

Il potere della fiducia

Costruire relazioni solide e di valore con ogni stakeholder

 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.12



in partnership con

FranklinCovey

In tutte le relazioni, personali e professionali, la presenza della fiducia è in grado di influenzare qualsiasi aspetto: è più facile **lavorare insieme** e raggiungere **risultati innovativi e di valore**, si **comunica meglio**, i **processi** risultano **più veloci** e meno pesanti. La capacità di **creare, mantenere e ricreare giorno dopo giorno la fiducia** è quindi oggi una competenza fondamentale, indispensabile per avere successo nel mondo professionale.

Il corso, basato sul best seller *“La velocità della fiducia”* di Stephen R. Covey, consente di iniziare un **percorso consapevole** per sviluppare **leadership e fiducia** in qualsiasi relazione.

A chi è rivolto

- Manager, Imprenditori e CEO che desiderino focalizzarsi sull'ottenimento di risultati economici migliori, attraverso la creazione di relazioni di fiducia con gli stakeholder
- Tutti coloro che abbiano l'esigenza di migliorare le proprie capacità relazionali, manageriali e di leadership

Programma

La base della fiducia

- Impatto economico della fiducia
- Tasse e dividendi della fiducia
- Fiducia come variabile nascosta per aumentare l'efficacia delle strategie aziendali

Self Trust: costruire la propria credibilità giorno dopo giorno

- Agire con integrità
- Come mi vedo, come mi vedono gli altri
- Essere di esempio: carattere e competenza

- Rafforzare i quattro pilastri della credibilità

Relationship Trust: creare e mantenere la fiducia nelle relazioni chiave

- Fiducia e conto corrente emozionale
- I processi chiave della fiducia
 - Aumentare la fiducia
 - Ricostruire la fiducia
 - Estendere la fiducia
- I 13 comportamenti della fiducia
- La matrice Smart Trust per espandere la fiducia in modo intelligente
- Applicare la Fiducia per risolvere conflitti e superare disaccordi
- Migliorare le relazioni alla velocità della fiducia con gli stakeholder chiave interni ed esterni all'azienda



Obiettivi del corso

- Capire come gli altri considerano la propria affidabilità e identificare i pilastri per lavorare sulla propria credibilità
- Padroneggiare i processi fondamentali che regolano la fiducia, in particolare, come crearla, mantenerla e recuperarla
- Fare della costruzione di fiducia un obiettivo esplicito del proprio lavoro



Esercitazioni

- I 4 pilastri della credibilità
- I 13 comportamenti dei leader ad alta fiducia
- Espandere la fiducia
- Trust Action Plan



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

date 26 nov

Best

The 7 Habits for Managers

Mindset, competenze e tool per i manager di successo

★★★★★ 4,6/5 (15 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.19



in partnership con

FranklinCovey

Il ruolo del manager è più impegnativo e complesso che mai: oggi **ogni manager affronta il lavoro in modo differente**, sfruttando al meglio le proprie forze e trovando il modo di gestire la marea di impegni che il lavoro implica. Eppure, alcuni manager si distinguono: capaci di gestire le difficoltà in maniera sistematica, fanno del successo un'abitudine. Cosa rende un manager altamente efficace? Il percorso di formazione vi mostrerà come vivere **le 7 abitudini dei manager davvero efficaci**, fornendo le competenze e gli strumenti essenziali per la gestione dei team.

A chi è rivolto

Manager di nuova nomina o manager di esperienza che non hanno mai svolto un percorso di formazione manageriale con l'esigenza di rafforzare le proprie capacità di gestione dei collaboratori, grazie allo sviluppo della propria efficacia personale e interpersonale.

Programma

ABITUDINE 1 - Essere un manager proattivo

- Riflessione sul ruolo manageriale
- La responsabilità manageriale
- Vedere alternative non ostacoli
- Espandere le risorse

ABITUDINE 2 - La vision del manager

- Definire il contributo che si vuole ottenere
- Definire risultati concreti sempre e in ogni circostanza
- Strumenti di pianificazione

ABITUDINE 3 - Focalizzarsi sui wigs (wildly important goals)

- Focus sull'importanza non sull'urgenza
- Stabilire obiettivi davvero importanti
- La pianificazione
- La delega

ABITUDINE 4- Creare accordi win-win e costruire la fiducia

- Le aspettative del collaboratore nei confronti del manager
- Assegnare obiettivi win-win

ABITUDINE 5 - Praticare l'ascolto empatico e dare feedback onesti

- Momenti istituzionali e comunicazione day by day
- Dare feedback strutturati

ABITUDINE 6 - Cercare le differenze, non solo accettarle

- La sinergia e la creatività
- Il lavoro di team
- La sinergia per arrivare ad un'alternativa nuova e migliore

ABITUDINE 7 - Liberare il potenziale del team

- Liberare il talento
- Management della motivazione
- Trattare i collaboratori come "persone a tutto tondo"



Obiettivi del corso

- Accrescere la propria efficacia personale e manageriale
- Definire quale contributo dare nel proprio ruolo di manager
- Gestire la performance del team bilanciando fiducia e responsabilizzazione
- Gestire situazioni difficili e conflitti in maniera costruttiva
- Accrescere la capacità del team di considerare e incoraggiare punti di vista differenti



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 6 nov al 7 nov

Online

dal 24 nov al 28 nov

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

Public Speaking in English

Practice your communication and presentation skills

★★★★★ 4,6/5 (11 avis)

👤💻 Presenziale / a distanza



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

Open : 1.040,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.770,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.3.29

Totally **practical**, the course addresses to participants who already have theoretical knowledge of the item in question. Public speaking expertise is a “must-have” tool in a manager’s toolbox. Developing the ability to expertly **balance content knowledge and presentation skills** is key to getting the message across and convincing an audience. This practical seminar covers the fundamentals of public speaking offering participants opportunities to improve their skills.

A chi è rivolto



Per chi

All those who need to address a given audience in a variety of settings (meetings of all sizes, conventions, seminars, briefings) and wish to grow their self-confidence and influencing skills while keeping their stress levels under check.



Prerequisiti

- This course is run in English. A **basic command of English** is therefore required.
- Participants are requested to join the course **having a speech ready** to go through.

Programma

Foundations

- Participant introductions and setting expectations
- Managing time during presentations
- Why many presentations fail to make an impact
- Key principles of effective business communication

Develop Powerful Content

- Start with why: communicating purpose and value
- Structuring your presentation using the attention span curve
- Strategies to capture and keep attention from beginning to end
- Adapting content for international and multicultural audiences

Deliver with Confidence

- Essential communication skills when presenting in English
- Practical tips to improve pronunciation and clarity
- Using clear, business-appropriate language
- Becoming aware of your personal presentation style and strengths
- Managing stress and boosting confidence when speaking in public

Personal Action Plan



Obiettivi del corso

- To improve your expressive, linguistic and stage skills
- To make the best possible use of your allocated time
- To deliver your contents and captivate the audience
- To handle stress successfully and make it work for you



Esercitazioni

Practical Exercise: deliver a personal work-related presentation



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

date 19 nov

General Manager di PMI

Fondamenti di gestione aziendale per imprenditori e general manager di piccole e medie imprese

👤💻 Presenziale / a distanza



Durata in presenza : 6 giorni (48 Ore)
Durata online : 6 giorni (48 Ore)

Open : 3.350,00 € +IVA
Packaged in azienda : 10.720,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 1.1.0

Le responsabilità di chi guida un'azienda, soprattutto per chi ricopre il ruolo di general manager, sono in costante crescita e trasformazione. Oltre a delineare la visione strategica e affrontare le sfide quotidiane, oggi è cruciale gestire il passaggio generazionale, sia tra gli imprenditori che all'interno del team. Questo richiede una capacità di adattamento e una visione proiettata verso il futuro. **Organizzare e gestire l'impresa con efficacia, comprendere a fondo un mercato in continua evoluzione**, sia a livello locale che internazionale, e saper **valorizzare il capitale umano**, che sta cambiando insieme alle dinamiche del lavoro, sono competenze fondamentali.

Mantenere l'equilibrio economico-finanziario, eccellere nelle capacità manageriali e dimostrare una leadership carismatica rimangono centrali, ma oggi è altrettanto importante saper **rispondere alle trasformazioni del mercato e del lavoro**, caratterizzate dall'innovazione tecnologica e da nuove aspettative generazionali. Questo percorso avanzato è pensato per rafforzare le competenze manageriali degli imprenditori, con un focus sulle sfide chiave della direzione generale e sulla **gestione strategica delle PMI**, accompagnandoti nel processo di crescita come leader e guidando la azienda verso un **futuro dinamico e sostenibile**.

A chi è rivolto

- Imprenditori d'azienda di prima e seconda generazione
- Direttori Generali con l'esigenza di confrontarsi e aggiornarsi sugli strumenti più efficaci di management
- Direttori di Funzione o di Business Unit proiettati verso le responsabilità di un Direttore Generale

Programma

Prima parte: Azienda, strategia e organizzazione

Visione strategica e posizionamento competitivo

Per costruire un'azienda solida e orientata al futuro, è essenziale avere una visione chiara e una strategia ben definita. I leader devono essere in grado di delineare l'identità dell'azienda, posizionarsi strategicamente sul mercato e guidare i propri team verso gli obiettivi. In questo modulo esploreremo come sviluppare una visione aziendale forte e realizzare una strategia efficace.

- **Definire la vision:** come tracciare l'identità aziendale e differenziarsi nel mercato

- **Posizionamento strategico:** strumenti come la SWOT analysis e matrici di posizionamento per mantenere il vantaggio competitivo
- **Innovazione e nuovi mercati:** l'importanza di anticipare le tendenze e comprendere i cambiamenti di mercato per cogliere opportunità

Modelli organizzativi: flessibilità e innovazione

Nell'era dei cambiamenti rapidi e dell'evoluzione tecnologica, i modelli organizzativi devono adattarsi a contesti sempre più dinamici, bilanciando efficienza operativa e benessere dei lavoratori. I modelli ibridi e flessibili offrono soluzioni che permettono alle aziende di rispondere rapidamente alle mutevoli esigenze del mercato, garantendo allo stesso tempo un miglior equilibrio tra produttività e qualità della vita lavorativa. In questo contesto, l'integrazione di tecnologie avanzate con approcci snelli e personalizzati diventa cruciale per il successo.

- **Modelli organizzativi snelli (Lean Thinking):** Implementare strutture flessibili e agili per ottimizzare l'uso delle risorse, eliminare gli sprechi e migliorare l'efficienza, adattandosi ai contesti di lavoro ibrido
- **Modelli organizzativi ibridi:** Favorire una combinazione tra lavoro remoto e in presenza, migliorando la produttività e la collaborazione tra i team grazie all'uso di strumenti digitali avanzati e strategie di gestione decentralizzata
- **Industry 5.0 e personalizzazione:** Integrare tecnologie avanzate come l'intelligenza artificiale e l'automazione per creare processi più agili e personalizzati, mantenendo le persone al centro del sistema organizzativo per migliorare l'innovazione e l'interazione uomo-macchina

Seconda parte: Capitali

Controllo di gestione e supporto decisionale

Il controllo di gestione è uno strumento chiave per guidare le decisioni aziendali. Comprendere l'andamento delle performance, monitorare gli scostamenti e migliorare l'efficienza operativa è essenziale per garantire la sostenibilità a lungo termine. In questa sezione vedremo come un buon controllo di gestione possa supportare il processo decisionale e migliorare i risultati.

- **Monitoraggio delle performance:** come il controllo di gestione può migliorare la redditività aziendale e sostenere il cambiamento
- **Analisi della varianza e gap analysis:** identificare le cause degli scostamenti per intervenire tempestivamente
- **Ottimizzare i costi:** tecniche di Activity-Based Costing per una migliore gestione delle risorse finanziarie

Gestione finanziaria e investimenti

Pianificare e gestire efficacemente le risorse finanziarie è essenziale per garantire una crescita sostenibile. Grazie a un'attenta analisi e a strumenti di previsione, le PMI possono prendere decisioni informate per ottimizzare il capitale e migliorare la redditività.

- **Pianificazione finanziaria:** come prevedere e pianificare il fabbisogno finanziario per garantire liquidità e stabilità
- **Valutazione degli investimenti:** strumenti per valutare il ritorno sugli investimenti (ROI) e gestire il capitale in modo efficiente
- **Simulazione finanziaria:** tecniche per prevedere l'impatto economico delle decisioni strategiche e massimizzare i profitti

Terza parte: Persone

Human capital management e trasformazione generazionale

La gestione delle persone è centrale per il successo dell'azienda. In un contesto di cambiamenti generazionali e dinamiche di mercato in evoluzione, i leader devono saper valorizzare il capitale umano, adattarsi alle nuove esigenze e creare un ambiente che favorisca la crescita e il coinvolgimento.

- **Trasformazione generazionale:** affrontare le differenze generazionali nel management, con una leadership che favorisca la collaborazione intergenerazionale
- **Comportamento organizzativo:** sviluppare una cultura aziendale inclusiva che stimoli la crescita e il contributo di tutti i collaboratori
- **Adattarsi ai cambiamenti di mercato:** come il dinamismo dei mercati richiede leader in grado di negoziare e guidare l'azienda in un contesto di cambiamenti costanti

Leadership e sviluppo dei collaboratori chiave

Essere un leader efficace significa saper ispirare, motivare e sviluppare i propri collaboratori. In un mercato sempre più competitivo, i leader devono adattarsi rapidamente e sviluppare le capacità dei loro team per affrontare le sfide del futuro.

- **Leadership situazionale:** adattare il proprio stile di leadership alle diverse situazioni per massimizzare l'efficacia
- **Management e IA:** comprendere le opportunità dei nuovi tool manageriali

- **Sviluppare i talenti chiave:** identificare e far crescere i collaboratori più promettenti per garantire una successione generazionale efficace



Obiettivi del corso

Prima Parte: Azienda, strategia e organizzazione

1. **Conoscere le basi del piano strategico:** Comprendere come sviluppare una visione chiara e una strategia efficace per posizionare l'azienda nel mercato.
2. **Capire i modelli organizzativi:** Esaminare i modelli organizzativi più adatti e coerenti con obiettivi e risorse, con particolare attenzione ai modelli flessibili e ibridi.

Seconda Parte: Capitali

1. **Comprendere il controllo di gestione:** Conoscere gli strumenti per monitorare le performance aziendali e sostenere il processo decisionale.
2. **Cogliere l'importanza della pianificazione finanziaria:** Capire come valutare l'impatto finanziario delle decisioni strategiche e degli investimenti.

Terza Parte: Persone

1. **Capire la trasformazione generazionale:** Riconoscere le dinamiche generazionali e il loro impatto sulla leadership e sulla gestione dei collaboratori.
2. **Cogliere l'importanza della leadership e dello sviluppo dei talenti:** Comprendere come individuare e valorizzare i collaboratori chiave per garantire il futuro dell'azienda.

Metodo di lavoro

- **Multidisciplinare:** il percorso offre una visione completa dei processi aziendali, approfondendo vari ambiti per comprendere meglio le dinamiche che li influenzano e fornendo strumenti di analisi e gestione mirata
- **Interattivo e basato su esempi concreti:** i fondamenti di metodo saranno integrati da self case study, per facilitare la comprensione concreta dei concetti e delle dinamiche aziendali
- **Adattato al gruppo:** le attività saranno personalizzate in base alle caratteristiche e ai bisogni specifici del gruppo di partecipanti, garantendo un approccio mirato alla realtà aziendale di ciascuno

Come si svolge

Ogni edizione è composta da una serie di sessioni d'aula.

Risk management: la gestione strategica del rischio

Identificare, prevenire e contenere potenziali pericoli con il risk management

 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: 1.1.65

Il corso offre una formazione approfondita per sviluppare competenze e tecniche per la gestione dei rischi aziendali, con un approccio strutturato e strategico. Fornisce gli strumenti per **identificare** le diverse tipologie di rischi come quelli finanziari, operativi, normativi, strategici e reputazionali, **valutarli** e classificarli in base alla probabilità e all'impatto, **monitorarli e mitigarli** in tempo reale per adottare **politiche preventive e misure correttive**. L'utilizzo di queste tecniche e strumenti ha come obiettivo quello di tutelare l'organizzazione dai rischi che possono influenzare negativamente le attività, rendendo la gestione del **rischio un elemento chiave del processo decisionale** per garantire la continuità operativa e proteggere il valore dell'impresa.

A chi è rivolto

- Risk Manager e dirigenti responsabili della gestione del rischio all'interno dell'azienda, che desiderano rafforzare le proprie competenze nella prevenzione e nel controllo dei rischi
- Responsabili finanziari e amministrativi, che devono affrontare e gestire i rischi finanziari, sia a livello operativo che strategico
- Imprenditori e consulenti interessati a proteggere le proprie aziende o clienti da potenziali minacce, implementando un sistema di gestione del rischio efficace
- Specialisti della compliance e della governance che vogliono garantire che l'azienda rispetti tutte le normative vigenti e riduca l'esposizione ai rischi normativi
- Responsabili delle Operations che devono prevenire interruzioni, inefficienze e incidenti che possono compromettere le operazioni e garantire così la stabilità operativa
- Quality Manager, per i quali la gestione del rischio è centrale in particolare per evitare problemi che possono compromettere la qualità dei prodotti e servizi e, quindi, la soddisfazione dei clienti o la conformità legale

Programma

Identificare i rischi che l'azienda può affrontare

- Definizione dei termini: incertezza e rischio
- Differenti classificazioni dei rischi: economici, endogeni, esogeni, speculativi, sistemici, imprenditoriali
- Definizione di risk management
- Evoluzione del concetto di rischio nelle aziende: rischi finanziari, strategici, operativi, normativi, reputazionali (puri)
- Importanza strategica della gestione del rischio in azienda
- Principi del framework ISO 31000
- Introduzione ai rischi emergenti: sostenibilità (ESG) e digitalizzazione

Il processo di gestione del rischio

- Fasi del processo di gestione del rischio:
 - Identificazione dei rischi
 - Valutazione dei rischi
 - Mitigazione e controllo
 - Monitoraggio e revisione
- L'importanza della definizione del contesto e degli obiettivi aziendali
- Tecniche di identificazione dei rischi

Analisi e valutazione del rischio

- Analisi qualitativa e quantitativa del rischio
- Il processo di identificazione dei rischi: analisi deduttive, induttive, metodologie di tipo “non strutturato” (brainstorming, interviste, check-list, analisi storica)
- Strumenti e tecniche per la valutazione dei rischi: Matrice di rischio, analisi di impatto e probabilità (qualitative, semi-quantitative, quantitative)
- Criteri per la classificazione dei rischi in base a impatto e probabilità
- Stima della probabilità - La matrice probabilità-impatto
- Significatività e accettabilità
- Intervallo di confidenza

Gestione del rischio: determinazione delle azioni di mitigazione

- Risk treatment e rischio residuo
- Le strategie di gestione e mitigazione dei rischi aziendali: strategie interne e strategie esterne
- Accettazione, trasferimento, riduzione e evitamento
- Misure preventive e correttive
- L'importanza dei piani di continuità operativa (Business Continuity Plan)

Monitoraggio e Reporting del rischio

- Tecniche e strumenti per il monitoraggio continuo del rischio.
- Indicatori di rischio chiave (KRI - Key Risk Indicators).
- Ruolo del reporting nel processo decisionale e nella comunicazione con gli stakeholder.

Stabilire una politica di gestione del rischio aziendale

- Integrazione del risk management nella strategia aziendale
- Creare una politica di gestione dei rischi completa e comunicazione della stessa all'interno dell'azienda
- Collegamento tra risk management, corporate governance e pianificazione strategica
- Rischio come opportunità: approcci per cogliere opportunità strategiche minimizzando il rischio

Risk Management in settori specifici: la gestione del rischio finanziario

- Introduzione al rischio finanziario (tassi di cambio, volatilità dei mercati, credito)
- Tecniche di gestione del rischio finanziario: garanzie, hedging, assicurazioni, derivati
- L'importanza della liquidità e della gestione del credito
- Scoring e rating (cenni)
- Settori industriali: esempi di rischi operativi e produttivi
- Settore IT: esempi di rischi tecnologici e di sicurezza informatica

Introduzione ai rischi ESG e all'utilizzo dell'IA nel Risk Management

- Rischi legati alla sostenibilità: ambientali, sociali e di governance
- L'impatto del cambiamento climatico sui rischi aziendali
- Regolamentazioni ESG e loro impatto sul rischio aziendale
- Utilizzo dell'IA per identificare e prevedere i rischi
- Automazione dei processi di gestione del rischio: strumenti di analisi predittiva e machine learning



Obiettivi del corso

- Identificare le differenti tipologie di rischi correlate ai processi dell'Organizzazione e ai rapporti con gli Stakeholders
- Applicare le tecniche per valutare l'impatto e la probabilità dei rischi individuati secondo criteri misurabili
- Elaborare strategie efficaci e stabilire le azioni per mitigare e gestire i rischi
- Stabilire le azioni di contenimento dei rischi e di gestione dei rischi residui
- Creare gli strumenti per la gestione e allerta/segnalazione dei rischi individuati con il supporto degli strumenti più moderni come l'IA
- Individuare ruoli e responsabilità dei Process Owners ed Action Owners



Esercitazioni

- Individuazione e raccolta delle criticità nei flussi di un processo
- Stabilire il metodo di quantificazione e frequenza di analisi dei rischi
- Stabilire delle azioni di intervento e contenimento dei rischi
- Individuare ruoli e responsabilità nella gestione di ogni rischio
- Come i rischi vengono percepiti nelle diverse aziende dei partecipanti



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 20 ott al 24 ott

- dal 20 ott al 20 ott
- dal 24 ott al 24 ott

dal 15 dic al 19 dic

- dal 15 dic al 15 dic
- dal 19 dic al 19 dic

MI

dal 20 nov al 21 nov

Best

I 4 ruoli essenziali della leadership

Un modello di comportamenti predittivi del successo nella guida dell'organizzazione

👤📺 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.2



in partnership con

FranklinCovey

Il mondo sta cambiando ad una velocità senza precedenti. Ogni giorno, i leader prendono innumerevoli decisioni e affrontano problemi che non hanno mai incontrato prima. Quello che funzionava ieri, potrebbe non funzionare più da un momento all'altro. La velocità è senza sosta, la posta in gioco alta e le ricompense sono eccellenti solo per coloro che riescono a **guidare i propri team** a raggiungere risultati straordinari. In che modo i leader possono essere un passo avanti agli altri, distinguendo se stessi ed il proprio team in un contesto di rapido cambiamento? Ci sono **4 ruoli** che i leader possono interpretare e che sono altamente predittivi del successo. Li chiamiamo essenziali perché, se i leader gestiscono se stessi ed i loro team in allineamento con questi ruoli, pongono le basi per una **leadership efficace**.

A chi è rivolto

- Leader, imprenditori e manager con l'esigenza di migliorare a 360° il proprio impatto sull'organizzazione aziendale
- Responsabili / Manager di linea, Imprenditori, CEO che desiderino focalizzarsi sull'ottenimento di risultati economici migliori, attraverso un clima aziendale più disteso e collaborativo

Programma

Un nuovo framework per essere leader oggi

- Le sfide della leadership oggi
- Nuove aspettative, nuovi mindset e nuovi comportamenti
- I 4 driver del coinvolgimento per ottenere l'engagement dei collaboratori
- I 4 ruoli essenziali per aumentare l'engagement e ottenere i risultati desiderati

Ispirare fiducia

- Un nuovo mindset: creare intenzionalmente una cultura ad alta fiducia attraverso un processo inside out
- carattere e competenza del leader per creare fiducia
- I 4 pilastri della credibilità: leadership della fiducia come competenza
- Le trust action da implementare per aumentare la propria credibilità
- Capire come creare intenzionalmente una cultura della fiducia.

Creare una vision

- Un nuovo mindset: coinvolgere le persone del proprio team in un lavoro che abbia valore e significato
- Vision, mission e strategia: come creare un collegamento strategico con le esigenze degli stakeholder dell'azienda, la vision e la mission dell'azienda e con le strategie chiave dell'azienda
- Creare la vision del team: come andare oltre una visione operativa e funzionale guidando il team verso un contributo significativo e di valore
- Strategic Narrative per coinvolgere le persone nel day by day.

Eseguire la strategia

- Un nuovo mindset: il successo reale non deriva dalla strategia, ma dai sistemi
- Organizzare al meglio il team e le risorse
- Allineare i Six Rights: le persone giuste, la struttura giusta, i compensi giusti, le risorse giuste, le decisioni giuste, i processi giusti
- L'execution per garantire la realizzazione della strategia
- Le 4 discipline dell'Execution ®:
 - focalizzarsi su ciò che è davvero importante
 - agire sulle misure Lead
 - tenere uno scorebord coinvolgente
 - creare una cadenza di responsabilità

Allenare il potenziale

- Un nuovo mindset: un leader efficace crea altri leader
- Identificare il potenziale nei propri collaboratori
- Costruire e sviluppare le capacità di ognuno
- Allenare e migliorare la performance con il paradigma della persona a tutto tondo
- Come usare al meglio il metodo del feedback
- Le competenze chiave del coaching per il leader
- Il metodo del coaching: le 5 fasi per costruire uno sviluppo sostenibile



Obiettivi del corso

- Fornire il giusto mindset e le competenze richieste per avere successo e raggiungere un livello superiore di risultati nei prossimi 5 anni e oltre
- Sviluppare leader che padroneggino le capacità di pensare in grande ed adattarsi velocemente, tradurre la strategia in un lavoro che abbia significato, essere coach per guidare le persone verso performance eccellenti



Esercitazioni

La soluzione comprende una guida d'implementazione che contiene un piano d'azione con esercizi pratici per ogni ruolo che il partecipante potrà applicare insieme al team nelle settimane successive al corso, oltre a strumenti di autovalutazione pre e post corso. I partecipanti saranno responsabilizzati attraverso la scelta e l'individuazione di un Accountability Partner durante il corso.



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

OKR - Objectives and Key Results

La nuova frontiera per l'accelerazione della performance e lo sviluppo dell'empowerment

 Presenziale / a distanza



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

Packaged in azienda : 1.770,00 € +IVA +10% di WebCode: 15.1.12
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

La tradizionale pratica dei sistemi di MBO (Management by Objectives) ha gradualmente perso nel corso degli anni larga parte della sua efficacia, ricadendo in una routine incapace di cogliere le incalzanti esigenze di cambiamento profondo del business, di porsi obiettivi sempre più sfidanti e al tempo stesso di rafforzare l'adesione e la motivazione delle persone. Il corso consente di acquisire, attraverso l'approfondimento del modello OKRs, **le metodologie applicate con successo negli ultimi anni dalle più avanzate aziende multinazionali**, nella prospettiva di accelerare la performance e l'ingaggio delle persone nell'era della business transformation.

A chi è rivolto

- Direttori Generali
- Direttori e Manager HR
- Direttori e Manager con responsabilità di linea manageriale
- Responsabili di compensation e sistemi di incentivazione
- Senior HR Business Partner

Programma

I fondamentali della gestione per obiettivi

- L'evoluzione dei sistemi di MBO e il loro utilizzo
- Punti di forza e debolezza degli attuali standard
- La trappola della routine e della ripetizione meccanica

Il modello OKRs

- La visione della strategia e della performance alla base del modello
- Il modello mentale necessario
- Il superamento dell'MBO tradizionale: obiettivi 'stretched', key results e road-map
- Obiettivi individuali, di team e trasversali
- L'applicazione nelle specifiche realtà aziendali

La gestione del processo nel corso dell'anno

- Il supporto, il monitoraggio e il feedback nel corso dell'anno
- I fattori di successo della 'on going conversation'

La valutazione dei risultati

- Come valutare i risultati rispetto agli obiettivi 'stretched'

- Il collegamento con la performance review e il tema del compensation



Obiettivi del corso

- Comprendere e poter applicare le logiche e i contenuti metodologici dell'approccio OKRs
- Saper definire obiettivi 'stretched' coerenti con le aspirazioni strategiche dell'Azienda
- Saper coniugare obiettivi sfidanti con l'empowerment delle persone
- Saper gestire il percorso OKRs lungo tutto il periodo per rafforzare le possibilità di raggiungimento degli obiettivi



Esercitazioni

- Gli attuali sistemi di MBO nelle Aziende: forze e debolezze
- Sviluppo di situazioni reali dei partecipanti nelle quali applicare l'approccio OKRs
- Esercizi di feedback finalizzati al supporto della gestione OKRs
- Action plan individuale

Interpretare il bilancio di sostenibilità ESG-CSR

Identificare le informazioni, interpretare i documenti, incrementare la reputation

 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: 2.1.31

L'UE, nel Libro Verde della Commissione, definisce il **bilancio di sostenibilità** come *"l'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali ed ecologiche delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei loro rapporti con le parti interessate"*. L'obiettivo del bilancio di sostenibilità è quindi quello di informare i propri stakeholder circa risultati economici, sociali e ambientali generati dall'azienda, rispondendo alle aspettative di trasparenza e fiducia e comunicando l'impegno verso la collettività.

Il corso consente di approfondire gli **standard** di riferimento per trasformare il bilancio di sostenibilità in una reale opportunità, con l'obiettivo di distinguersi e competere sul mercato, incrementando **credibilità** e **reputazione** aziendale.

A chi è rivolto

- Sustainability/CSR Manager
- Consulenti delle sostenibilità (società pubbliche e private)
- Manager di alta direzione (CFO, COO, CEO, Managing Director)
- Manager focalizzati su innovazione e sviluppo sostenibile
- Investor e Credit Officer
- Manager di società e enti no-profit
- Membri di CdA, OdV, Collegio Sindacale
- Dottori commercialisti, consulenti del lavoro, avvocati

Programma

Evoluzione della cultura d'impresa: dalla shareholder economy alla stakeholder economy

- Orientamento delle imprese alla gestione della CSR (Corporate Social Responsibility)
- Alfabeto e mappe concettuali della CSR
- Total Quality Management
- Relazione fra disclosure dei dati ESG e valore d'impresa
- NextGenerationEU evPNRR

Normativa sulla rendicontazione dei dati non finanziari

- Applicazione secondo gli IAS/IFRS
- UN Global Compact - Agenda 2030

- Direttiva 2014/95/EU - NFRD
- Carta dei Valori, Codice Etico e MOGC D.Lgs 231/2001
- Sistema Integrato delle certificazioni
- Global Reporting Initiative (GRI)

Tipologie di reporting non finanziario

- Esperienze e sviluppi metodologici del Bilancio Sociale come strumento di gestione e di rendiconto
- Principali strumenti di rendicontazione sociale
- Dal bilancio sociale al bilancio di sostenibilità
- Social balanced scorecard
- Stakeholder scorecard
- Bilanci del Terzo Settore

Valutazione d'azienda nel mondo ESG e gestione del cambiamento

- Elementi ESG nel metodo discounted cashflow (DCF)
- Analisi del macroambiente
- Approccio operativo (project management)
- Approccio integrato come sfida per il successo
- Risk Management Integrato e rischi ESG
- Compliance Integrata



Obiettivi del corso

- Apprendere gli strumenti operativi e le attività di intervento innovativo in ambito ESG, per identificare le informazioni non finanziarie rilevanti
- Conoscere le metodologie e sapere interpretare i documenti del bilancio di sostenibilità
- Acquisire le necessarie competenze tecniche per gestire a 360° i temi di sostenibilità in chiave strategica ed integrata



Esercitazioni

- Valuing ESG: doing good or sounding good?
- Proposta di nuova direttiva europea sul reporting di sostenibilità
- Brainstorming e mappe concettuali focalizzate sul bilancio di sostenibilità



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 16 dic al 18 dic

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

Foresight strategico

Strumenti e strategie per anticipare il futuro e orientare le decisioni

 A distanza



Packaged in azienda : 940,00 € +IVA +10% di WebCode: 1.1.68W
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

Nell'attuale contesto complesso e mutevole, **immaginare e anticipare ciò che succederà domani** è diventata una **capacità strategica** imprescindibile. Sviluppare il **pensiero prospettico** consente infatti di ipotizzare trend e possibili scenari e di creare quindi le prerogative per un **mindset di crescita**, sviluppando nuove tecniche e strumenti operativi indispensabili per un reale vantaggio competitivo nel medio e lungo termine.

La virtual classroom permetterà di acquisire consapevolezza rispetto all'**impatto delle nostre decisioni sul futuro**, per appropriarsi di metodologie relative all'anticipazione e **sviluppare un pensiero prospettico strategico**, in grado di orientare le azioni verso il futuro desiderato.

A chi è rivolto

- Manager di qualsiasi funzione
- Chiunque sia coinvolto in progetti complessi e in continua evoluzione

Programma

Le abilità ell'antifragile per affrontare l'inatteso

- Locus of control, autoefficacia e cultura dell'errore
- Ottimismo e autostima
- Hardiness nel comprendere il perché degli eventi

Visualizzare possibili scenari futuri in contesto B.A.N.I.

- Le tre intelligenze: emotiva, sociale, percettiva
- Tecniche d'influenzamento trasversale per integrare e massimizzare le diversità del team

Tradurre le decisioni in azioni specifiche nel contesto in continuo cambiamento

- Dai modelli predittivi ai modelli adattivi
- Mindset di crescita iterativo e flessibile capace di adattarsi ai continui cambiamenti
- Lo strumento della TAM per coinvolgere tutti gli stakeholder in ogni fase, costruendo insieme il percorso più adeguato per rendere concreti gli scenari possibili



Obiettivi del corso

- Conoscere i tre passaggi del pensiero prospettico: prospettiva, anticipazione, cambiamento
- Imparare a visualizzare i possibili scenari futuri, partendo da un contesto veloce, incerto in continuo mutamento
- Tradurre la visione in decisioni e azioni specifiche, grazie ai tre passaggi del pensiero prospettico



Pedagogia

La virtual classroom, della durata di **3 ore**, consente una **partecipazione interattiva** grazie a sondaggi, Q&A, esercizi individuali e lavori di gruppo in breakout room.

Le **informazioni tecniche** sulla fruizione della virtual classroom saranno fornite ai partecipanti qualche giorno prima della sessione.

Marketing strategico

Identificare i bisogni dei clienti, anticipare trend e opportunità

★★★★☆ 4,3/5 (23 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 : 3.920,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 4.2.3

Il corso si pone l'obiettivo di enfatizzare la funzione del marketing all'interno del suo **ruolo strategico**, che lo vede definire con l'alta Direzione le azioni da intraprendere e i prodotti/servizi da proporre sul mercato.

Un ruolo divenuto **poliedrico** che prevede non solo la capacità di usare gli strumenti per identificare i bisogni dei clienti ma anche e soprattutto le competenze per trovare un modo unico e diverso dai concorrenti per soddisfarli, per comunicare con loro in modo efficace e per promuovere le proprie soluzioni in modo redditizio ma anche disruptive.

Il corso mira ad enfatizzare il ruolo del marketing all'interno dell'organizzazione, facendo comprendere le sue **relazioni con le altre business unit** e definendo il percorso corretto per soddisfare il cliente e remunerare adeguatamente gli azionisti.

A chi è rivolto

- Product Manager
- Brand Manager
- Amministratori delegati, imprenditori, direttori generali che vogliono portare innovazione nel modo di fare business ed essere aggiornati sui più moderni approcci al mercato
- Responsabili di Vendite e Marketing che intendono sviluppare moderni approcci al mercato, alla vendita e al prodotto/servizio
- Tutti coloro che sono alla ricerca di un metodo e di strumenti innovativi e autorevoli per definire, organizzare e realizzare piani di marketing vincenti

Programma

Marketing strategico: dall'analisi macroeconomica al focus sul business caratteristico

- Analisi dei trend a livello macro e loro impatto nel day by day
- Ruolo e mission del marketing strategico all'interno dell'azienda
- Concetti base di strategia aziendale: la pianificazione strategica

Marketing strategico: dall'analisi di mercato alle scelte strategiche

- Analisi di attrattività di mercato e di competitività dell'impresa
- Segmentazione e individuazione del cliente target
- Analisi SWOT e scelte d'orientamento strategico

Creare un'offerta integrata: la sinergia perfetta del marketing mix

- Quali strategie di prodotto/servizio scegliere
- Saper sviluppare strategie di prezzo adeguate al target obiettivo
- **Comunicare valore:** quali strategie di comunicazione scegliere

Gestione del brand

- Come creare un posizionamento distintivo e competitivo
- Definizione e gestione della Brand Equity
- Strategia, lessico e mercato: distinguere fra Brand Awareness, Brand Reputation e Brand Image

Marketing strategico e Intelligenza artificiale

- Gli utilizzi dell'AI nel marketing strategico: data analysis, chatbot, ricerche di mercato, content creation
- Come scrivere un prompt



Obiettivi del corso

- Acquisire una visione completa e attuale del marketing strategico
- Gestire le sfide del marketing in contesti dinamici e turbolenti
- Apprendere i legami tra pianificazione strategia e marketing
- Utilizzare le analisi di mercato: PESTEL analysis, 5 forze competitive, SWOT analysis
- Utilizzare le leve di marketing (5P): prodotto, prezzo, punti di vendita, promozione, persone
- Approfondire le opportunità dell'AI



Esercitazioni

- S.W.O.T. analysis
- Analisi C.U.B.
- Definizione della strategia aziendale
- Business model canvas



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

Business Model Canvas

Un approccio innovativo per rivedere il proprio modello di business e aumentarne l'impatto

 Presenziale / a distanza



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

Packaged in azienda : 3.680,00 € +IVA +10% di WebCode: 1.1.61
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

Innovare è diventato ormai irrinunciabile per tutte le attività economiche. Tuttavia, non è più sufficiente rivolgere la propria attenzione verso i soli prodotti. Occorre piuttosto focalizzarsi sulla **gestione** complessiva **dell'impresa** e sui **modelli aziendali**, anche in rapporto all'ambiente esterno e al **contesto concorrenziale**. Il corso fornisce una precisa metodologia e un approccio pratico per creare e sviluppare modelli di business oltre che rivedere il modello della propria impresa. Inoltre, il corso aiuta nella gestione del processo di **innovazione** al fine di aumentare l'impatto in termini di fatturato e/o marginalità.

A chi è rivolto

- Direttori d'Impresa
- Business Unit Manager (BU)
- Direttori Operativi
- Membri del Comitato di Gestione o Esecutivo
- Manager che abbiano bisogno di definire, perfezionare o rielaborare la strategia del proprio team o della propria azienda

Programma

Avviare la riflessione sull'importanza della strategia nelle società

- I ruoli di Leader e Comitato esecutivo
- Le leve di pensiero strategico: visione, missione, mindset e skill
- Le strategie del ciclo di vita aziendale
- Cosa significa definire obiettivi SMART

Analizzare e anticipare l'evoluzione dell'ambiente esterno

- Il fattore "moda" o "trend"
- Anticipare gli sviluppi macroeconomici e intuirne gli impatti
- Comprendere i propri clienti: il jobs - to get - done
- Il ciclo di vita del cliente, del mercato e il ciclo di vita del prodotto
- Il ruolo strategico dell'AI nel forecasting e nell'analisi ambientale

Definire una proposta di valore dirompente e differenziante

- Creare nuovi spazi di mercato
- Creare offerte innovative e differenzianti
- Definizione della migliore UVP
- La componente di sostenibilità e responsabilità sociale

Le principali competenze di base dell'azienda

- Il modello di business di un'azienda come approccio strategico
- L'analisi del modello di business nei suoi 9 elementi chiave
- Il cambiamento come imperativo storico recente

Identificare le scelte strategiche dell'azienda

- SWOT Analysis e scelta delle priorità strategiche
- Risk management: identificare le priorità e le aree di attività più rischiose
- Le strategie di crescita: valutazione del livello di prontezza degli investimenti
- Capacità di intuire il mercato nella sua innovazione

Project work: a partire dal proprio modello di business identificare forze, debolezze, opportunità e minacce per definirne uno più solido e rispondente a un contesto turbolento, complesso e volatile.



Obiettivi del corso

- Comprendere gli elementi chiave per aumentare il fatturato e/o i margini derivanti da nuovi prodotti o servizi
- Differenziarsi dalla concorrenza
- Acquisire un processo standard, testato e ripetibile
- Acquisire metodi e strumenti analitici dell'ambiente esterno e aziendale
- Saper utilizzare e interpretare gli strumenti a supporto delle decisioni



Esercitazioni

- Uso e interpretazione del proprio modello di business
- Analisi dell'ambiente esterno: una panoramica delle tendenze a 12 mesi
- Casi ed esempi tratti da settori differenti per comprendere meglio tutti gli strumenti

Innovare con il design thinking

Un metodo per velocizzare il pensiero creativo e fare innovazione

 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: 8865

Design Thinking senza Designers? Sembra un paradosso ma non lo è se pensiamo ad una sua semplice e sintetica definizione: una disciplina che utilizza l'approccio umano, la sensibilità e i metodi dei designer per **identificare i bisogni al centro** di ciò che è tecnologicamente fattibile e finanziariamente sostenibile. La pratica di tale disciplina permette di non considerare più il design come un mero percorso estetico, bensì come un **supporto strutturato all'innovazione**.

A chi è rivolto

Questo corso è indirizzato a tutti coloro che, conoscendo le necessità evolutive della propria organizzazione, desiderano sperimentare l'approccio immersivo del Design Thinking ispirato alle più importanti scuole che lo hanno sviluppato (IDEO, MIT, HPIStanford University).

Programma

Comprendere il contesto dove poter sviluppare il Design Thinking

- L'utilità del Design Thinking nel business e la sua evoluzione
- Il supporto per rendere tangibili le idee
- I 3 principi di base: desiderabilità, fattibilità, vantaggi economici

Le 5 fasi del Design Thinking

- Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test
- Il senso di ogni fase e il passaggio al mondo fisico delle idee
- La fase cruciale del Prototype e i suoi tool operativi

La correlazione al modello delle 3 I

- Inspiration: in che modo svilupparla
- Ideation: come definirla
- Implementation: come renderla concreta

Strumenti per l'analisi e la sintesi del Design Thinking

- La mappa concettuale e quella dell'empatia
- La generazione e l'elaborazione delle idee
- La comunicazione e il lancio: il link con lo storytelling



Obiettivi del corso

- Identificare le fasi caratteristiche del Design Thinking
- Saper correlare il Design Thinking con il pensiero creativo
- Individuare il 'ponte' tra l'approccio del Design Thinking e lo stimolo al processo innovativo



Esercitazioni

- Autovalutazione sul Design Thinking
- Esercitazione preparatoria sul processo
- Esercitazione realizzativa su un tema organizzativo
- Come proporre il Design Thinking nella propria azienda

Come si svolge

Corso full immersion di 8 ore dedicato a esercitazioni, simulazioni, role-play per consolidare competenza di cui siano già noti gli elementi teorici.



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 27 ott al 31 ott

- dal 27 ott al 27 ott
- dal 31 ott al 31 ott

Strategic thinking

Elementi chiave del pensiero strategico

 A distanza



Packaged in azienda : 940,00 € +IVA +10% di WebCode: VC015
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

Questa sessione evidenzia l'importanza di **pensare in modo strategico** e di sviluppare degli approcci che consentano al tuo team di fare lo stesso. Ti verranno forniti alcuni **strumenti** strategici e avrai l'opportunità di pensare a come applicarli all'interno del tuo team.

A chi è rivolto

A tutti coloro che sono responsabili di pianificare e gestire progetti e che desiderano potenziare le proprie capacità di pensare in modo strategico.

Programma

L'importanza del pensiero strategico

- Pensiero strategico e pensiero operativo
- Cosa significa pensare in modo strategico

Cos'è la strategia

- Ostacoli e vantaggi dello strategic thinking
- Persone di successo

Processo strategico di pianificazione

- Il personal mission statement
- Definire la vision
- Analisi del well-formed outcome

Allenare il pensiero strategico

- Le caratteristiche del pensatore strategico
- Il modello delle 7S di McKinsey
- L'analisi PESTLE

Action Plan



Obiettivi del corso

- Sviluppare una strategia e comprenderne l'importanza
- Comprendere gli elementi chiave del pensiero strategico
- Utilizzare strumenti di pensiero strategico



Pedagogia

La virtual classroom, della durata di **3 ore**, consente una **partecipazione interattiva** grazie a sondaggi, Q&A, esercizi individuali e lavori di gruppo in breakout room.

Le **informazioni tecniche** sulla fruizione della virtual classroom saranno fornite ai partecipanti qualche giorno prima della sessione.

Best

Le 4 leve del change management

Le competenze strategiche per guidare i team aziendali verso il cambiamento

 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: 6686

Nell'attuale contesto lavorativo, le organizzazioni vivono **cambiamenti in modo costante**. Posso essere imposti da vincoli esterni o essere implementati per rimanere competitivi e adattarsi alle sfide del mercato, possono riguardare la strategia aziendale, l'organizzazione interna, l'adozione di nuove tecnologie o rispondere all'evoluzione delle esigenze dei clienti: la costante è che sono presenti ovunque. **Leadership e comportamento dei manager influenzano in modo significativo il successo o il fallimento del cambiamento**, motivo per cui il ruolo dei manager è strategico nei processi di change management e a loro spetta il compito di implementare competenze dedicate.

Il corso fornisce un'ampia panoramica del tema del change management, propone una riflessione sugli atteggiamenti personali, un'esperienza pratica nell'applicazione del modello di Kotter – indispensabile per i processi di cambiamento – e passaggi specifici richiesti in ciascuna fase di progetti di cambiamento. In questo modo sarà possibile **acquisire le competenze indispensabili di change management**, dalla pianificazione, all'implementazione e gestione del cambiamento all'interno della propria organizzazione.

A chi è rivolto

- Manager che desiderino interpretare correttamente un ruolo di supporto attivo in momenti di trasformazione organizzativa
- Manager e middle manager chiamati ad implementare progetti di cambiamento a livello locale e/o internazionale

Programma

Introduzione al change management

- Cos'è il cambiamento nelle organizzazioni di lavoro: riferimenti scientifici
- Cosa si intende per change management: riferimenti di metodo
- Ruolo dei manager nel processo di cambiamento: comportamenti attesi

Esperienza di cambiamento

- Cambiamento come esperienza soggettiva
- Atteggiamenti verso il cambiamento
- Risposte emotive al cambiamento

Un metodo per supportare il change management: il Modello di Kotter

- Introduzione al Modello di Kotter
- Le otto fasi del Modello di Kotter
- I diversi ruoli manageriali nel change management

Establish & Create: instaurare e creare il cambiamento

- Instaurare il senso di urgenza
- Formare una coalizione guida
- Sviluppare visione e strategia

Develop & Explain: sviluppare e spiegare il cambiamento

- Comunicare la visione
- Coinvolgere il team
- Rimuovere gli ostacoli
- Ottenere successi a breve termine
- Pianificare e gestire il cambiamento

Empower & Generate: implementare e generare il cambiamento

- Costruire sul cambiamento
- Conservare i nuovi approcci
- Implementare il ruolo continuo della leadership
- Coinvolgere attivamente i collaboratori

Maintain & Integrate: mantenere e integrare il cambiamento

- Sostenere il cambiamento a lungo termine
- Integrare il cambiamento nella cultura organizzativa
- Implementare miglioramenti continui e adattamenti
- Valutare e monitorare il cambiamento

Piano d'azione personale

- Autoriflessione sulle reali necessità aziendali di breve periodo
- Creazione di un piano di automiglioramento personale per la corretta interpretazione del ruolo di Change Manager



Obiettivi del corso

- Riconoscere le ragioni per cui il cambiamento deve essere gestito con attenzione
- Comprendere i fondamentali del metodo del change management secondo il modello di Kotter
- Comprendere come agire un ruolo costruttivo nella gestione e/o accompagnamento di progetti aziendali di change management



Esercitazioni

Il corso è un laboratorio manageriale, in cui condividere esperienze e abilità. In base alle caratteristiche dei partecipanti (contesto aziendale, esigenze di cambiamento organizzativo, ruolo e seniority) potranno essere proposte esercitazioni individuali e simulazioni di gruppo.





Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

dal 6 nov al 7 nov

Sustainability Management - base

Sostenibilità e gestione sostenibile delle strategie, degli obiettivi e delle prestazioni delle imprese

 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: 7.2.5

Il corso di Sustainability Management offre una panoramica introduttiva e in seguito un'analisi approfondita e dettagliata sul tema della **corporate sustainability**, focalizzandosi sulla centralità e l'applicazione della **sostenibilità aziendale**.

Il programma illustra ai manager i modelli di gestione aziendale della sostenibilità in termini legislativi, di prassi e convenzioni e come implementarli per creare un'azienda sostenibile.

Le finalità del corso sono quelle di:

- rendere fattibile l'**integrazione** dei concetti, dei principi, dei criteri operativi e delle metodologie per la sostenibilità all'interno delle operazioni di business delle imprese, rendendo possibile la **comparazione** (benchmarking) delle prestazioni declinate ed espresse in termini di sostenibilità aziendale
- valutare adeguatamente la configurazione e la struttura organizzativa di **modelli e sistemi** di gestione aziendali della sostenibilità con riferimento a:
 - leggi nazionali, regolamenti e direttive comunitarie
 - prassi, standard e convenzioni nazionali e internazionali

A chi è rivolto

- Business Owners, Shareholders, Top Managers
- Sustainability Managers
- Sustainability Practitioners
- Sustainability & CSR Auditors
- SDG Action Managers
- SDG Users

Programma

Sostenibilità - cenni storici e orizzonti di sviluppo futuro

- Tappe fondamentali (main milestones) dello sviluppo sostenibile - 1972-2016
- Obiettivi di sviluppo del millennio - 2000-2015
- Obiettivi di sviluppo sostenibile - 2015-2030

Quadro di sintesi legislativo (internazionale, europeo e italiano)

- Patti universali e internazionali, convenzioni, principi guida e agende delle Nazioni Unite sui diritti umani e sulle imprese
- Convenzioni, raccomandazioni, dichiarazioni e codici di condotta fondamentali ILO (International Labour Organization)

- La strategia e gli obiettivi della Commissione UE per la sostenibilità e lo sviluppo sostenibile
- L'action plan UE per la crescita della finanza sostenibile
 - Linee guida ESMA (European Securities and Markets Authority) per le CRA (Credit Rating Agencies)
- Direttiva UE 2014/95 (D. Lgs n. 254 del 30 Dicembre 2016) - Comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni
 - Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario
 - **Proposta di Direttiva** sul Reporting di sostenibilità (Corporate Sustainability Reporting Directive - CSRD) di aggiornamento della Direttiva UE 2014/95
- Piano d'azione nazionale sulla responsabilità sociale d'impresa
- Piano d'azione nazionale impresa e diritti umani
- Ratifica ed esecuzione in Italia delle convenzioni internazionali

Analisi del contesto e dell'organizzazione aziendale - valutazione del rischio sostenibilità

- Grado di integrazione della sostenibilità nelle strategie aziendali
 - Informale, corrente, sistemica, innovativa e dominante
- Fasi del modello di maturità della sostenibilità aziendale
 - Iniziale, ripetibile, definita, gestita e ottimizzata
- Diagnosi organizzativa, skills matrix e modelli gestionali per realizzare il cambiamento
 - Competenze necessarie per la gestione della sostenibilità aziendale e deficit formativi del personale
 - Requisiti di conoscenza, abilità, responsabilità e autonomia
 - Prassi UNI e schemi di certificazione delle competenze
 - Effetti della valutazione del rischio sostenibilità
 - Rischi per il business e lo sviluppo economico
 - Rischio fisico, tecnologico, legale, reputazionale, sociale e transazionale
 - Diritti umani, Lavoro, Ambiente, Etica nell'azienda e lungo la catena di fornitura
 - Global Compact delle Nazioni Unite - UNGC
 - Principi e SDGs - Sustainable Development Goals
 - SDG Action Manager

Principi (priorità e azioni da intraprendere), politiche e piani, obiettivi e target, indici, indicatori e misure, rendiconti (dati e informazioni), bilanci e reporting

- Le tre dimensioni della sostenibilità aziendale
 - Dimensione ambientale
 - Dimensione sociale
 - Dimensione economica
 - I quattro pilastri della sostenibilità aziendale
 - Governance direzionale
 - Sistemi di gestione aziendale
 - Standard SGR 88088:2020 - Social Responsibility and Governance - Principi Etici e Sociali
 - Supply chain
 - Misurare il contributo di sostenibilità della singola impresa nella supply chain
 - TenP - Sustainable Supply Chain Self-Assessment Platform
 - Indici, indicatori, rating e performance ESG - Environmental, Social, Governance
 - Standards del Global Reporting Initiative - GRI, del Sustainability Accounting Standards Board - SASB e del Climate Disclosure Standards Board - CDSB
 - Indici di sostenibilità SRI e borsa
 - Sintesi SDSs vs. GRIs per la sostenibilità ambientale, economica e sociale
 - Criteri di scelta - Ambiti e mercati (geografici) di riferimento
 - Peso delle componenti ed elaborazione del ranking
 - Metodologie, linee guida e criteri di calcolo
 - Bilancio di sostenibilità aziendale
 - Principi di redazione e ambiti di rendicontazione
 - Lotta alla corruzione attiva e passiva
 - Ambiente
 - Personale
 - Sociale
 - Diritti umani
 - La specificità della sostenibilità ambientale
 - Footprint ambientale
 - Marketing ambientale
 - Dichiarazioni ed etichettature ambientali
 - Finanza sostenibile e sostenibilità nel settore dei servizi finanziari
 - Autorità di vigilanza europee (EBA - EIOPA - ESMA - ESAs) e norme tecniche di regolamentazione informativa dei prodotti finanziari
- Regolamento UE 2019/2088 - relativo all'informativa sulla sostenibilità nel settore dei servizi finanziari
 - Regolamento UE 2020/852 - relativo all'istituzione di un quadro che favorisce gli investimenti sostenibili e recante modifica del Regolamento UE 2019/2088
 - Informativa sul settore dei servizi finanziari - Financial Services Sector Disclosures
 - GRI Financial Services Sector Supplement
 - TCFD - Task Force on Climate-related Financial Disclosures

- Il supporto di ABI al Global Compact delle Nazioni Unite
- Linee guida ABI sull'applicazione degli indicatori del GRI

Effetti dell'innovazione (di processo, prodotto e sistema) e della continuità operativa del business sulla sostenibilità aziendale

- Approccio LEAN e digitalizzazione dei processi aziendali
- Standard ISO 56002:2019 - Sistemi di Gestione dell'Innovazione
- Standard ISO 22301:2019 - Sistemi di Gestione della Continuità Operativa
- Standard ISO/TS 22318:2015 - Societal security - Business continuity management systems - Guidelines for supply chain continuity



Obiettivi del corso

- Valutare correttamente l'impatto ambientale, sociale ed economico del proprio business
- Definire tecnicità progettuali e modalità attuative consone ed efficaci per la sostenibilità aziendale
- Individuare e selezionare correttamente:
 - buone pratiche di gestione e misurazione della sostenibilità aziendale
 - obiettivi conseguibili di sostenibilità aziendale
 - indicatori specifici per monitorare e quantificare le azioni di sostenibilità aziendale intraprese
 - strumenti per l'impostazione di analisi della sostenibilità aziendale rispetto a:
 - settore merceologico
 - mercato di riferimento
 - sistema Paese
 - dimensione aziendale



Esercitazioni

- Organigramma e organico della sostenibilità aziendale
- Strategie, obiettivi, indici e indicatori della sostenibilità aziendale



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 2 dic al 5 dic

- dal 2 dic al 2 dic
- dal 5 dic al 5 dic

Mobility Manager

Gestire la mobilità sostenibile in azienda, implementando il Piano Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL)

 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: 7.2.7

in partnership con



Negli ultimi anni, grazie ai **cambiamenti socio-economici** avvenuti sia a livello generale, sia nelle singole organizzazioni, **la figura del Mobility Manager ha assunto un rilievo sempre più importante**. Il suo ruolo è legato alla **gestione della mobilità sostenibile all'interno dell'azienda**, con l'obiettivo principale di **creare un Piano Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL)**, razionalizzando e ottimizzando gli spostamenti del personale aziendale.

Con il decreto del Ministro della Transizione Ecologica del 12 maggio 2021, adottato di concerto con il Ministro delle Infrastrutture e della Mobilità Sostenibile, **la figura del Mobility Manager è inoltre diventata obbligatoria per le aziende sopra i 100 dipendenti e per i Comuni con oltre i 50.000 abitanti**.

Il corso propone un'overview rispetto ai temi della **mobilità sostenibile** e fornisce le competenze necessarie e gli strumenti operativi per il **ruolo di Mobility Manager**. La formazione è stata progettata e viene erogata in collaborazione con **ConfMobility**, organizzazione impegnata dal 2000 sul tema della mobilità sostenibile, in linea con l'Agenda 2030 della Commissione Europea.

A chi è rivolto

- Mobility Manager
- Professionisti impiegati nella filiera della mobilità sostenibile
- Chiunque intenda approfondire i driver fondamentali del mercato della mobilità sostenibile

Programma

Mobilità sostenibile e normativa di settore

- Perché ci si occupa di mobilità sostenibile?
- Normativa di riferimento
- Letteratura internazionale del Mobility Management
- Benefici per imprese, lavoratori e collettività

- Analisi degli impatti sul sistema ambientale
- Smart City e modelli di mobilità sostenibile

Sostenibilità e gestione aziendale

- Il ruolo del Mobility Manager
- La stesura del Piano Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL)
- Mobility Label: l'etichetta sostenibile
- Mobility Management in outsourcing

Economics, marketing e Project Management

- Saving e impatti sul conto economico
- Creazione e coordinamento del team di progetto dedicato alla gestione della mobilità sostenibile
- Green marketing e impatto ambientale sostenibile

HR e comunicazione interna

- Analisi della domanda interna e valutazione delle esigenze aziendali
- Survey: comportamenti organizzativi personale interno
- La comunicazione del Piano Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL)
- Soft Skills Sustainability, un nuovo modello di competenze



Obiettivi del corso

- Acquisire competenze, metodologie e strumenti operativi per il ruolo di Mobility Manager
- Implementare soluzioni di mobilità e trasporto sostenibile nella propria organizzazione
- Sviluppare e mettere in atto un efficiente PSCL (Piani Spostamento Casa-Lavoro) , nonché attività di empowerment della mobilità aziendale
- Implementare un'accurata valutazione dei costi aziendali, ottimizzandola
- Effettuare operazioni di benchmarking per migliorare la conoscenza e i metodi di applicazione delle pratiche di mobilità sostenibile



Esercitazioni

- Analisi di case study sulla mobilità sostenibile
- Elaborazione del proprio Piano Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL)



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 9 dic al 12 dic

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

New

Design Sprint Bootcamp

Le tecniche fondamentali per risolvere problemi complessi e accelerare l'innovazione

 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: 1.6.6

Il **Design Sprint Boot Camp** è un percorso intensivo di due giorni che fornisce le basi per affrontare e risolvere le sfide aziendali in modo strutturato e collaborativo. Durante il Boot Camp, i partecipanti saranno immersi in un processo di **apprendimento pratico**, che li porterà a comprendere le problematiche chiave, **generare idee innovative** e **sviluppare soluzioni concrete**. Questo approccio permette di risparmiare tempo e risorse, indirizzando rapidamente il team verso **decisioni affidabili** e **azioni pratiche**. Attraverso esercizi interattivi e simulazioni, i partecipanti avranno la possibilità di sperimentare la metodologia direttamente, apprendendo tecniche efficaci per migliorare i processi decisionali e la produttività.

A chi è rivolto

- Manager di innovazione: professionisti che guidano processi di innovazione all'interno delle aziende e vogliono adottare un approccio strutturato per accelerare lo sviluppo di nuove idee
- Imprenditori e startup founder: leader di startup che devono validare velocemente nuove idee, prodotti o servizi e che desiderano minimizzare i rischi e ottimizzare i processi di sviluppo

Programma

Analisi e Comprensione del Problema/Sfida

Introduzione e obiettivi del Boot Camp

- Introduzione al percorso, con focus su ciò che i partecipanti potranno acquisire durante le due giornate. Verranno definiti gli obiettivi da raggiungere e le aspettative sul metodo

Mappatura collaborativa del problema

- Attraverso la mappatura visiva, i partecipanti lavoreranno insieme per identificare le problematiche principali, evidenziando le aree critiche e le opportunità di miglioramento

Interazione con esperti

- Confronto con esperti del settore per raccogliere informazioni e approfondire la comprensione del problema, ottenendo una visione a 360 gradi

Definizione dell'obiettivo strategico

- Lavoro di gruppo per identificare chiaramente l'obiettivo a lungo termine da raggiungere e le metriche di successo per valutare i progressi

Selezione delle sfide principali

- Prioritizzazione delle sfide su cui lavorare, utilizzando tecniche pratiche per concentrare le energie sulle problematiche più impattanti

Decision Making Rapido

- Introduzione di tecniche per prendere decisioni in maniera veloce ed efficace, coinvolgendo il team e facilitando la collaborazione

Generazione di Soluzioni e Prototipazione

Brainstorming strutturato

- Sessioni di brainstorming mirate alla generazione di idee innovative e creative, utilizzando tecniche avanzate per stimolare la creatività in modo produttivo

Visualizzazione delle idee con sketching

- Traduzione delle idee in disegni e storyboard per dare forma concreta alle soluzioni proposte. Questo processo aiuta a rendere visibili le idee e a migliorare la comprensione condivisa

Selezione della soluzione più promettente

- Con l'ausilio di tecniche di valutazione e selezione collaborativa, il team sceglierà la soluzione migliore tra quelle proposte, basandosi su criteri di impatto e fattibilità

Prototipazione pratica

- Creazione di un prototipo realistico che simula l'implementazione della soluzione scelta. Durante questa fase, i partecipanti impareranno come trasformare le idee in realtà

Preparazione al testing e validazione

- Imparerai a preparare e condurre test con utenti reali per validare la soluzione proposta. Sarà fondamentale raccogliere feedback utili per migliorare ulteriormente il prototipo

Conclusioni e riflessioni finali

- Chiusura del Boot Camp con una discussione sulle principali lezioni apprese, su come applicare queste tecniche nei contesti aziendali e sugli strumenti che i partecipanti porteranno con sé per migliorare i loro progetti futuri



Obiettivi del corso

- Come eseguire un Design Sprint, inclusi gli esercizi e le tecniche delle ultime versioni
- Acquisire una comprensione profonda del problema aziendale attraverso un processo collaborativo e strutturato
- Stimolare la creatività del team per generare soluzioni efficaci e innovative
- Definire un piano d'azione concreto che possa essere utilizzato per sviluppare prototipi
- Applicare tecniche e strumenti per migliorare i processi di innovazione all'interno della propria organizzazione
- Facilitare workshop efficaci con il team, migliorando la collaborazione e il focus sugli obiettivi aziendali



Esercitazioni

I partecipanti saranno coinvolti in un percorso di apprendimento pratico e collaborativo, con esercizi continui e immersivi. Attraverso attività concrete, sperimenteranno direttamente le tecniche apprese, lavorando in team su casi reali e simulazioni per consolidare le competenze acquisite e applicarle in modo efficace ed efficiente.



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 10 nov al 14 nov

- dal 10 nov al 10 nov
- dal 14 nov al 14 nov

Fondamenti di sostenibilità ed economia circolare

Applicare i principi della circolarità per generare innovazione, giustizia sociale e prosperità

 Presenziale / a distanza



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

Open : 1.040,00 € +IVA
Packaged in azienda : 1.770,00 € +IVA +10% di
Project Management (Quota riferita ad un gruppo
di 10 pax max)
Customized : Su richiesta

WebCode: 7.2.6

L'**economia circolare** è un **modello economico** dove i materiali non diventano mai rifiuti, le risorse naturali non vengono disperse e la natura viene curata e rigenerata. Nell'economia circolare, i prodotti e i materiali vengono mantenuti in circolazione ed in uso tramite processi come la **manutenzione**, il **riuso**, il **ritorno in produzione** e il **riciclo**. L'obiettivo dell'economia circolare è quello di risolvere i **problemi ambientali**, come l'inquinamento e la perdita di biodiversità, mentre si crea valore, **giustizia sociale e prosperità**.

A chi è rivolto

- Manager di alta direzione (CFO, COO, CEO, Managing Director)
- Manager focalizzati su innovazione e sviluppo sostenibile
- Investor Relator e Financial Advisor
- Marketing Strategist e Communication Officer
- Investor e Credit Officer
- Imprenditori

Programma

Definizioni

- Le parole (misteriose) della sostenibilità SDG, ESG, CSR, Codice Etico, EPR, PNRR

I sistemi naturali globali e i loro confini

- Per comprendere gli equilibri e le caratteristiche dei sistemi naturali, l'impatto delle attività industriali, gli equilibri e gli obiettivi, usiamo il modello dei 5 sistemi globali elaborato dal prof. Johan Rockstrom, vincitore del Tyler Prize for Environmental Achievements

Cosa possiamo fare per rigenerare il pianeta?

- La resilienza della natura, la resilienza degli uomini (secondo le teorie del Prof. Sean B. Carroll, biologo evoluzionista)

Elaborare e conseguire obiettivi di sostenibilità basati sulla scienza

I principi dell'economia circolare e la loro applicazione in azienda

Il ciclo dei materiali (esercitazione)

- osserviamo nel dettaglio, industria per industria come realizzare valore con l'economia circolare. Discutiamo insieme dei piccoli e grandi cambiamenti necessari

Flussi Circolari (esercitazione)

- I flussi dell'economia circolare sono flussi di materiali, risorse, economie e informazioni. Impariamo le loro caratteristiche, selezioniamo i più promettenti per il nostro caso attuale. Utilizziamo il modello C2C Cradle to Cradle di Michael Braungart e Bill McDonough

Il pensiero rigenerativo (esercitazione)

- sperimentiamo per comprendere come la produzione e il consumo creino impatto sull'ambiente, sui territori sulle comunità. Impariamo a progettare con la teoria della complessità e il pensiero sistemico



Obiettivi del corso

- Imparare ad impiegare in azienda le metodologie progettuali dell'Economia Circolare per realizzare la sostenibilità
- Imparare ad adottare un approccio sistemico che tenga conto dell'interdipendenza e della complessità nel disegnare le strategie aziendali ed i piani operativi
- Essere in grado di individuare dei target di sostenibilità che tengano conto dei maggiori fonti di impatto ambientale e del rapporto tra ecosistema, giustizia sociale e sviluppo economico



Esercitazioni

- Valuing ESG: doing good or sounding good?
- Brainstorming e Mappe Concettuali focalizzate sull'economia circolare



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

MI

date 3 dic

Best

Intelligenza Artificiale

Prepararsi alla transizione dei processi per il marketing, la comunicazione, le risorse umane, la gestione aziendale

 A distanza



2 giorni (14 Ore)

Open : 1.690,00 € +IVA

WebCode: IT.1

Packaged in azienda : 3.750,00 € +IVA +10% di

Project Management (Quota riferita ad un gruppo di 10 pax max)

Customized : Su richiesta

L'Intelligenza Artificiale è ormai **inseparabile** da qualsiasi **progetto di digitalizzazione** aziendale. E' dunque altamente consigliato ai decisori e agli attori di tale progetto studiare e valutare con attenzione le innumerevoli possibilità di utilizzo e interpretazione dei dati offerte da questo insieme di tecnologie.

Gli sviluppi negli algoritmi di elaborazione dei dati stanno dando origine a nuove possibilità tecnologiche come il **Machine Learning** e il **Deep Learning**. Come implementare una soluzione di Intelligenza Artificiale? Quali strumenti possono essere implementati? Quali benefici ne possono derivare? È riservata ad alcune attività e professioni specifiche?

Attraverso molteplici esempi questo seminario consentirà ai partecipanti di rafforzare le proprie conoscenze iniziali per avviare efficacemente l'**implementazione di una soluzione di Intelligenza Artificiale** adattata all'attività della propria azienda.

A chi è rivolto

Per chi

- Dirigenti, direttori IT
- Direttori di progetto
- Chiunque desideri comprendere i meccanismi e i potenziali benefici del Machine Learning e dell'Intelligenza Artificiale Generativa per guidare o gestire la preparazione di soluzioni AI nell'Enterprise

Programma

Gli usi dell'Intelligenza Artificiale

- Dalla fantasia alla realtà dell'Intelligenza Artificiale
- Storia, concetti di base e applicazioni dell'intelligenza artificiale
- Visione globale dei dispositivi di Intelligenza Artificiale
- Machine Learning vs Deep Learning

Quali sono i meccanismi dell'Intelligenza Artificiale?

Reti neurali e deep learning

- Cos'è una rete neurale?
- La rete neurale: architettura, funzioni di attivazione e ponderazione delle attivazioni precedenti...
- Cos'è l'apprendimento della rete neurale? Rete profonda e poco profonda, overfit, underfit, convergenza
- Imparare una rete neurale: funzioni di costo, back-propagation...
- Modellazione di una rete neurale: modellazione dei dati di input e output in base al tipo di problema
- Approssimazione di una funzione da parte di una rete neurale
- Approssimazione di una distribuzione da parte di una rete neurale
- Generazione di rappresentazioni interne all'interno di una rete neurale
- Generalizzazione dei risultati delle reti neurali
- Rivoluzione del Deep Learning: genericità di strumenti e problematiche
- Classificazione dei dati
- Tipi: dati, video, immagini, suoni, testo, ecc.
- Le sfide di una classificazione dei dati e le scelte implicite in un modello di classificazione

AI ACT, Etica bias e intelligenza artificiale

- La normativa europea: AI ACT
- Lavoro e AI: le nuove skills dei dipendenti che operano con l'AI
- Etica e AI
- Bias AI e Allucinazioni

Prompt e Chatbot

- Sperimentazione in aula di prompt
- Creazione di ChatBot
- Tipi di bot in base alle aree di attività
- Sfide di marketing nella digitalizzazione delle relazioni con i clienti
- Perché le aziende si affidano ai Bot?
- Ottimizzare la costruzione dell'interfaccia di scambio del Bot
- Come progettare un Bot?

Linguaggio naturale

- Fondamenti di un sistema di comprensione del linguaggio naturale
- Comprendere i principi
- Complessità dell'implementazione

Come implementare un'applicazione AI?

- Il ciclo di vita di un progetto di AI
- Supporto per i cambiamenti necessari (formazione, comunicazione, gestione)
- Tipologie di implementazioni

La roadmap della distribuzione di un'applicazione AI

- La roadmap dell'implementazione di un'applicazione AI (prima, durante e dopo il progetto)
- Le specificità di un progetto di IA
- La retro pianificazione del/i reclutamento/i e il loro impatto sui progetti

Scenari applicativi degli strumenti di AI

- AI può diventare un valido alleato in azienda. Alcuni possibili scenari applicativi in azienda per il marketing, la comunicazione, l'HR, e la gestione aziendale:
- AI nella creazione di contenuti digitali, come grafiche e testi;
- AI per la creazione di siti web;
- AI per gli assistenti digitali personali;
- AI per l'apprendimento;
- AI per l'ottimizzazione di programmi microsoft;
- AI per effettuare una traduzione in modo automatico e veloce;
- AI per la cybersicurezza;

- AI nell'automotive per l'assistenza alla guida;
- AI per la gestione aziendale



Obiettivi del corso

- Avere una definizione concreta di soluzioni e strumenti di Intelligenza Artificiale
- Essere in grado di discernere le chiavi del successo di una soluzione di Intelligenza Artificiale
- Conoscere le soluzioni, gli strumenti e le tecnologie attualmente utilizzate in un progetto di Intelligenza Artificiale



Esercitazioni

Il corso è caratterizzato da un approccio metodico al tema, basato continuamente su casi concreti



Date 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

dal 17 nov al 18 nov 

Promuovere la cultura dell'innovazione: l'atteggiamento manageriale vincente

Fare dell'innovazione un approccio quotidiano al lavoro

 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: 1.6.5

Desideri sviluppare **nuovi prodotti**, servizi, trovare nuove modalità di organizzazione, migliorare la vita quotidiana, portare più soddisfazione ai tuoi clienti? Vuoi che la tua squadra o la tua azienda sia più innovativa e più efficiente?

Il successo di un processo di **innovazione** dipende in parte dal metodo, dagli strumenti e molto dall'**atteggiamento dei manager**.

Ecco perché ti proponiamo di scoprire in questa formazione, le tecniche delle aziende più innovative e i riflessi gestionali che consentono di promuovere una cultura favorevole all'innovazione.

A chi è rivolto

Responsabili coinvolti in progetti o in attività di innovazione o che vogliono avviare e sostenere un processo di innovazione aziendale continua e produttiva.

Programma

Creare la bussola dell'innovazione

- Avviare e sviluppare una cultura dell'innovazione
- Coltivare l'apertura della tua squadra
- Definire il suo percorso verso l'obiettivo della sfida innovativa
- Utilizzare un approccio "innovativo per l'innovazione"

Cultura: stimolare la creatività dei dipendenti

- Identificare i 4 profili innovativi necessari per diffondere l'orientamento alla creatività
- 3 approcci per incontri creativi di successo
- Organizzare lo spazio e il tempo per promuovere la fioritura delle idee
- La tecnica dell'"avvocato dell'angelo" per raccogliere e accogliere le idee dei vostri collaboratori

Apertura: utilizzare la leva finanziaria "esterna" innovativa

- Aprire i dipendenti verso il mondo esterno
- Praticare con efficacia il crowdsourcing
- Saper coltivare l'innovazione aperta (leadership)

Mobilizzazione: ingaggiare la propria squadra attorno alla sfida d'innovazione

- Trasformare i problemi aziendali in sfide creative
- Diffondere la "formula del cambiamento" per aggirare l'ostacolo
- Saper dedurre i punti di forza del processo innovativo e saper seguire il percorso instaurato

Approccio: trasformare le idee progettuali in 3 blocchi di azione

- Filtrare le idee e decidere quali azioni / progetti attivare:
 - 6 cursori di scelta
 - attivare in modo permanente l'innovazione partecipativa
- Lavorare in modo efficace con gli altri per sviluppare l'idea: il percorso ideale
- Vendere internamente le idee che potrebbero trovare resistenza: accorgimenti e suggerimenti operativi
- Saper gestire e portare a frutto il metodo della "curva di accettazione delle novità"

L'AI: quale supporto e vantaggio a creatività e innovazione?



Obiettivi del corso

- Raccogliere e sensibilizzare il team intorno alla sfida dell'innovazione
- Identificare nel team il profilo per sviluppare la facilità a innovare
- Sperimentare gli strumenti ed i metodi principali per promuovere la creatività e l'innovazione
- Creare la "bussola dell'innovazione"



Esercitazioni

- Gioco di simulazione iniziale per favorire l'immersione della cultura dell'innovazione
- Applicazione di tecniche manageriali su: cosa dire e cosa fare per motivare i dipendenti in materia di innovazione.
- Esecuzione di una sessione di creatività su un argomento scelto dai partecipanti



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 17 nov al 20 nov

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

Promuovere la cultura dell'innovazione: l'atteggiamento manageriale vincente

Fare dell'innovazione un approccio quotidiano al lavoro

 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: 1.6.5

Desideri sviluppare **nuovi prodotti**, servizi, trovare nuove modalità di organizzazione, migliorare la vita quotidiana, portare più soddisfazione ai tuoi clienti? Vuoi che la tua squadra o la tua azienda sia più innovativa e più efficiente?

Il successo di un processo di **innovazione** dipende in parte dal metodo, dagli strumenti e molto dall'**atteggiamento dei manager**.

Ecco perché ti proponiamo di scoprire in questa formazione, le tecniche delle aziende più innovative e i riflessi gestionali che consentono di promuovere una cultura favorevole all'innovazione.

A chi è rivolto

Responsabili coinvolti in progetti o in attività di innovazione o che vogliono avviare e sostenere un processo di innovazione aziendale continua e produttiva.

Programma

Creare la bussola dell'innovazione

- Avviare e sviluppare una cultura dell'innovazione
- Coltivare l'apertura della tua squadra
- Definire il suo percorso verso l'obiettivo della sfida innovativa
- Utilizzare un approccio "innovativo per l'innovazione"

Cultura: stimolare la creatività dei dipendenti

- Identificare i 4 profili innovativi necessari per diffondere l'orientamento alla creatività
- 3 approcci per incontri creativi di successo
- Organizzare lo spazio e il tempo per promuovere la fioritura delle idee
- La tecnica dell'"avvocato dell'angelo" per raccogliere e accogliere le idee dei vostri collaboratori

Apertura: utilizzare la leva finanziaria "esterna" innovativa

- Aprire i dipendenti verso il mondo esterno
- Praticare con efficacia il crowdsourcing
- Saper coltivare l'innovazione aperta (leadership)

Mobilizzazione: ingaggiare la propria squadra attorno alla sfida d'innovazione

- Trasformare i problemi aziendali in sfide creative
- Diffondere la "formula del cambiamento" per aggirare l'ostacolo
- Saper dedurre i punti di forza del processo innovativo e saper seguire il percorso instaurato

Approccio: trasformare le idee progettuali in 3 blocchi di azione

- Filtrare le idee e decidere quali azioni / progetti attivare:
 - 6 cursori di scelta
 - attivare in modo permanente l'innovazione partecipativa
- Lavorare in modo efficace con gli altri per sviluppare l'idea: il percorso ideale
- Vendere internamente le idee che potrebbero trovare resistenza: accorgimenti e suggerimenti operativi
- Saper gestire e portare a frutto il metodo della "curva di accettazione delle novità"

L'AI: quale supporto e vantaggio a creatività e innovazione?



Obiettivi del corso

- Raccogliere e sensibilizzare il team intorno alla sfida dell'innovazione
- Identificare nel team il profilo per sviluppare la facilità a innovare
- Sperimentare gli strumenti ed i metodi principali per promuovere la creatività e l'innovazione
- Creare la "bussola dell'innovazione"



Esercitazioni

- Gioco di simulazione iniziale per favorire l'immersione della cultura dell'innovazione
- Applicazione di tecniche manageriali su: cosa dire e cosa fare per motivare i dipendenti in materia di innovazione.
- Esecuzione di una sessione di creatività su un argomento scelto dai partecipanti



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 17 nov al 20 nov

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

Promuovere la cultura dell'innovazione: l'atteggiamento manageriale vincente

Fare dell'innovazione un approccio quotidiano al lavoro

 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: 1.6.5

Desideri sviluppare **nuovi prodotti**, servizi, trovare nuove modalità di organizzazione, migliorare la vita quotidiana, portare più soddisfazione ai tuoi clienti? Vuoi che la tua squadra o la tua azienda sia più innovativa e più efficiente?

Il successo di un processo di **innovazione** dipende in parte dal metodo, dagli strumenti e molto dall'**atteggiamento dei manager**.

Ecco perché ti proponiamo di scoprire in questa formazione, le tecniche delle aziende più innovative e i riflessi gestionali che consentono di promuovere una cultura favorevole all'innovazione.

A chi è rivolto

Responsabili coinvolti in progetti o in attività di innovazione o che vogliono avviare e sostenere un processo di innovazione aziendale continua e produttiva.

Programma

Creare la bussola dell'innovazione

- Avviare e sviluppare una cultura dell'innovazione
- Coltivare l'apertura della tua squadra
- Definire il suo percorso verso l'obiettivo della sfida innovativa
- Utilizzare un approccio "innovativo per l'innovazione"

Cultura: stimolare la creatività dei dipendenti

- Identificare i 4 profili innovativi necessari per diffondere l'orientamento alla creatività
- 3 approcci per incontri creativi di successo
- Organizzare lo spazio e il tempo per promuovere la fioritura delle idee
- La tecnica dell'"avvocato dell'angelo" per raccogliere e accogliere le idee dei vostri collaboratori

Apertura: utilizzare la leva finanziaria "esterna" innovativa

- Aprire i dipendenti verso il mondo esterno
- Praticare con efficacia il crowdsourcing
- Saper coltivare l'innovazione aperta (leadership)

Mobilizzazione: ingaggiare la propria squadra attorno alla sfida d'innovazione

- Trasformare i problemi aziendali in sfide creative
- Diffondere la "formula del cambiamento" per aggirare l'ostacolo
- Saper dedurre i punti di forza del processo innovativo e saper seguire il percorso instaurato

Approccio: trasformare le idee progettuali in 3 blocchi di azione

- Filtrare le idee e decidere quali azioni / progetti attivare:
 - 6 cursori di scelta
 - attivare in modo permanente l'innovazione partecipativa
- Lavorare in modo efficace con gli altri per sviluppare l'idea: il percorso ideale
- Vendere internamente le idee che potrebbero trovare resistenza: accorgimenti e suggerimenti operativi
- Saper gestire e portare a frutto il metodo della "curva di accettazione delle novità"

L'AI: quale supporto e vantaggio a creatività e innovazione?



Obiettivi del corso

- Raccogliere e sensibilizzare il team intorno alla sfida dell'innovazione
- Identificare nel team il profilo per sviluppare la facilità a innovare
- Sperimentare gli strumenti ed i metodi principali per promuovere la creatività e l'innovazione
- Creare la "bussola dell'innovazione"



Esercitazioni

- Gioco di simulazione iniziale per favorire l'immersione della cultura dell'innovazione
- Applicazione di tecniche manageriali su: cosa dire e cosa fare per motivare i dipendenti in materia di innovazione.
- Esecuzione di una sessione di creatività su un argomento scelto dai partecipanti



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 17 nov al 20 nov

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

Promuovere la cultura dell'innovazione: l'atteggiamento manageriale vincente

Fare dell'innovazione un approccio quotidiano al lavoro

 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: 1.6.5

Desideri sviluppare **nuovi prodotti**, servizi, trovare nuove modalità di organizzazione, migliorare la vita quotidiana, portare più soddisfazione ai tuoi clienti? Vuoi che la tua squadra o la tua azienda sia più innovativa e più efficiente?

Il successo di un processo di **innovazione** dipende in parte dal metodo, dagli strumenti e molto dall'**atteggiamento dei manager**.

Ecco perché ti proponiamo di scoprire in questa formazione, le tecniche delle aziende più innovative e i riflessi gestionali che consentono di promuovere una cultura favorevole all'innovazione.

A chi è rivolto

Responsabili coinvolti in progetti o in attività di innovazione o che vogliono avviare e sostenere un processo di innovazione aziendale continua e produttiva.

Programma

Creare la bussola dell'innovazione

- Avviare e sviluppare una cultura dell'innovazione
- Coltivare l'apertura della tua squadra
- Definire il suo percorso verso l'obiettivo della sfida innovativa
- Utilizzare un approccio "innovativo per l'innovazione"

Cultura: stimolare la creatività dei dipendenti

- Identificare i 4 profili innovativi necessari per diffondere l'orientamento alla creatività
- 3 approcci per incontri creativi di successo
- Organizzare lo spazio e il tempo per promuovere la fioritura delle idee
- La tecnica dell'"avvocato dell'angelo" per raccogliere e accogliere le idee dei vostri collaboratori

Apertura: utilizzare la leva finanziaria "esterna" innovativa

- Aprire i dipendenti verso il mondo esterno
- Praticare con efficacia il crowdsourcing
- Saper coltivare l'innovazione aperta (leadership)

Mobilizzazione: ingaggiare la propria squadra attorno alla sfida d'innovazione

- Trasformare i problemi aziendali in sfide creative
- Diffondere la "formula del cambiamento" per aggirare l'ostacolo
- Saper dedurre i punti di forza del processo innovativo e saper seguire il percorso instaurato

Approccio: trasformare le idee progettuali in 3 blocchi di azione

- Filtrare le idee e decidere quali azioni / progetti attivare:
 - 6 cursori di scelta
 - attivare in modo permanente l'innovazione partecipativa
- Lavorare in modo efficace con gli altri per sviluppare l'idea: il percorso ideale
- Vendere internamente le idee che potrebbero trovare resistenza: accorgimenti e suggerimenti operativi
- Saper gestire e portare a frutto il metodo della "curva di accettazione delle novità"

L'AI: quale supporto e vantaggio a creatività e innovazione?



Obiettivi del corso

- Raccogliere e sensibilizzare il team intorno alla sfida dell'innovazione
- Identificare nel team il profilo per sviluppare la facilità a innovare
- Sperimentare gli strumenti ed i metodi principali per promuovere la creatività e l'innovazione
- Creare la "bussola dell'innovazione"



Esercitazioni

- Gioco di simulazione iniziale per favorire l'immersione della cultura dell'innovazione
- Applicazione di tecniche manageriali su: cosa dire e cosa fare per motivare i dipendenti in materia di innovazione.
- Esecuzione di una sessione di creatività su un argomento scelto dai partecipanti



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 17 nov al 20 nov

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

Promuovere la cultura dell'innovazione: l'atteggiamento manageriale vincente

Fare dell'innovazione un approccio quotidiano al lavoro

 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: 1.6.5

Desideri sviluppare **nuovi prodotti**, servizi, trovare nuove modalità di organizzazione, migliorare la vita quotidiana, portare più soddisfazione ai tuoi clienti? Vuoi che la tua squadra o la tua azienda sia più innovativa e più efficiente?

Il successo di un processo di **innovazione** dipende in parte dal metodo, dagli strumenti e molto dall'**atteggiamento dei manager**.

Ecco perché ti proponiamo di scoprire in questa formazione, le tecniche delle aziende più innovative e i riflessi gestionali che consentono di promuovere una cultura favorevole all'innovazione.

A chi è rivolto

Responsabili coinvolti in progetti o in attività di innovazione o che vogliono avviare e sostenere un processo di innovazione aziendale continua e produttiva.

Programma

Creare la bussola dell'innovazione

- Avviare e sviluppare una cultura dell'innovazione
- Coltivare l'apertura della tua squadra
- Definire il suo percorso verso l'obiettivo della sfida innovativa
- Utilizzare un approccio "innovativo per l'innovazione"

Cultura: stimolare la creatività dei dipendenti

- Identificare i 4 profili innovativi necessari per diffondere l'orientamento alla creatività
- 3 approcci per incontri creativi di successo
- Organizzare lo spazio e il tempo per promuovere la fioritura delle idee
- La tecnica dell'"avvocato dell'angelo" per raccogliere e accogliere le idee dei vostri collaboratori

Apertura: utilizzare la leva finanziaria "esterna" innovativa

- Aprire i dipendenti verso il mondo esterno
- Praticare con efficacia il crowdsourcing
- Saper coltivare l'innovazione aperta (leadership)

Mobilizzazione: ingaggiare la propria squadra attorno alla sfida d'innovazione

- Trasformare i problemi aziendali in sfide creative
- Diffondere la "formula del cambiamento" per aggirare l'ostacolo
- Saper dedurre i punti di forza del processo innovativo e saper seguire il percorso instaurato

Approccio: trasformare le idee progettuali in 3 blocchi di azione

- Filtrare le idee e decidere quali azioni / progetti attivare:
 - 6 cursori di scelta
 - attivare in modo permanente l'innovazione partecipativa
- Lavorare in modo efficace con gli altri per sviluppare l'idea: il percorso ideale
- Vendere internamente le idee che potrebbero trovare resistenza: accorgimenti e suggerimenti operativi
- Saper gestire e portare a frutto il metodo della "curva di accettazione delle novità"

L'AI: quale supporto e vantaggio a creatività e innovazione?



Obiettivi del corso

- Raccogliere e sensibilizzare il team intorno alla sfida dell'innovazione
- Identificare nel team il profilo per sviluppare la facilità a innovare
- Sperimentare gli strumenti ed i metodi principali per promuovere la creatività e l'innovazione
- Creare la "bussola dell'innovazione"



Esercitazioni

- Gioco di simulazione iniziale per favorire l'immersione della cultura dell'innovazione
- Applicazione di tecniche manageriali su: cosa dire e cosa fare per motivare i dipendenti in materia di innovazione.
- Esecuzione di una sessione di creatività su un argomento scelto dai partecipanti



Date e sedi 2025



Ultimi posti



Edizione garantita

Online

dal 17 nov al 20 nov

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

