale** a livello mondiale, il nuovo *The 7 Habits of Highly Effective People®* Signature Edition 4.0 allinea i principi di efficacia con le moderne pratiche e tecnologie. Non importa quanto sia competente una persona, non avrà un successo duraturo se non sarà in grado di guidare se stessa efficacemente, di **collaborare** con gli altri e **influenzare** i loro comportamenti, **rinnovando** e **migliorando** costantemente le proprie **capacità**. Questi elementi rappresentano infatti il cuore della persona, del team e dell'organizzazione.

A chi è rivolto

- Responsabili / Direttori HR e Formazione che desiderino confrontarsi con una tipologia formativa diversa, centrata sull'individuo, sui comportamenti, sul miglioramento delle relazioni con se stessi e con gli altri
- Tutti coloro che abbiano l'esigenza di migliorare la propria efficacia a livello relazionale, manageriale e organizzativo

Programma

FONDAMENTI - Principi base dell'efficacia personale e professionale

- Alle radici della **self leadership**: carattere e competenza
- Il circolo Vedere - Fare - Ottenere
- Le chiavi del **change management** personale

ABITUDINE 1 - Sii Proattivo

- Assumere **iniziativa** e **responsabilità**
- Imparare a rispondere agli **stimoli**, utilizzando i propri **valori**

- Comprendere ed utilizzare un linguaggio **proattivo**
- Espandere la propria Sfera di Influenza

ABITUDINE 2 - Inizia con la fine in testa

- Definire i propri obiettivi prima di agire
- Identificare i possibili **risultati**
- Creare la propria Mission Statement
- Applicare la **Mission** in ambiente team o azienda

ABITUDINE 3 - Metti in ordine le priorità

- Comprendere le **priorità** chiave
- Focalizzare ed eliminare attività non pertinenti
- Aumentare la **produttività** quotidiana

ABITUDINE 4 - Penso Vinco Vinci

- Pensare ed agire rispetto ai principi di reciproco **beneficio**, al fine di ottenere relazioni durature, coinvolgimento effettivo del team e risoluzione più veloce dei problemi
- Creare accordi vinco-vinci
- Costruire sistemi vinco-vinci

ABITUDINE 5 - Cerca prima di capire, poi di farti capire

- Utilizzare la comunicazione **empatica**
- Saper **ascoltare**
- Cercare di comprendere il punto di vista altrui
- Raggiungere la **comprensione** reciproca

ABITUDINE 6 - Sinergizza

- Creare un ambiente **innovativo**, che valuti e valorizzi diverse alternative
- Valorizzare le differenze
- Lavorare per ottenere una **cooperazione** creativa

ABITUDINE 7 - Affila la lama

- Accrescere continuamente la propria **efficacia** personale e professionale
- **Rinnovarsi** continuamente nelle 4 dimensioni (fisica, mentale, socio-emozionale, spirituale)



Obiettivi del corso

- Sviluppa una maggiore **maturità**, un aumento della produttività e la capacità di gestire se stessi
- Insegna a gestire le priorità critiche con precisione e un'attenta pianificazione
- Aumenta il coinvolgimento del **team**, il morale e la collaborazione
- Accresce le **abilità comunicative** e rafforza le relazioni
- Crea il contesto per lo sviluppo dei valori aziendali fondamentali e di una cultura che porti all'efficacia
- Permette la crescita e lo sviluppo dei **leader**, modellandone caratteristiche e competenze



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 28 ott al 31 ott

- dal 28 ott al 28 ott
- dal 31 ott al 31 ott

MI

dal 27 nov al 28 nov

Best

Time Management: strumenti e metodi per la gestione del tempo

6 driver per migliorare i propri risultati e aumentare il proprio benessere

★★★★★ 4,5/5 (83 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.570,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.460,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.1.4

Poco tempo, tante cose da fare, moltissime richieste e mille risposte da dare: nella vita lavorativa di tutti i giorni ciò causa una sensazione di **ansia** e uno stato continuo di tensione e di **stress**. Lavorare sulla gestione del proprio tempo significa individuare un **approccio sistematico** che permetta, partendo dal proprio ruolo organizzativo, di lavorare sulle proprie **abitudini**. Grazie all'utilizzo ottimale di **sei driver** specifici - **scelta, priorità, focus, relazione, energia e pianificazione** - è infatti possibile ottenere il massimo dalle proprie giornate.

Il corso parte dal desiderio diffuso di trovare un metodo per lavorare con più efficienza e gratificazione e propone 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 e dalle trappole della distrazione

A chi è rivolto

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

Programma

PRIMA

- Self-assessment: "La mia gestione del tempo"
- Breve video: "Guarda John pianificare la sua settimana focalizzandosi sulle priorità"

DURANTE

Considerazioni generali e struttura del tempo

- Le sfide alla produttività personale e l'impatto della digitalizzazione
- I 6 driver per la gestione ottimale del tempo

Dove va il mio tempo: alla base delle scelte individuali

- I benefici di una «cattiva» gestione del tempo
- Breve e lungo termine
- Impatto e investimento

Organizzare il proprio tempo in base alle priorità

- I concetti di urgente, importante, prioritario
- Creare spazio per le attività ad alto valore aggiunto
- La matrice delle priorità

La mente e la gestione del tempo

- Principi per aumentare la capacità di mantenere il focus quando necessario
- Applicare i 4 passi per essere indistrattibili

Tempo e relazione: la gestione delle aspettative reciproche

- I principi della salvaguardia del proprio tempo
- Gestire richieste opportune e inopportune
- Delegare in modo efficace

Ricaricare le proprie energie

- Conoscere il proprio bioritmo
- L'area ottimale dello stress

La pianificazione come pannello di controllo dei driver

- Sfruttare i benefici del lavoro ibrido
- Creare gli spazi per priorità, focus, relazioni ed energia

DOPO

- Modulo eLearning: "Definizione strategica delle priorità"
- Documento di supporto all'implementazione on-the-job: "Strumenti chiave per gestire richieste preservando le tue priorità"
- Modulo eLearning: "Time management: gestire le richieste urgenti"



Obiettivi del corso

- Imparare a fare delle scelte migliori
- Identificare correttamente le priorità
- Essere capaci di mantenere il focus
- Gestire il tempo relazionale
- Ricaricare le energie
- Migliorare la pianificazione



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
- Dove va il tempo in un lavoro di team?
- Tempo e comunicazione
- Tempo e profilo psicologico - autodiagnosi



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 13 ott al 16 ott

- dal 13 ott al 13 ott
- dal 16 ott al 16 ott

dal 16 dic al 19 dic

- dal 16 dic al 16 dic
- dal 19 dic al 19 dic

MI

dal 10 nov al 11 nov

Best

Le 5 scelte per una produttività straordinaria

Tecniche e metodi per focalizzarsi sugli obiettivi e gestire energie e priorità

📅 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 1.040,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.850,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: FC.16



in partnership con

FranklinCovey

Il volume di informazioni con cui ci confrontiamo quotidianamente mette a rischio la nostra capacità di pensare chiaramente e di prendere decisioni sagge su ciò che è veramente importante. Se reagiamo a questi stimoli senza una pronta riflessione, falliremo il raggiungimento degli obiettivi più importanti della nostra vita professionale e personale. L'approccio FranklinCovey The 5 Choices to Extraordinary Productivity insegna ad applicare **tecniche** e **metodi** per focalizzarsi sugli **obiettivi** più importanti. Sostenuta da studi scientifici e da anni di esperienza, questa soluzione porta non solo un **miglioramento** misurabile della **produttività** ma anche un senso rigenerato di impegno e realizzazione di sé.

A chi è rivolto

- Responsabili/Direttori HR e Formazione che desiderano verificare un nuovo approccio al time management, da trasferire nelle proprie realtà aziendali
- Tutti coloro con l'esigenza di confrontarsi con un approccio nuovo al concetto di tempo e di organizzazione

Programma

Foundation

- Non solo time management: identifichi l'importanza di prendere **decisioni** ad alto valore aggiunto, gestire la propria attenzione e la propria **energia** in maniera consapevole

Scelta 1: Agisci sull'importante

- Dare priorità alle cose importanti
- Costruire una cultura **Q2** in azienda
- Focalizzarsi su ciò che porta un vero contributo all'azienda

Scelta 2: Vai oltre l'ordinario

- Capire come ridefinire i propri **ruoli** in termini di risultati straordinari
- Capire come garantirsi un **equilibrio** tra i vari ruoli

- Definire lo straordinari

Scelta 3: Concentrati sui "sassi grossi"

- Gestire la propria attenzione
- Fare una pianificazione Q2

Scelta 4: Indirizza la tecnologia

- Usare la tecnologia a proprio vantaggio
- Identificare eventuali comportamenti da correggere

Scelta 5: Alimenta il tuo fuoco

- Capire come ricaricare le proprie energie fisiche e mentali
- conoscere le ultime scoperte delle scienze neurali per poterne beneficiare
- Applicare le tecniche di energy management



Obiettivi del corso

The 5 Choices to Extraordinary Productivity: 5 scelte quotidiane che, contestualmente applicate, aumentano la produttività di individui, team, organizzazioni e garantiscono miglioramenti costanti. Un percorso ad alto impatto che aiuta a fare le scelte giuste e a comprendere come e dove investire **tempo, attenzione, energie**.



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

date 10 ott

date 10 dic

Best

Stabilire e gestire relazioni di valore con ogni tipo di interlocutore

Saper interagire anche nelle situazioni più difficili

★★★★★ 4,5/5 (47 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.3.19

Una delle competenze indispensabili in azienda è saper instaurare delle buone relazioni interpersonali con i propri interlocutori, anche in presenza di situazioni problematiche e talvolta conflittuali.

Attraverso l'apprendimento di tecniche avanzate di ascolto attivo, empatia e adattamento comunicativo, i partecipanti acquisiranno gli strumenti necessari per comprendere e per gestire al meglio **anche gli interlocutori più difficili** e meno cooperativi.

Grazie a esercitazioni pratiche e un piano d'azione personalizzato, saranno in grado di affrontare e **trasformare situazioni difficili in opportunità di crescita relazionale**, favorendo la creazione di rapporti basati sulla fiducia e la cooperazione.

A chi è rivolto

Tutti coloro che abbiano necessità di acquisire o affinare l'utilizzo di strumenti e tecniche efficaci per stabilire relazioni solide con gli interlocutori, interni o esterni all'azienda, e costruire rapporti fondati sulla reciproca fiducia.

Programma

Prima

- Self-assessment: "Comunicare in situazioni difficili"
- Breve video: "Guarda John gestire comportamenti passivi, aggressivi e manipolatori"

Principi fondamentali nelle relazioni con gli altri

- I presupposti della comunicazione efficace
- Le regole di base per avere rapporti produttivi con gli altri
- Come sviluppare empatia per gestire in modo accogliente e costruttivo la relazione
- Conoscere e gestire il processo di critica attivato nel confronto con l'altro
- L'importanza della coerenza e della trasparenza nelle relazioni professionali

Un modello per relazioni efficaci

- La comunicazione interpersonale e la comprensione delle persone con cui ci confrontiamo quotidianamente (people reading)
- La gestione della persona: tecnica OASI
- Come sviluppare l'intelligenza relazionale
- Come sviluppare empatia per gestire in modo accogliente e costruttivo la relazione

Stili di comunicazione: adattare la comunicazione al tipo di interlocutore

- Capire il proprio stile comunicativo e come impatta le relazioni sul lavoro e nella sfera privata
- Riconoscere lo stile di comunicazione degli altri e adeguare il proprio approccio
- Le tipologie di interlocutori
- Casi pratici: simulazioni di scenari aziendali con interlocutori differenti

L'ascolto come strumento di comunicazione

- Che cosa fare per migliorare la qualità dell'ascolto?
- I principali ostacoli all'ascolto
- Automatismi della comunicazione e barriere della comunicazione
- I livelli di ascolto: allenare l'ascolto attivo per la costruzione della relazione

Assertività: comportamenti e comunicazione

- Assertività: ascolto ed espressione.
- Le 4 tipologie di comportamento
- Tecniche di assertività per comunicare in modo chiaro e diretto, senza essere aggressivi.
- Esercitazioni pratiche: come dire "no", gestire richieste difficili e fare una critica costruttiva
- Comunicare messaggi scomodi e dare feedback

Riconoscere e saper gestire i conflitti

- Capire la dinamica del conflitto: cause e segnali.
- Come gestire interlocutori difficili nel quotidiano
- Sviluppare alternative possibili in relazione alla conoscenza degli altri
- Strumenti per risolvere i conflitti in modo costruttivo.

L'Impatto dell'Intelligenza Artificiale sulla Comunicazione

- AI: sfide e opportunità
- Adattare la comunicazione con il supporto di strumenti AI
- Applicazione pratica

Piano d'azione

- Azioni da mettere in atto per migliorare le proprie relazioni e indicatori di controllo dei risultati ottenuti
- Formulare un obiettivo nel piano di miglioramento personale

Dopo

- Modulo eLearning: "Gli strumenti dell'assertività"
- Modulo eLearning: "Adattarsi agli altri per comunicare in modo più efficace"
- Documento di supporto all'implementazione on-the-job: "Gestire i comportamenti passivi, aggressivi o manipolatori degli altri"



Obiettivi del corso

- Acquisire strumenti e tecniche comunicative coerenti con gli obiettivi attesi e con la tipologia di relazione che si vuole instaurare con l'interlocutore
- Sviluppare la propria intelligenza relazionale ovvero la capacità di diversificare il proprio approccio in base alle caratteristiche dell'altro
- Conoscere, governare e prevenire le possibili cause di conflitto
- Migliorare la capacità di ascolto attivo e la capacità di influenzare positivamente gli altri
- Trasformare situazioni conflittuali in situazioni di cooperazione



Esercitazioni

- Il Modello delle costellazioni manageriali
- Adottare diverse tattiche comportamentali in base al contesto, agli obiettivi e alla relazione
- Riconoscere e gestire le caratteristiche relazionali dell'interlocutore
- Gestire i conflitti assumendo un ruolo propositivo e costruttivo
- Test di autovalutazione e analisi del proprio stile comunicativo



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 23 ott al 24 ott

Online

dal 15 dic al 18 dic

- dal 15 dic al 15 dic
- dal 18 dic al 18 dic

Self empowerment: riconoscere il proprio potenziale e tradurlo in performance

Diventare consapevoli di sé e protagonisti del proprio sviluppo

★★★★★ 4,3/5 (26 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 1 giorno (8 Ore)
Durata online : 1 giorno (6 Ore)

Open : 830,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.500,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.1.48

Trovare la propria strada in contesti organizzativi sempre più dinamici è difficile. E' necessario avere consapevolezza dell'ambiente e, soprattutto, di **quali nostre caratteristiche desideriamo valorizzare**. Ciò che verrà proposto è un breve percorso di empowerment individuale: una esperienza in cui i partecipanti verranno stimolati a diventare protagonisti della propria vita, esercitando su di essa il giusto controllo.

L'approccio utilizzato in questo corso è quello tipico dei **gruppi per lo sviluppo personale**. Il ruolo del formatore è quello di facilitare un percorso di riflessione collettivo. In questo contesto non sarà solo il formatore a fornire soluzioni ma anche e soprattutto il gruppo. Ogni partecipante potrà confrontarsi sulla situazione problematica, ricercando modalità alternative di fronteggiamento, riflettendo sulla propria ed altrui esperienza. Lo scambio favorirà il sostegno emotivo e proporrà una identità positiva.

A chi è rivolto

Chiunque, guidato da una decisione personale, desideri uno spazio di riflessione e confronto, in cui ricercare la direzione del proprio crescere professionale e personale.

Programma

Prima parte: comprendere il contesto e riconoscere il proprio potenziale

L'empowerment

- Powerless (condizioni e conseguenze)
- La relazione bisogni / empowerment / commitment
- Il processo di reframing
- Il processo di empowerment

Analizzare il proprio sistema di riferimento

- Persona
- Ruolo
- Organizzazione

Scoprire i fattori chiave che condizionano i comportamenti organizzativi

- Strutture e Processi
- Relazioni
- Cultura e Clima
- Obiettivi, potenziale, performance
- Il circolo delle interferenze: comprendere e neutralizzare le profezie che si auto avverano
- Lo stress nelle diverse interpretazioni
- I fattori motivazionali e le emozioni nell'ambiente di lavoro

Seconda parte: predisporre il piano di sviluppo

Il triangolo virtuoso

- Il metodo ACT:
 - Awareness
 - Choice
 - Trust

Il cerchio motivazionale

- soddisfazione
- sforzo
- performance
- riconoscimento
- Reattività e proattività

La matrice: STOP

- Stop
- Think
- Organize
- Plan

I pensieri autolimitanti

L'approccio assertivo come difesa da aggressività, manipolazione e passività

La costruzione di un piano di azione: la concretezza del cambiamento



Obiettivi del corso

- Comprendere la relazione tra ruolo e ambiente organizzativo e cogliere i principali fattori di influenzamento ambientale.
- Riflettere sulle proprie caratteristiche personali
- Tratteggiare un piano di azione



Esercitazioni

- In base alle caratteristiche ed alla numerosità del gruppo dei partecipanti potranno eventualmente essere proposte esercitazioni (individuali e/o collettive) su:
 - Fattori motivazionali
 - Stress
 - Problema vs progetto
- Creazione di un piano di azione per lo sviluppo personale



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

date 12 nov

Best

Parlare in pubblico: le basi del public speaking

Saper strutturare il discorso, farsi ascoltare, gestire lo stress

★★★★★ 4,6/5 (86 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.3.1

Le capacità di parlare in pubblico, organizzare una presentazione e comunicare efficacemente in una riunione, ponendosi come interlocutori sicuri all'interno del discorso, sono abilità indispensabili nella vita lavorativa quotidiana. Queste doti permettono di sviluppare nuove competenze di **leadership** e **autorevolezza**, aiutando tanto i manager quanto i professionisti a raggiungere i risultati sperati e a presentare i propri progetti con sicurezza e in un modo comunicativamente efficace. **Il corso di public speaking** fornisce gli strumenti necessari per una corretta comunicazione delle proprie idee e aiuta a farsi valere ed ascoltare durante le presentazioni. Questo avviene attraverso una metodologia che si basa su simulazioni continue, esercitazioni pratiche e l'ausilio di **videoregistrazioni**.

A chi è rivolto

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.

Programma

Prima

- Self-assessment: "Il mio public speaking"
- Breve video: "Guarda John prepararsi per andare in scena"

Durante

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
- Le 5 regole per essere convincenti
- 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 tenere sempre alta l'**attenzione** del pubblico
- Il potere delle parole per **convincere** la platea
- Apprendere 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**
- 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 APE** 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

Gestire l'improvvisazione

- Come affrontare i momenti di improvvisazione dando l'impressione di essere preparati
- Come strutturare un discorso in pochi minuti
- Come gestire i momenti di imprevisto

Check list per auto-monitorare le proprie presentazioni

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

Dopo

- Modulo eLearning: "Prepararsi ad andare in scena"
- Documento di supporto all'implementazione on-the-job: "Prepararsi ad andare in scena"
- Modulo eLearning: "Public speaking: gestire domande e risposte"



Obiettivi del corso

- Imparare i trucchi per strutturare una presentazione di successo

- 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**



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
- Esercizio di improvvisazione



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 30 ott al 31 ott

dal 1 dic al 2 dic

Best

Stili di comunicazione

Padroneggiare la comunicazione interpersonale verbale e non verbale

★★★★★ 4,4/5 (37 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.3.18

Comunicare bene non significa solo “dire bene le cose”, ma anche modificare e **cambiare concretamente le cose**, andando quindi a raggiungere i risultati influenzanti attesi. Il corso di stili di comunicazione ha uno stampo prevalentemente **esercitativo**, per questo motivo propone tecniche e strumenti comunicativi pratici applicabili nel quotidiano per raggiungere i risultati attesi, rispettando e migliorando le relazioni interpersonali con gli altri.

A chi è rivolto

- Manager e professional che vogliono affinare le proprie capacità comunicative
- Imprenditori e liberi professionisti che necessitano di impiegare al meglio la comunicazione interpersonale

Programma

Comunicazione interpersonale in azienda

- Una relazione tra ruoli entro un contesto complesso aggiunto
- Come leggere le proprie responsabilità entro l'ambiente organizzativo aggiunto
- Il valore della comunicazione interpersonale all'epoca del 4.0
- Le implicazioni comunicative di due generazioni a confronto: vecchie guardie e nativi digitali

Gli strumenti di comunicazione

- Colloqui, riunioni, assemblee
- Dalla telefonata alle chat
- Mail e tool di collaborazione
- Visual e cartellonistiche

La comunicazione come insieme relazionale

- La comunicazione verbale e non verbale: comprendere le diverse componenti
- Come perseguire coerenza

- Le parole, la voce e il corpo: 3 leve da potenziare per raggiungere i nostri risultati

Stili di comunicazione

- Conoscere il proprio stile di comunicazione (assertivo, persuasivo, collaborativo, emotivo, passivo, direttivo, logico, negoziatore)
- Identificare i punti efficaci di ogni stile per saperli utilizzare opportunamente
- Riconoscere lo stile comunicativo degli altri e adeguare il proprio approccio

Comunicare messaggi scomodi

- Come preparare un discorso delicato
- Come affrontare una situazione critica imprevista ed improvvisa
- Gestire le proprie emozioni e quelle dei propri interlocutori
- Le parole da evitare e le frasi per promuovere una relazione costruttiva

Piano di azione

- Un metodo per migliorarsi
- Definire quali competenze sviluppare
- Pianificare l'allenamento



Obiettivi del corso

- Comprendere le variabili fondamentali nel **processo** comunicativo
- Analizzare i **legami** fra comunicazione, gestione e organizzazione in azienda
- Utilizzare le tecniche di **informazione** e gli stili di comunicazione più adatti ai differenti contesti



Esercitazioni

In base alle caratteristiche ed alla seniority dei partecipanti potranno essere proposte diverse esercitazioni operative mirate a:

- Potenziare l'uso delle leve della comunicazione
- Affinare una comunicazione orientata ai risultati
- Consolidare l'abilità di improvvisazione



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 13 ott al 14 ott

Online

dal 17 nov al 20 nov

- dal 17 nov al 17 nov
- dal 20 nov al 20 nov

Best

Assertività: comportamenti e comunicazione

Stabilire relazioni positive, gestire i conflitti, saper dire di no

★★★★★ 4,6/5 (43 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.3.5

La strada dell'**Assertività**, in ambito lavorativo, significa scegliere i comportamenti più **efficaci** ed essere critici ma in maniera **costruttiva** e risolvere i conflitti in modo **positivo** ed efficace. Il corso ha un approccio didattico prettamente esperienziale: esso 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 fra colleghi.

A chi è rivolto

- 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

Programma

Prima

- Self-assessment: "Il mio profilo assertivo"
- Breve video: "Guarda John comportarsi in maniera assertiva nelle sue relazioni"

Durante

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

Dopo

- Modulo eLearning: "Assertività: conoscere il proprio profilo"
- Modulo eLearning: "Sviluppare l'assertività - livello 2"
- Modulo eLearning: "Sviluppare l'assertività - livello 3"



Obiettivi del corso

- 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



Esercitazioni

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



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 16 ott al 17 ott

dal 11 dic al 12 dic

Online

dal 17 nov al 20 nov

- dal 17 nov al 17 nov
- dal 20 nov al 20 nov

Best

Tecniche base di vendita

Il corso base per venditori e tecnici commerciali di nuova nomina

★★★★★ 4,7/5 (31 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 3 giorni (24 Ore)
Durata online : 3 giorni (19 Ore)

Open : 1.880,00 € +IVA
Packaged in azienda : 5.170,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.1.4

Il corso, un best seller frequentato da migliaia di professionisti in Italia e in tutta Europa, propone un approccio unico e costantemente testato alle tecniche **base** di vendita più operative. Strutturato come una successione di esercitazioni, prove e simulazioni, questo corso di vendita trasmette le competenze indispensabili per vendere con successo, dall'**analisi del mercato**, alla **definizione del target**, dalla **preparazione dei meeting** fino alla **conclusione della trattativa**. Tutto questo senza tralasciare la **dimensione relazionale**, utile in particolare per i neofiti e i venditori con minore esperienza, e le grandi novità portate dalla rivoluzione dell'**Intelligenza Artificiale**.

A chi è rivolto

- Venditori
- Agenti e tecnici commerciali
- Il corso è particolarmente indicato per i professionisti **all'inizio della propria carriera** commerciale

Programma

Prima

- Self-assessment: "I fondamenti per una relazione di valore con il cliente"
- Breve video: "Guarda come John costruisce una relazione positiva di lungo termine con il cliente"

Durante

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

- Peculiarità e punti di forza della comunicazione moderna
- Ostacoli nella 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

Tecniche per condurre il primo colloquio

- Presentare se stessi e la propria società
- L'apertura del dialogo
- Far parlare il cliente: informazioni da scoprire e domande da porre

Strutturare e adattare le proprie argomentazioni

- Cosa è un'argomentazione di vendita
- Come costruire un'argomentazione
- Scelta delle argomentazioni e ricerca dell'adesione

Gestire le obiezioni del cliente

- Tecniche per gestire le obiezioni del cliente
- Come ribattere alle obiezioni più frequenti

Concludere e presentare il prezzo

- Il semaforo verde della conclusione
- Tecniche per concludere
- Quando e come parlare del prezzo
- Come terminare un incontro e "vendere" la prossima visita

Utilizzare il telefono come strumento di vendita

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

Dopo

- Modulo eLearning: "Esercitare l'ascolto attivo"
- Modulo eLearning: "Customer relationship: obiettivo fiducia"
- Modulo eLearning: "Customer relationship: obiettivo fidelizzazione"



Obiettivi del corso

- 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, progettando una fase di analisi strategica delle reali esigenze del cliente



Esercitazioni

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



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 10 nov al 12 nov

Online

dal 15 dic al 18 dic

- dal 15 dic al 16 dic
- dal 18 dic al 18 dic

Best

La negoziazione commerciale

Resistere alle pressioni e chiudere la trattativa difendendo i propri margini

★★★★★ 4,5/5 (39 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.670,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.1.33

Il corso, studiato per chi ha già maturato esperienza in ambito commerciale, trasmette le più moderne tecniche di vendita e di negoziazione per sviluppare un **approccio consulenziale** alla vendita e concludere con successo anche le **trattative più complesse**. Vengono approfonditi gli strumenti indispensabili per analizzare i reali bisogni del cliente, pianificare la vendita, eccellere nell'aspetto relazionale, anticipare le obiezioni e chiudere con redditività la vendita.

Arricchisce il training un taglio che, in alcuni passaggi salienti, evidenzia il contributo di valore e di efficacia che l'impiego in ambito sales può effettivamente garantire.

A chi è rivolto

- Venditori
- Tecnici commerciali
- Agenti

Programma

Prepararsi al meglio alla negoziazione commerciale

- Implicazioni economiche della negoziazione
- Tenere sotto controllo i margini
- Il modello per anticipare il comportamento del compratore

Il rapporto compratore-venditore

- Il rapporto di forza compratore-venditore
- Decodificare lo **stile** del compratore
- Le **domande** da porre per agire sui **rapporti di forza**
- Un punto chiave: **convincere** prima di negoziare

Preparare la negoziazione commerciale per avere spazio di manovra

- Definire gli obiettivi, prevedere le **barriere** e fissare un livello di **richiesta** di partenza elevato
- Elaborazione del binomio argomentazione/esigenza iniziale
- Uno strumento semplice e concreto: la **matrice** degli **obiettivi**
- La costruzione di **argomentazioni** strutturate

Mirare ad una vendita ad alto margine

- Un metodo semplice in 4 tappe per ottenere sempre una **contropartita**
- Saper orientare le **richieste** del cliente verso **concessioni** meno costose o non ripetitive
- I casi difficili: negoziare con un non decisore o dove ci sia uno scarso margine di azione

Difendere il prezzo: resistere alle obiezioni

- Tecniche efficaci per presentare il prezzo con sicurezza: quando e come
- Difendere **offerta** e **prezzo**
- “Riveda il prezzo se vuole concludere”: trattare le **obiezioni** e vendere il **valore aggiunto** della proposta

Identificare e sventare i trucchi del compratore

- Errori da evitare e tattiche possibili
- Resistere alle imposizioni del “prendere o lasciare”: come dire no quando è necessario
- Dalla guerra di posizione alla ricerca di interessi comuni
- Tecniche di negoziazione **win-win**

Arrivare alla conclusione

- Le tecniche di **pre-chiusura**: domande esplorative e domande di impegno
- Facilitare la presa di decisione: l'arte di concludere la negoziazione
- Un metodo concreto per ottenere l'**impegno** del cliente



Obiettivi del corso

- **Gestire** tutti i tipi di **negoziazione** commerciale con tutti i tipi di **interlocutore**
- Padroneggiare le più affermate **tecniche** di negoziazione
- Identificare i differenti **stili negoziali** di acquisto
- Difendere la proposta commerciale e resistere alle pressioni del **prospect** o del cliente
- Ottenere una contropartita per ogni concessione



Esercitazioni

- Simulazioni sulla presentazione del prezzo e su come ottenere delle contropartite
- Tecniche di pre-chiusura



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 21 ott al 24 ott

- dal 21 ott al 21 ott
- dal 24 ott al 24 ott

RM

dal 20 nov al 21 nov

MI

dal 15 dic al 16 dic

Best

La negoziazione manageriale

Raggiungere accordi con diversi interlocutori esercitando la propria influenza

★★★★★ 4,5/5 (43 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 2 giorni (16 Ore)
Durata online : 2 giorni (13 Ore)

Open : 1.360,00 € +IVA
Packaged in azienda : 3.200,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.3.2

Si negozia sempre: per vendere, per acquistare, per ottenere obiettivi sempre meno semplici e banali, per indirizzare le attività verso il futuro. Si negozia con i propri collaboratori, con i propri responsabili, colleghi e clienti in contesti nazionali ed internazionali. Pur nella loro specificità, **tutte le negoziazioni hanno elementi comuni**, il che ne facilita la gestione, una volta acquisite le competenze necessarie.

Il corso fornisce a manager già impegnati in attività negoziali **nuovi strumenti per accrescere ulteriormente le proprie capacità negoziali**, in modo da affrontarle con sempre maggiore **consapevolezza** e consolidare le proprie competenze. In questo modo sarà per loro possibile **diventare un esempio all'interno della propria organizzazione**, in primis per i propri collaboratori.

A chi è rivolto

- Manager che si trovano a negoziare frequentemente e per i quali la negoziazione è una competenza fondamentale nel raggiungimento degli obiettivi di business.

Programma

I fondamenti della negoziazione

- La rilevanza strategica della negoziazione nelle organizzazioni di oggi
- Il potere dell'influenza
- Le regole fondamentali della negoziazione
- Ambizione e pragmatismo negoziale: il valore degli obiettivi, delle priorità e delle concessioni

Le situazioni negoziali

- Negoziazioni competitive e negoziati collaborativi: saperle riconoscere velocemente per prepararsi adeguatamente
- Trasformare una situazione di conflitto in un'occasione di collaborazione attraverso la propria capacità negoziale

La definizione della strategia negoziale

- La definizione della business opportunity
- I punti negoziabili
- Le posizioni di interesse proprie e quelle possibili dei diversi interlocutori
- Dare una struttura e un ordine ai bisogni negoziali propri e degli interlocutori
- La formulazione flessibile dei propri obiettivi

Tattica e Comunicazione

- Stabilire la relazione e imprimere il corretto "touch"
- Esprimersi utilizzando l'assertività
- Uso funzionale di domande e risposte
- Livelli e stili del comportamento negoziale efficace

Condurre il processo di negoziazione con successo

- Come non farsi sorprendere e gestire le manipolazioni dell'interlocutore
- Far fronte all'arte della fuga o al rifiuto della negoziazione
- Sviluppare ipotesi creative per uscire dall'impasse negoziale

Applicare il metodo negoziale nel contesto internazionale

- Culture aziendali e modelli organizzativi: come possono impattare sui processi negoziali
- Approcci negoziali in contesti geopolitici differenti

Next step per un miglioramento continuo

- Essere un negoziatore eccellente
- Impostare il proprio piano di progresso personale



Obiettivi del corso

- Gestire con successo negoziazioni a complessità crescente
- Saper affrontare negoziazioni interne ed esterne, sviluppando efficacemente strategia e tattica
- Acquisire una vera e consolidata mentalità negoziale
- Saper gestire le relazioni esercitando la propria influenza tramite la capacità negoziale



Esercitazioni

- Valutare il proprio stile negoziale
- Preparazione di una negoziazione
- Analisi di case study
- Role-play in situazioni negoziali complesse
- Action plan personale



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 27 ott al 30 ott

- dal 27 ott al 27 ott
- dal 30 ott al 30 ott

MI

dal 1 dic al 2 dic

