



SVILUPPO
MANAGERIALE

CATALOGO CORSI 2018



ELENCO DI TUTTI I NOSTRI CORSI

- **SM01 - WEB MARKETING: INTRODUZIONE E PRINCIPI BASE**
- **SM02 - CONTENT MARKETING: POSIZIONARSI AI PRIMI POSTI SUI MOTORI DI RICERCA**
- **SM03 - MARKETING 2.0**
- **SM04 - LA NEGOZIAZIONE COMMERCIALE**
- **SM05 - LA VENDITA AL TELEFONO: RELAZIONE E STRATEGIA**
- **SM06 - TECNICHE E STRATEGIE PER UNA VENDITA EFFICACE**
- **SM07 - PARLARE IN PUBBLICO - PUBLIC SPEAKING**
- **SM08 - COSTRUZIONE DI UN BILANCIO DELLE COMPETENZE E DEGLI SKILLS AZIENDALI**
- **SM09 - L'AREA MANAGER: GESTIRE CON SUCCESSO L'AREA COMMERCIALE**
- **SM10 - SCRIVERE PER IL WEB ED I SOCIAL**
- **SM11 - WEB ANALYTICS E STRATEGIE DI PROMOZIONE AZIENDALE**
- **SM12 - LEADERSHIP E POTERE DI RUOLO**
- **SM13 - PROBLEM SOLVING E DECISION MAKING**
- **SM14 - L'ASSISTENTE DI DIREZIONE**
- **SM15 - COME MOTIVARE E GESTIRE LA FORZA VENDITA**
- **SM16 - EMPOWERMENT PERSONALE**
- **SM17- GESTIONE DEL TEAM NEL CAMBIAMENTO**
- **SM18 - TIME MANAGEMENT**
- **SM19- LA RELAZIONE POSITIVA**
- **SM20 - TRASFORMARE I DIPENDENTI IN BRAND AMBASSADOR**
- **SM21 - EVENT MANAGEMENT: COME ORGANIZZARE UN EVENTO**
- **SM22 - POWER POINT: CONOSCENZE BASE PER PREPARARE PRESENTAZIONI EFFICACI**

SM01 - WEB MARKETING: INTRODUZIONE E PRINCIPI BASE

Acquisire le conoscenze necessarie per impostare una strategia vincente

Imparare tutto sul web marketing significherebbe fare un percorso di studi molto lungo. L'obiettivo del corso è metterti nelle condizioni di capire, di avere quella visione d'insieme che ti consenta di poterti muovere in ogni contesto, maturare una tua personale visione e venire a conoscenza di quelle regole fondamentali applicabili in ogni situazione e finalmente fare chiarezza, chiarezza, chiarezza.

Non è un corso di approfondimento per esperti, è un corso per chi si vuole avvicinare al web marketing e vuole un trampolino di lancio verso una nuova professione.

Parleremo anche di come si lavora concretamente sul campo, cosa chiedono i clienti nell'ambito della piccola media impresa e nel settore turistico e come interfacciarsi con loro quando offriamo servizi difficili da quantificare e con risultati che non sappiamo quando e se arriveranno.

PROGRAMMA

Web Marketing Overview

- elementi di successo
- come funziona Google, la Google golden area e la coda lunga
- la cruda realtà
- entrare dal retro
- coerenza e buonsenso
- nuovi campi di battaglia
- gli strumenti e tanto altro

Seo: Buongiorno vorrei il mio sito nella prima pagina di Google!

- Basi di HTML mirate a comprendere le attività seo
- Scoprire se un sito è ottimizzato e fare un'analisi
- elementi Seo
- Ottimizzare un sito per i motori
- Web master tool, errori di scansione, sitemap XML, File robots ecc ecc
- Google analytics
- Ottimizzare e riottimizzare

Content writing: come scrivere in modalità seo per aumentare le visite

- Mappe mentali
- Concetto di keywords
- Priorità
- le 5 spiagge più belle d'Italia
- ogni articolo è una landing page
- Gli articoli come soldati di un reggimento, come ottenere il massimo da loro

Esercitazioni:

- esempi pratici, analisi, prove e discussione. Come rapportarsi coi clienti e vendere i servizi di web marketing.

Obiettivi

- Capire le potenzialità del web marketing
- Fornire gli strumenti iniziali per poter operare in ambito web

Sede - Data - Costi

Milano 7 giugno 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.it

SM02 - CONTENT MARKETING: POSIZIONARSI AI PRIMI POSTI SUI MOTORI DI RICERCA

Strategie ed esercitazioni per sfruttare al massimo il web

La scrittura di articoli (copy writing, content writing) è una delle strategie più affidabili per posizionare un sito web ai primi posti dei motori di ricerca. E' un'attività importantissima all'interno di una strategia di web marketing e tutte le grandi aziende ne fanno uso in maniera massiccia.

L'importanza di questa attività ha determinato la nascita di una nuova figura professionale, il copy writer; il suo lavoro consiste nello scrivere articoli e news per conto dei suoi clienti.

Nell'ambito del web marketing il copy writing incide sul successo di un sito web in maniera preponderante soprattutto in casi di siti web che operano in un regime di concorrenza.

PROGRAMMA

- **Content Marketing, copy writing, facciamo chiarezza**
- **Perchè il content marketing è così importante**
- **Content marketing gli esempi delle grandi aziende, trucchi e strategie**

Tutti i contenuti del web sono frutto di strategie con obiettivi precisi

- cosa scrivere
- studiare un piano editoriale
- le mappe mentali
- il seo
- il linguaggio,
- cenni di neuromarketing

Esercitazione

- **Dove scrivere**
- **Cosa fare dopo aver scritto**
- **Sfruttare gli articoli, Social, forum, guest post.**
- **Content marketing con i CMS Joomla e Wordpress**

Esercitazione e riepilogo

Obiettivi

- Fornire elementi conoscitivi e metodologici legati al content marketing per ottimizzare la visibilità dell'azienda sul web

Sede - Data - Costi

Milano 14 giugno 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.it

SMO3 - MARKETING 2.0

Gestione della comunicazione e promozione sui social network

La convergenza statica fra canali classici e digital, gli strumenti di influenza e promozione più diffusi ed i sistemi di advertising di nuova generazione, sono gli ingredienti di una strategia vincente di marketing 2.0

Particolare attenzione è posta alle tecniche "agili" di ideazione del prodotto e della sua comunicazione/diffusione nel mercato secondo logiche iterative, flessibili e veloci: così come richiedono i continui mutamenti e trasformazioni del mercato.

Si pongono, infine, le basi per sfruttare le opportunità dei social networking per il marketing di impresa e/o personale. Allo stesso tempo, si offre una panoramica delle criticità all'utilizzo non strutturato degli strumenti di social networking più diffusi (Linkedin, Facebook, Twitter).

PROGRAMMA

Marketing mix 2.0

- 4E Vs. 4P

Complessità ed approccio al cliente

- Semplicità e Complessità
- La scala di awareness

Digital marketing e principali strumenti

- SEO, Advertising online, mail advertising, social networking & advertising

La convergenza strategica fra canali

- Esercizio: progettare un strategia di convergenza

Agile marketing

- Iterazioni, strategia incrementale, stretta relazioni con il cliente e/o con i dati operativi

Product e Brand design

- Marketing nella fase di ideazione del prodotto o del brand

Networking personale

- Il valore delle relazioni nel digital marketing
- Come impostare una strategia relazionale

Social reputation

- Analisi guidata degli strumenti di analisi della reputation

Obiettivi

- Costruzione di un marketing mix secondo le 4E
- Definizione del valore unico distintivo
- Apprendimento tecniche di gruppo per l'ideazione del prodotto

Sede - Data - Costi

Milano 5 giugno 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.it

SM04 - LA NEGOZIAZIONE COMMERCIALE

Le tecniche negoziali per un'approccio di vendita win-win

Le peculiarità del rapporto commerciale B2B richiedono un approccio win/win (dove entrambi escono vincitori) e per costruire partnership e non lasciarsi manipolare dall'interlocutore, sono particolarmente utili gli strumenti negoziali messi a punto nelle più importanti scuole ed esperti di negoziazione al mondo (Harvard Business School, R.P. Cialdini, R. Bandler, Zig Ziglar). La "relazione commerciale" poi, va gestita come uno scambio reciproco e continuo dove ogni azione ha un suo preciso ritorno e dove tutto è importante nel determinare l'esito favorevole e vantaggioso della contrattazione di vendita.

Per dominare queste dinamiche sono necessari, metodo e pratica in un ambiente protetto e questo primo approccio consente di ottenere entrambe.

PROGRAMMA

Strategie classiche di Negoziazione e relativi "antidoti"

- Esercizio: negoziazione dura
- Mercanteggiare Vs. negoziare

Il dilemma del prigioniero ed implicazioni nel business

- Esercizio: il dilemma del prigioniero
- Analisi di gruppo

Le fasi negoziali

- Esercizio: costruzione delle domande di passaggio fra le fasi

Le "trappole" negoziali più diffuse ed i loro antidoti

- Esercizio: gioco di gruppo "trova il punto debole"

Carisma e dinamiche di influenza

- Il metodo di vendita relazionale
- Esercizio: La relazione di vendita ed il valore aggiunto della vendita

Gli strumenti "cloud" e "mobile" per la gestione della relazione con il cliente ed il monitoring di tutte le fasi operative post vendita.

- Navigazione guidata fra gli strumenti

Obiettivi

- Acquisizione delle tecniche innovative della negoziazione applicate al rapporto commerciale Business-to-Business
- Simulazione di business cases negoziali

Sede - Data - Costi

Milano 20 febbraio 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.it

SM05 - LA VENDITA AL TELEFONO: RELAZIONE E STRATEGIA

Come strutturare una comunicazione vendente attraverso la relazione telefonica

Il telefono è il mezzo che ha conosciuto nel nuovo millennio il maggior numero di upgrade ed integrazioni possibili. La relazione di vendita attraverso il telefono ha conosciuto momenti di grande entusiasmo e momenti di critica e ripensamento.

In realtà, la relazione telefonica è un mezzo di incredibile efficacia nel post-vendita come nella tentata vendita e possederne i principi e le tecniche fondamentali offre una opportunità concreta di business a tutti coloro che mettono al centro il cliente.

Lo scopo di questo corso è mettere a disposizione il know-how per costruire la corretta strategia e mettere in campo le tecniche di scripting efficaci per costruire il proprio approccio all vendita telefonica.

PROGRAMMA

L'approccio relazionale alla vendita telefonica

- Cos'è la relazione rispetto alla comunicazione
- Siamo il mezzo, il pacchetto o il prodotto?

La pro-attività e la respons-abilità come strategie di conduzione della trattativa di vendita

- Esercizio: Setting degli obiettivi
- L'esempio è una strategia?

Le tecniche di rapporto nel setting emotivo della telefonata

- Esercizio: ricalco e guida del para-verbale

Il Ns. Ruolo ed il Valore Aggiunto che generiamo

- Come generare "Potere di Ruolo"
- Esercizio: Stabiliamo in nostro valore aggiunto

Base strategica e Meta-script della vendita telefonica

- Fasi delle vendita telefonica

Cold Call ed i primi 9 secondi

- Simulazione delle tecniche di apertura
- analisi dei bisogni e ristrutturazione
- Esercizio: domande aperte, chiuse e di ristrutturazione

Tecniche di chiusura telefonica

- Simulazione ed auto-casi

Obiettivi

- Costruire relazione e utilizzarla al meglio
- Chiudere le vendite positivamente
- Saper ristrutturare le obiezioni
- Pianificare strategie e meta-script

Sede - Data - Costi

Milano 13 marzo 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.it

SM06 - TECNICHE E STRATEGIE PER UNA VENDITA EFFICACE

Come passare dalle teorie della vendita alla pratica realmente efficace

In questo percorso, prevalentemente pratico, facciamo esperienza, in simulazione, delle migliori tecniche operative realmente spendibili in vendita. Il percorso è pensato partendo da un'approccio alle vendite consulenziale, prevalentemente orientato al BtoB, con qualche importante accenno alla negoziazione. Tuttavia, il programma si adatterà alle esigenze ed alle tipologie commerciali presenti in aula.

Ogni breve presentazione delle tecniche prevede il successivo passaggio alla pratica ed alla revisione di gruppo. I partecipanti faranno esperienza diretta delle tecniche di raccolta informazioni, lettura del cliente ed eliminazione dei suoi bisogni e problemi, di ristrutturazione e di gestione del feedback emozionale, della gestione delle obiezioni e delle tecniche di chiusura.

PROGRAMMA

- **Il venditore ed il proprio ruolo**
 - Il "Potere di Ruolo" percepito dal cliente
 - L'esercizio del Ruolo e il raggiungimento degli obiettivi aziendali
 - pratica: Testing degli obiettivi aziendali
 - pratica: T.O.T.E. per determinare i KPI nel lavoro commerciale
 - Vendita con un fine e convinzioni limitanti
 - pratica: Identificazione del proprio "fine" nella vendita
- **Stili e meta-strategie di vendita**
 - Differenza fra tattiche e strategia di vendita
 - identificazione degli elementi base della strategia
 - pratica: Leadership sistemica e vendita
- **Strumenti di preparazione e progettazione della negoziazione commerciale**
 - negoziazione di posizione Vs. negoziazione integrativa
 - pratica: la raccolta di informazioni e la scheda cliente
 - Customer Experience Management
- **Saper porre le domande di apertura, ricapitolazione, ristrutturazione e chiusura**
 - Tecnica dell'analisi dei bisogni espliciti e impliciti
 - pratica: simulazione di vendita e discussione di gruppo
 - La prevenzione e la gestione pro-attiva delle obiezioni
 - pratica: simulazione di vendita e discussione di gruppo
 - Tecniche di chiusura
 - pratica: simulazione di vendita e discussione di gruppo
- **Consolidare la vendita ed il valore aggiunto**
 - Il post vendita e le attività di consolidamento ad allargamento del volume di affari

Obiettivi

- Analizzare i principali stili e tecniche di vendita
- Simulare con esercizi ogni processo di vendita

Sede - Data - Costi

Milano 20 marzo 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA
Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.it

SM07 - PUBLIC SPEAKING-PUBLIC SPEAKING

Come proporre, chiedere, convincere, far immaginare ed emozionare il tuo pubblico

Il corso, eminentemente pratico, ha lo scopo di trasferire alcune competenze base per strutturare e sostenere discorsi, riunioni e presentazioni pubblicamente. Particolare attenzione è data alla abilità specifica di tenere un "elevator pitch" di 3 min. (per esempio per la presentazione ai possibili finanziatori di una start-up). Le tecniche di public speaking si sono evolute moltissimo negli ultimi anni, perché è cambiato il pubblico, la capacità attentiva e l'abitudine a processare le informazioni. Le teorie e le tecniche a supporto di questo corso sono innovative e proiettate ad ottenere l'efficacia indipendente dallo stile e dalle caratteristiche caratteriali del presentatore. Particolare attenzione è data alle tecniche di gestione dello stress ed all'utilizzo delle consapevoli delle emozioni. Le simulazioni videoregistrate sono la base del lavoro pratico, ma non mancheranno anche altri esercizi (respirazione, ancoraggio spaziale, ecc.)

PROGRAMMA

- Scopi e tipi di presentazioni in pubblico
- Gestire l'obiettivo a livello sub-conscio
- Tecniche respiratorie per la gestione dello stress
- Controllo del para-verbale e del non-verbale
- Il ritmo e l'intensità nel discorso
- L'utilizzo degli spazi nell'ancoraggio degli stati del pubblico
- Come strutturare il discorso per massimizzarne l'efficacia
- Pianificazione dell'intervento e gestione dell'imprevisto
- Strumenti tecnici ed informatici per gestire la presentazione

Obiettivi

- Vincere resistenze e rigidità nel parlare davanti ad un pubblico;
- Verranno simulati i principali tipi di discorso e presentazioni;
- Studiare le tecniche dei migliori oratori del mondo

Sede - Data - Costi

Milano 25 maggio 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.it

SM08 - COSTRUZIONE DI UN BILANCIO DELLE COMPETENZE E DEGLI SKILLS AZIENDALI

Come creare "dal basso" un sistema di valutazione condiviso e rispettoso delle peculiarità organizzative

Il Percorso trasforma in pratica, la riflessione sulle competenze e sugli skills aziendali utili alla valutazione ed al processo di miglioramento organizzativo. Il corso è un "condensato" della tecnica consulenziale della costruzione del bilancio delle competenze partendo "dal basso", cioè, ad opera dei partecipanti, in gruppo, attraverso al supervisione ed il coaching del facilitatore. Gli strumenti del visual thinking permettono di valorizzare il processo di customizzazione del processo di valutazione e le metodologie "agile" consentono di impostare un valido progetto valutativo che si completa e si migliora progressivamente, senza stravolgersi ad ogni suo utilizzo. Ciò che i partecipanti acquisiscono è un metodo di implementazione del bilancio delle competenze ed anche la grammatica per capire e gestire le differenze e le peculiarità della propria realtà organizzativa.

PROGRAMMA

- **Differenze e similitudini delle competenze "hard" e degli skills organizzativi**
- **Le principali competenze "soft" o "trasversali" e la loro reale importanza nel percorso di miglioramento organizzativo**
- **Il funzionamento del percorso valutativo (cosa, come, perché valutare)**
- **Il metodo: "Client Oriented Train" per scegliere cosa osservare e come valutare**
- **Gestione dei momenti di restituzione e valutazione**
- **Come impostare il "miglioramento continuo" nel processo valutativo**
- **Strumenti informatici e tecniche utili alla registrazione della performance**
- **Come utilizzare le informazioni raccolte nel documento valutativo**
- **I "nemici" della valutazione, l'ansia valutativa e le "trappole" della standardizzazione**

Obiettivi

- Costruire una prima bozza operativa di un bilancio delle competenze
- Gestire il flusso di dati e la registrazione dei momenti valutativi in maniera efficace e standardizzabile

Sede - Data - Costi

Milano 28 febbraio 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM09 - L'AREA MANAGER: GESTIRE CON SUCCESSO L'AREA COMMERCIALE

Governare le aree di vendita in periodi di crisi

Il corso curerà gli aspetti operativi del Capo Area, pertanto verranno alternati dei momenti d'impostazione e autovalutazione a simulazioni di situazioni, nel corso delle quali i partecipanti decideranno interventi specifici e mirati. Ogni partecipante si confronterà con le proprie scelte e decisioni e comprenderà cosa fare in futuro davanti a situazioni simili, formandosi un modello professionale di supervisione.

PROGRAMMA

- Il ruolo dei Capi area
- Gli stili di leadership
- La motivazione
- Team building
- La formazione sul campo
- La gestione delle prestazioni
- L'affiancamento

Esercitazioni:

- esempi pratici, analisi, prove e discussione.

Obiettivi

- Impostare le abilità di base dei Capi Area per l'addestramento dei collaboratori nell'area
- Far acquisire ai capi Area una visione completa del loro ruolo

Milano 19 aprile 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.it

SM10 - SCRIVERE PER IL WEB E I SOCIAL NETWORK

Competenze di content management e di storytelling

Il web ed in special modo i social media, sono il luogo in cui arriva per prima la comunicazione, sono diffusi e rappresentano un enorme risorsa per quelle aziende che intendono comunicare e vendere in un mercato globalizzato. Anche per quelle aziende con non si occupano di comunicazione, l'esigenza di comunicare efficacemente online si è imposta a partire da questa semplice constatazione: l'unica maniera di farti trovare dai tuoi clienti è differenziarsi con la qualità dei contenuti distribuiti (algoritmi di indicizzazione dei motori di ricerca), partecipare sui social network alle discussioni che ti riguardano direttamente ed indirettamente e utilizzare efficacemente gli stessi canali utilizzati dai clienti.

Da qui, l'esigenza per chiunque in azienda, di saper scrivere e pubblicare contenuti per questi canali.

PROGRAMMA

- **Principali caratteristiche e peculiarità della comunicazione 2.0 (es. brevità, velocità, viralità, orientamento all racconto, ecc.)**
- **Dove e quando comunicare online**
- Esercitazione: costruzione di un calendario editoriale
- **Cosa dire e cosa ci piacerebbe far dire"**
- Scelta del canale in funzione del messaggio
- Stimolo della relazione con il destinatario
- **I punti di vista ed il "rumore" del canale nella comunicazione online**
- esercitazioni di scrittura dello stesso messaggio con diversi punti di vista applicati in una mail, su whatsapp, sul blog aziendale, su facebook, in un articolo per un portale tematico
- **Principi base dello storytelling online**
- Esercitazioni pratiche di racconto
- **Strategia integrata di comunicazione**
- Esercizio: Costruzione di una matrice strategica

Obiettivi

- Aumentare la propria competenza nella scrittura dei contenuti pubblicati nel proprio sito web o nei canali (blog, riviste online, portali verticali ecc.)

Sede - Data - Costi

Milano 16 maggio 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM11 - WEB ANALYTICS E STRATEGIE DI PROMOZIONE AZIENDALE

Le strategie digitali di promozione aziendali

Fuori da ogni dubbio che il web, i social network e le campagne promozionali online rappresentano un campo (se non "il" campo) di eccellenza per promuovere la propria attività e la propria comunicazione. Per poter sfruttare al meglio l'opportunità sono necessarie nuove competenze e professionalità. La competenza di saper leggere, interpretare ed impostare i dati di feedback provenienti dai propri canali online e dalle proprie campagne promozionali è diventata una "leva" irrinunciabile per orientare ed ottimizzare l'approccio strategico al web. Questo corso vuole offrire un compendio di pratiche e strumenti in grado di rendere il web analytics alla portata di tutti; ma anche, di difendersi dai più comuni errori interpretativi che possono causare scelte ed investimenti mal orientati.

PROGRAMMA

- **Le basi del SEO**
- **L'analisi e l'ottimizzazione della navigazione**
- Le principali piattaforme di analisi statistica delle pagine web
- **La lettura dei risultati e dei principali KPI**
- esercizio: costruzione del cruscotto di analisi web aziendale
- **L'ottimizzazione dei contenuti delle pagine web aziendali**
- **I principali social network professionali**
- **Il Social Reputation Management**
- l'analisi degli strumenti avanzati di monitoring dei canali social aziendali
- **La costruzione e l'ottimizzazione di una strategia integrata e multicanale.**

Obiettivi

- comprendere le principali attività chiave che consentono di valorizzare i canali di promozione e comunicazione aziendali

Sede - Data - Costi

Milano 8 marzo 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM12 - LEADERSHIP E "POTERE DI RUOLO"

Gli strumenti del approccio sistemico al servizio del Leader

Il Leader è tale in Relazione al contesto, l'obiettivo e i followers. E' nella relazione con questi elementi che si esercita la Leadership. Il Leader con un approccio sistemico e delle competenze relazionali sa leggere il contesto, pianificare gli obiettivi e trasferire il proprio "potere di Ruolo" ai propri collaboratori. La propria attitudine e personalità rappresentano un valore aggiunto che caratterizza lo stile della leadership senza influenzarne l'efficacia. Nel nostro training ci occuperemo di sviluppare il patrimonio delle ns. competenze di lettura strategica dei problemi/opportunità organizzative. Poi svilupperemo la sensibilità e gli strumenti di intervento per risvegliare il valore aggiunto nei nostri collaboratori. In fine, apprenderemo come utilizzare la squadra per potenziare e consolidare la nostra leadership ed il potere di ruolo. li.

PROGRAMMA

- **Opportunità Vs. Problema**
- esercizio: Ristrutturazione delle convinzioni limitanti
- **Allineare gli obiettivi a medio termine con quelli a lungo termine**
- esercizio: Allineamento dei livelli logici
- **Tecniche di gestione del Carisma (interesse, rispetto e fiducia degli interlocutori)**
- esercizio: convinzioni carismatiche
- esercizio: gli stati emotivi del carisma
- **La leadership e il potere di ruolo**
- esempio: Auto-caso ed analisi in gruppo
- **La comunicazione aziendale**
- **Gli strumenti del guidare: mapping, metafore ed intervizione e timeline**

Obiettivi

- Gestire al meglio il carisma personale
- Delegare, supportare e valorizzare
- Rendere efficienti ed allineati gli sforzi del team
- Acquisire chiarezza negli obiettivi

Sede - Data - Costi

Milano 16 marzo 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM13 - PROBLEM SOLVING E DECISION MAKING

Il problem solving: l'arte di risolvere i problemi

Oggi la capacità di problem solving è sempre più richiesta perchè ad essa è correlate la possibilità di offrire performance eccellenti, permettendo di focalizzarsi e raggiungere l'obiettivo, che di fatto deve essere chiaro e delineato.

Il corso fornisce un modello strutturato per affrontare e gestire una situazione di criticità in maniera razionale con l'ausilio del pensiero divergente o laterale.

Le metodologie insegnate hanno un ampio spettro di applicazione indipendentemente dalla tipologia di problemi cui vengono applicate.

Ciò rende il corso di utilità e applicabilità generali, perchè il problema viene affrontato con il giusto approccio dinamico e strategico.

PROGRAMMA

- **Il problem solving**
- Definizione di "problema": Popper e l'approccio filosofico
- Problemi chiusi, aperti, convergenti e divergenti
- **L'analisi del problema**
- Individuazione e riconoscimento del problema
- Riconoscimento analitico delle cause
- Il diagramma di Ishikawa
- Individuazione degli obiettivi
- **Creatività e problem solving**
- Pensiero verticale e laterale
- Le basi della creatività: uscire dagli schemi utilizzando il pensiero divergente
- Il metodo Scamper
- Brainstorming
- **L'analisi delle possibilità**
- Identificazione delle soluzioni alternative
- Esercizio: il metodo 6/3/2
- **Il processo decisionale**
- L'approccio pragmatico
- L'approccio metodologico
- Valutazione dei rischi e delle conseguenze
- Attuazione e verifica della soluzione.
- **Problemi di gruppo**
- Case study: esercitazioni e role play per la gestione del gruppo e del problema in gruppo

Obiettivi

- Trasformare il problema in opportunità
- Utilizzare strumenti per anticipare, identificare e risolvere un problema

Sede -Data - Costi

Milano 20 aprile 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM14 - L'ASSISTENTE DI DIREZIONE

Trasformare l'attitudine e la competenza in eccellenza organizzativa

Cercare di limitare ed individuare le attività a cui è chiamato la/il Assistente di Direzione è particolarmente complesso. Infatti, quello che un tempo era un ruolo di supporto alla funzione direttiva in genere, oggi si è trasformato in una attività sempre più vicina al settore in cui si opera. In funzione delle necessità specifiche di settore il ruolo, infatti, si declina verso, il marketing, la comunicazione, l'amministrazione, ecc.

In molti casi l'Assistente di Direzione diventa il punto di riferimento per team di lavoro misti (dipendenti, consulenti, fornitori esterni); capace di tenere traccia delle comunicazioni, dei documenti, dell'organizzazione degli spazi e dei tempi.

Il corso ha la funzione di preparare i partecipanti alle nuove modalità di interpretare ed agire questo ruolo, fornendo strumenti avanzati che consentano, pro-attivamente, di gestire i processi organizzativi più complicati e complessi.

PROGRAMMA

- **Il ruolo dell'Assistente di direzione Dare il nostro Valore Aggiunto oltre a ciò che ci si aspetta dalla funzione**
- **la gestione dei momenti in multitask e protezione dei momenti di focus nostri e della direzione**
- Gestione dei tempi e delle attività altrui
- La gestione dei tempi "digitale" e quella "analogica"
- **Il goal settign e l'assegnazione delle priorità**
- simulazione: come si analizzano obiettivi e come si scompongono in attività priorizzabili
- **La comunicazione: La gestione del telefono, delle mail, dei social network esercizio: comunicazione P.e.p.s.i. e S.m.a.r.t.**
- **Saper ottenere e filtrare le informazioni utili**
- esercizio: creiamo relazione
- esercizio: usiamo le domande aperte e domande chiuse la negoziazione delle priorità
- **Lavorare sul nutrimento della relazione con i propri interlocutori interni**
- esercizio: feedback, fiducia ed autonomia
- **Gestione dello stress: riconoscere i segnali di stress in se stessi e negli altri**
- esercizi: come influenzare positivamente lo stato psico-fisico

Obiettivi

- Rafforzare il proprio "potere di ruolo" e la capacità di negoziare le priorità
- Saper comunicare nei differenti contesti
- Innovare le pratiche e mantenere flessibile il proprio approccio operativo

Sede - Data - Costi

Milano 22 maggio 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM15 - COME MOTIVARE E GESTIRE LA FORZA VENDITA

Come alimentare l'auto-motivazione e la pro-attività nel team commerciale

Una delle richieste formative ricorrenti in molte realtà commerciali è la necessità di acquisire strumenti di motivazione dei venditori che non passino solo per le leve individuali e gli incentivi meramente economici.

Contemporaneamente, al Team commerciale, sono richieste nuove competenze e nuove modalità relazionali che delineano e rendono effettivo l'orientamento al cliente nel sistema organizzativo allargato. Nella gestione del personale commerciale sono diventate, quindi, imperative la collaborazione e lo scambio di informazioni per liberare il potenziale individuale attraverso la pratiche di team.

Le competenze trasversali e le abilità specifiche, se integrate e coordinate, permettono di delineare una nuova Pro-Attività, costruita intorno all'Obiettivo ed in grado di rispondere alle nuove sfide commerciali.

PROGRAMMA

- **Il modello dell'Alfa Leadership applicato all'Accounting**
- esercizio: Mappatura della strategia di account
- **Il processo relazionale che porta alla Partnership**
- case-histories: individuali, di gruppo e aziendali
- **La gestione delle riunioni e gli strumenti di allineamento**
- esercizio: Stand-up meeting da 5 min
- **Il Feedback continuo e gli strumenti di controllo orizzontale come alleati nella gestione della motivazione**
- **Utilizzare il CRM come effettiva "leva" dell'azione strategica del team**
- esercizio: Engagement e gamification nel team di vendita

Obiettivi

- Trasferire ai singoli il vantaggio strategico dell'ottica pro-attiva nella gestione del cliente esterno/interno
- acquisire strumenti di conduzione delle riunioni operative e di analisi in plenaria dei casi di successo, così come delle criticità

Sede - Data - Costi

Milano 29 maggio 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM16 - L'EMPOWERMENT PERSONALE

Il potenziamento di sé per una crescita manageriale e personale

La crescita personale è alla base dello sviluppo manageriale: per sostenere sfide e responsabilità crescenti è necessario avere un bagaglio di risorse interne e capacità strutturate, conoscendone punti di forza e di debolezza e facendo piani d'azione concreti per svilupparli vicendevolmente.

La complessità aziendale e sociale è in continuo aumento e al manager sono richieste sempre più competenze che si possono sviluppare solo con la consapevolezza interiore e l'impegno intenzionale. Durante il corso affronteremo, in modo pratico, il metodo per accrescere la consapevolezza di sé e mettere in atto piani di crescita personali efficaci.

PROGRAMMA

- **Cosa significa empowerment personale:**
 - la volontà e l'intenzionalità nel lavoro di sviluppo
- **Definire degli obiettivi e un piano di crescita individuale:**
 - esercitazioni sul potenziamento della volontà e sulla chiarificazione degli obiettivi individuali
- **La mappa della crescita:**
 - esercitazione sul metodo di lavoro in azione
- **Potenziare le risorse individuali:**
 - usare i punti di forza a proprio favore in modo consapevole
- **Affrontare ostacoli e difficoltà:**
 - la call to action interiore. Esplorare possibilità e favorire il Sé emergente.
- **Interiorizzare un approccio "growing mind"**

Obiettivi

- Chiarire cosa significa crescita personale
- Individuare le risorse individuali
- Trasferire un metodo di lavoro per la crescita e l'autosviluppo

Sede - Data - Costi

Milano 9 marzo 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM17 - GESTIONE DEL TEAM NEL CAMBIAMENTO

Mantenere motivazione e spirito di squadra durante i processi di trasformazione aziendale

Oggi i contesti organizzativi sono in continua trasformazione, necessaria e auspicabile vista la dinamicità e imprevedibilità dei mercati. Processi e persone sono sempre più frequentemente nel caos del cambiamento e la sfida manageriale è quella di riuscire a sostenere la motivazione delle persone, il senso di appartenenza, la resilienza e la capacità progettuale, personali e di team.

Durante il corso ci focalizzeremo sulle competenze necessarie per affrontare questa sfida, esercitandoci sul potenziamento delle stesse.

PROGRAMMA

- **Il cambiamento in azienda:**
 - un processo in continuo divenire. Dal mercato all'organizzazione un domino di accadimenti da gestire.
- **Da evento eccezionale a routine:**
 - oggi il cambiamento è continuo e ciò che si costruisce in poco tempo richiede di essere trasformato. I processi e le persone si trovano a volte nel caos
- **Le competenze del leader: disegno la mappa**
- **La gestione del Team nel cambiamento:** elementi di continuità e di rottura. Su quali particolari competenze posso contare?
- **Come allenare queste competenze?**
 - Esercizi di potenziamento
- **Come individuare gli agenti del cambiamento e assegnare loro un ruolo**
- **L'importanza della comunicazione nel cambiamento:**
 - esercizio

Obiettivi

- Individuare le competenze del leader
- Focalizzare quelle competenze necessarie nel cambiamento
- Allenare queste competenzaa

Sede - Data - Costi

Milano 30 maggio 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA
Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM19 - TIME MANAGEMENT

Dalla gestione alla valorizzazione del proprio tempo

Il tempo è la risorsa più importante che un leader possiede. Saper gestire bene il proprio tempo è uno dei segreti più importanti per ottenere successo, professionale e personale. Per essere padroni del proprio tempo, e non farsi schiacciare dalle richieste di inevitabili "ladri di tempo", è importante focalizzarsi su ciò che per noi è più importante, all'insegna dell'equilibrio tra le diverse aree esistenziali, così da stare bene con noi stessi ed entrare in sintonia con le persone con cui viviamo e lavoriamo.

Il corso intende offrire ad ogni partecipante delle tecniche pratiche per gestire al meglio le proprie azioni nel tempo, in modo da orientarsi verso i propri obiettivi e raggiungere più rapidamente risultati importanti

PROGRAMMA

- **Che cos'è il tempo?**
 - La diversa percezione del tempo
 - Cosa si intende per "gestire il tempo"
 - Approccio mentale alla gestione del tempo
- **L'importanza degli obiettivi**
 - Potere del focus mentale
 - Le caratteristiche di un buon obiettivo
 - Pianificazione strategica degli obiettivi
- **Focus sulle priorità**
 - Urgenza e Importanza
 - Classificare le attività
 - Organizzare le attività
 - Il modello delle "5 P"
- **Organizzazione delle attività nel tempo**
 - Gestione delle interruzioni e degli imprevisti
 - I "ladri di tempo": come riconoscerli e come eliminarli
 - Regole pratiche per recuperare tempo
- **La gestione della delega**
 - Che cosa delegare
 - La pianificazione della delega
 - La scelta della persona giusta
 - L'assegnazione della delega
 - Come preparare i collaboratori alla delega

Obiettivi

- Sviluppare un approccio mentale atto a valorizzare la risorsa tempo
- Apprendere una metodologia per esprimere dei comportamenti orientati alla gestione efficace del tempo

Sede - Data - Costi

Milano 29 marzo 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.it

SM19 - LA RELAZIONE POSITIVA

Strategie per costruire e sviluppare relazioni efficaci

Ogni giorno siamo coinvolti in rapporti umani, professionali e personali. Le relazioni che abbiamo creato e che intratteniamo con gli altri vanno considerate come dei veri e propri tesori. Quando i rapporti sono sani, aperti e di reciproca soddisfazione, ci arricchiscono e ci danno sostegno nei momenti difficili.

Ma gli scambi interpersonali sono fragili e richiedono attenzione. Coloro che si dimostrano capaci di creare e preservare rapporti positivi solitamente godono di carriere di maggior successo e di vite personali più gratificanti.

Il corso costituisce un'occasione per imparare l'arte della comunicazione e della relazione interpersonale efficace.

PROGRAMMA

• Che cosa significa realmente comunicare?

- I pilastri della comunicazione efficace
- Gli assiomi della comunicazione
- I canali della comunicazione
- **Il modello dell'assertività**
- Il modello del comportamento assertivo
- Modalità comportamentali non efficaci
- I 5 livelli dell'assertività
- **L'importanza dell'ascolto attivo**
- I 3 livelli di ascolto
- Come migliorare le proprie capacità di ascolto
- **Comunicazione e contesti organizzativi**
- La filosofia "win-win"
- Sviluppare rapporti positivi con colleghi, capi e collaboratori
- Mettere in pratica la teoria della reciproca gratificazione
- **L'intelligenza emotiva**
- Le aree dell'intelligenza emotiva
- Imparare a gestire i propri stati emotivi

Obiettivi

- Acquisire consapevolezza personale nel rapporto con gli altri, individuando i propri punti di forza e le proprie aree di miglioramento
- Imparare a gestire l'ascolto attivo e la verifica degli effetti della comunicazione sugli interlocutori

Sede - Data - Costi

Milano 11 maggio 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM20 - TRASFORMARE I DIPENDENTI IN BRAND AMBASSADOR

Come valorizzare l'azienda attraverso la voce dei propri collaboratori

I dipendenti sono potenzialmente i primi Brand Ambassador di un'azienda, qualunque dimensione essa abbia.

Per sfruttare appieno il loro potenziale comunicativo, sia online – sul sito corporate e sui social network – sia offline, è possibile strutturare un percorso di Employee Advocacy, che coinvolga le persone e che riguardi la cultura aziendale.

Il corso parte dal concetto di Self Marketing, per la conoscenza dei propri fattori distintivi personali e professionali, e dà ai partecipanti gli strumenti adeguati per la creazione di una strategia di Employee Advocacy aziendale attraverso una serie di step definiti.

PROGRAMMA

- **Dalla Self-Marketing Strategy a una strategia di Employee Advocacy per i dipendenti**
- Come individuare i propri fattori distintivi e quelli dei propri collaboratori (Self Marketing Strategy)
- **Le competenze digitali del Brand Ambassador**
- Da collaboratore a Brand Ambassador: la cultura digitale necessaria
- I social network (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram)
- Gli strumenti aziendali
- **Come mettere a punto una strategia di Employee Advocacy**
- Le milestone
- La definizione degli obiettivi
- Lo steering committee
- Il monitoraggio.
- **La Self Marketing Strategy al servizio della brand image aziendale**
- Come funziona, come si attua, cosa ci si aspetta

Obiettivi

- Capire le logiche del Personal e del Professional Branding
- Costruire una strategia che coinvolga i dipendenti e che sia a supporto della strategia di Employer Branding aziendale

Sede - Data - Costi

Milano 21 marzo 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM21 - EVENT MANAGEMENT: L'ORGANIZZAZIONE DI UN EVENTO

L'organizzazione di un evento e la gestione dei suoi molteplici aspetti

Organizzare un evento è molto più complesso di quello che si possa pensare. Infatti, sono molteplici le attività da svolgere e i fattori da tener presente: tema, location, fornitori, budget e molto altro ancora. Ogni attività è composta, a sua volta, da differenti operazioni. Insomma, una sorta di matrioska che ha come risultato finale la rappresentazione del DNA aziendale.

Una sfida avvincente e stimolante che, però, richiede delle solide basi per poterla affrontare nel migliore dei modi.

PROGRAMMA

• Cos'è un Evento?

- Definizione di un Evento
- Tipologie di un Evento

• Scopi di un Evento

- Il modello del comportamento assertivo
- Modalità comportamentali non efficaci
- I 5 livelli dell'assertività

• Figure di riferimento di un Evento

- Interne (dipartimenti aziendali)
- Esterne (fornitori)

• Case Study

- Creare un Comunicato Stampa
- Definizione del budget

• Team Work

Obiettivi

- Creazione di un know-how specifico sugli eventi
- Definizione di tipologie, scopi e figure di un evento
- Gestione del Budget
- Pianificazione di un evento basato su un caso reale

Sede - Data - Costi

Milano 17 maggio 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.ite.it

SM22 - POWER POINT: CONOSCENZE BASE PER PREPARARE PRESENTAZIONI EFFICACI

Acquisire le conoscenze di base necessarie per essere operativi

In una società che si basa sempre più sull'impatto visivo e mediatico che l'informazione porta con sé, un programma come Microsoft Power Point si rende assolutamente necessario per comunicare idee in maniera immediata e accessibile a tutti. La conoscenza di questo classico programma di presentazione permette a qualsiasi utente di effettuare delle presentazioni adatte a qualsiasi uso.

PROGRAMMA

- **Utilizzo dell'applicazione**
- Lavorare con le presentazioni (aprire, chiudere, salvare, ...)
- Migliorare la produttività (opzioni di base del programma, ...)
- **Sviluppare una presentazione**
- Visualizzare le presentazioni (modalità di visualizzazione, ...)
- Diapositive (layout, sfondi, copia, ...)
- Schemi diapositiva Testi
- **Grafici**
- Usare i grafici
- Organigrammi
- **Oggetti grafici**
- Inserire, manipolare (figura, immagine, disegno, ...)
- Disegnare oggetti
- **Preparazione alla presentazione**
- Preparazione (Inserire, eliminare effetti di transizione e animazione, ...)
- Controllo ortografico e rilascio (controllo ortografico, stampa, ...)

Obiettivi

- Creare e modificare una presentazione
- Lavorare con il testo e con gli effetti grafici
- Personalizzare una presentazione
- Stampare e proiettare una presentazione

Sede - Data - Costi

Milano 30 maggio 2018

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Per info e iscrizioni:

Tel. +39 02.3322.0352

Fax +39 02.7396.0156

E-mail: eventi@sviluppomanageriale.it

Sito: www.sviluppomanageriale.it

SCHEDA DI ISCRIZIONE

Spedire via email o via fax la seguente scheda di iscrizione debitamente compilata.

Seminario:

Rif.: Data: Quota di partecipazione:+ IVA

Desideriamo iscrivere il seguente partecipante:

Nome Cognome

Funzione.....

Cellulare - E-mail (a cui verrà inviata conferma/informazioni).....

Nominativo/Funzione che autorizza l'iscrizione

Azienda (alla quale intestare la fattura):

Ragione Sociale.....

Settore di attività

Indirizzo..... Cap.....

Città..... Prov.

Tel. Fax

E-mail amministrativa.....

Partita IVA Cod. Fisc.

Indirizzo al quale inviare la fattura (se diverso dalla sede legale)

Ragione Sociale.....

Indirizzo..... Cap.....

Città..... Prov.

MODALITA' D'ISCRIZIONE

Posta MLC CONSULTING S.R.L. - Segreteria Corsi
Via Stilicone 12 - 20154 Milano
Part.Iva/Cod. Fisc. 04914830965
Tel. 0233220352
Fax 0273960156
E-mail eventi@sviluppomanageriale.it
Web <http://www.sviluppomanageriale.it>

SEDE E ORARI DEI SEMINARI

I seminari, salvo diversa indicazione, si terranno a Milano dalle ore 09:00 alle 17:30; sette giorni prima della data prevista verrà inviata e-mail di conferma. Qualora non venisse raggiunto il numero dei partecipanti necessario vi verrà comunicata per iscritto la sospensione o il rinvio del Seminario.

MODALITÀ DI REVOCA

La revoca, deve essere comunicata per iscritto alla MLC Consulting SRL entro otto giorni dalla data del seminario; in caso contrario verrà fatturata l'intera quota di iscrizione. Eventuali modifiche al nominativo del partecipante saranno sempre accettate se comunicate prima dell'inizio del corso. La cancellazione o il rinvio del seminario da parte di MLC, per qualsiasi causa, determinerà la sola restituzione delle quote di iscrizione già pervenute.

Ai sensi dell'art. 1341 Cod. Civile approvo espressamente la clausola relativa alla disdetta.

MODALITA' DI PAGAMENTO

La quota deve essere versata all'atto dell'iscrizione e comprende: materiale didattico, coffee break, colazione di lavoro. Il versamento può essere effettuato secondo le modalità di seguito indicate ed intestato a MLC CONSULTING S.R.L..

Bonifico intestato a MLC CONSULTING SRL

UBI BANCA SPA

Via Ezio Biondi 1 - 20154 MILANO (MI)

IBAN IT96A03111 01651 000000010264

BIC BLOPIT22

Allegato assegno intestato a MLC Consulting SRL

Timbro/Firma