

2019 | CATALOGO formazione

MLC consulting

Per info e iscrizioni: Tel 0233220352 - Fax 0273960156

*LogisticaEfficiente.it e SviluppoManageriale.it
sono marchi di MLC Consulting Srl - Milano*




LOGISTICA EFFICIENTE
WWW.LOGISTICEFFICIENTE.IT

**SVILUPPO
MANAGERIALE**
WWW.SVILUPPOMANAGERIALE.IT



Gentile Signora, Egregio Signore,

MLC Consulting è una realtà editoriale web che mira alla diffusione delle competenze tecniche e manageriali. Con le due testate sviluppomanageriale.it, specializzata nell'area manageriale e logisticaefficiente.it, incentrata sulla Supply Chain, veicola più di 1.000 articoli all'anno di alto contenuto e organizza eventi che ad oggi coinvolgono più di 1.200 persone ogni anno per i soli marchi di MLC Consulting.

Oltre a questo, MLC Consulting propone un ricco Catalogo di Formazione che comprende più di 50 corsi adatti a qualsiasi esigenza e contesto aziendale. Investire in formazione significa guadagnare in termini di competitività.

È necessario quindi essere innovativi come mentalità e allineati alle migliori pratiche come competenze. Questi obiettivi sono raggiungibili soltanto attraverso una formazione di qualità. La formazione, in ogni realtà aziendale, sia essa di piccole, medie o grandi dimensioni, rappresenta, infatti, un investimento sicuro sulle persone.

Al giorno d'oggi rimangono senz'altro fondamentali le competenze tecniche e operative del "saper fare" ma diventa in egual modo necessario sempre di più

"saper essere", e acquisire quindi capacità in ambito gestionale, comportamentale e attitudinale.

MLC Consulting è in grado di far fronte ad entrambe le esigenze. Ci proponiamo infatti come partner specializzato nella realizzazione di seminari interaziendali nell'area della Supply Chain a 360 gradi, attraverso il portale Logistica Efficiente, e nell'area più trasversale delle Vendite, Web, Marketing e Soft skills, con il nostro portale Sviluppo Manageriale.

Ci avvaliamo di docenti Senior Consultant che quotidianamente intervengono nelle aziende su progetti di rinnovamento e miglioramento.

Siamo certi che la specializzazione favorisca l'efficacia degli interventi formativi, e per questo, nell'ultimo anno abbiamo ulteriormente aggiornato ed arricchito le nostre proposte, nella ferma convinzione che solo investendo nello sviluppo delle risorse umane aziendali sia possibile una reale crescita per l'organizzazione.

Il Capitale Umano è una delle Risorse aziendali più importanti: noi possiamo aiutarti a svilupparlo

Alcuni dei nostri principali Clienti:

INTERROLL, GI GROUP, GUCCI, AEFPE, MIP POLITECNICO MILANO, ONIT, CEZANNE, AYMING, SKILLS MANAGEMENT, BRIDGE PARTNERS, TALENTIA, ERGON GROUP, ANGELINI, KIKO, THUN, YAMAMAY, LEONARDO, LA RINASCENTE, GRANAROLO

La formazione in house

MLC Consulting, oltre alla formazione a catalogo, offre la possibilità di progettare interventi formativi in house. **Tutti i nostri corsi infatti possono essere erogati presso la sede del cliente e progettati e realizzati sulle sue specifiche esigenze** e in base al suo settore di appartenenza.

La formazione in house consente di personalizzare e concordare nel dettaglio:

- i contenuti,
- la durata,
- le metodologie didattiche,
- il numero dei partecipanti,
- gli aspetti organizzativi legati alla logistica conciliando le date dei corsi con la disponibilità dei partecipanti e con le esigenze aziendali.

Compito principale del docente MLC Consulting è valutare l'“as is” e proporre il “to be” più adeguato alle necessità, aspettative e, non per ultime, disponibilità economiche del cliente.

L'obiettivo di questi progetti è quello di accrescere le competenze e la motivazione del personale creando percorsi didattici che abbiano un forte e duraturo impatto, che incidano sulla cultura aziendale comune e sul senso di appartenenza.

I servizi proposti in house da MLC Consulting sono:

ASSESSMENT DELLE COMPETENZE

È un progetto di consulenza che permette di individuare le competenze richieste dai ruoli, analizzare le capacità tecniche e/o relazionali delle persone, individuarne i punti di forza e di debolezza, proporre i percorsi formativi idonei a riequilibrare i gap di competenze.

FORMAZIONE D'AULA

La più classica delle metodologie formative. Le sessioni d'aula sono arricchite con metodologie interattive che comprendono esercitazioni, role playing, coinvolgimento e interazione dei partecipanti; costante confronto e rapporto diretto con il docente.

SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Percorsi di sviluppo di competenze specifici che prevedono l'utilizzo integrato di molteplici modalità formative: formazione d'aula, assessment, ricerche sul campo, affiancamenti, etc.

TUTORING IN AZIENDA

L'acquisizione di nuove forze in azienda, non implica solo un adeguato percorso formativo ma anche un'attenta fase di inserimento. Un nostro consulente esperto, dopo aver scelto con la Direzione il tutor interno, progetterà assieme a quest'ultimo il piano di inserimento e affiancamento della nuova risorsa.

Per progettare insieme il corso di formazione più adatto alle vostre esigenze:

MLC Consulting – Segreteria Corsi

Tel 02 33220352 - contatti@mlcconsulting.it

Elenco dei nostri corsi suddiviso per area

SALES *da pag 5*

- La negoziazione commerciale
- La vendita al telefono: relazione e strategia
- La vendita di servizi e soluzioni complesse
- Tecniche e strategie per una vendita efficace
- L'Export Manager
- L'Area Manager
- Chiudere la vendita
- Migliorare l'efficacia relazionale del personale tecnico-commerciale
- Come motivare e gestire la forza vendita
- Key Account management:
- La soddisfazione e fidelizzazione del cliente
- Presentare la propria offerta
- Riepire la vostra Pipeline

WEB - MARKETING *da pag 18*

- Web marketing: introduzione e principi base
- Il Content marketing: posizionarsi ai primi posti sui motori di ricerca
- Marketing operativo: strumenti e metodi
- Scrivere per il web e i Social network
- Il marketing strategico
- Web Analytics e strategie digitali di promozione aziendale
- Il marketing 4.0
- La Social Media Strategy

CONTABILITÀ E FINANCE *da pag 26*

- Analisi di Bilancio per non esperti
- Programmazione, Budgeting e Scostamenti
- Contabilità Direzionale e decisioni aziendali
- Finanza aziendale: analisi e gestione

SVILUPPO COMPETENZE *da pag 30*

- Parlare in Pubblico-Public Speaking
- Accompagnare il team al raggiungimento degli obiettivi
- La negoziazione manageriale: l'importanza dell'intelligenza emotiva
- Problem Solving e decision making
- Problem Solving Strategico: Solution Focus Organizzativo
- L'Assistente di Direzione
- Empowerment personale
- Il Business Coaching
- Time Management
- La Leadership Emozionale
- leadership e potere di ruolo
- Le tecniche di coaching come leva di gestione del team
- Team Working: saper lavorare in squadra
- Team Assessment e Evolution
- La Gestione dei conflitti in azienda
- La Relazione Positiva ed Efficace
- La gestione dello stress
- Gestione del team nel cambiamento
- Imparare a delegare efficacemente
- Come condurre riunioni efficaci
- Change Management
- Event management: l'organizzazione di un Evento
- Power Point: conoscenze base per presentazioni efficaci
- Excel: Analisi dei dati
- Excel: uso delle Tabelle Pivot

GESTIONE AZIENDALE *da pag 55*

- Costruzione di un bilancio delle competenze e degli skills aziendali
- Trasformare i dipendenti in Brand Ambassador
- Sfide e Responsabilità del Middle Management
- Il processo di decision making - Ingegneria della Decisione e la teoria del Nudge
- Strumenti di Design Thinking collaborativo per la revisione dei processi

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.

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 - 6 marzo 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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 - 19 febbraio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La vendita di servizi e soluzioni complesse

La gestione delle vendite ad elevato valore unitario

Nelle vendite complesse il processo di vendita di un'azienda descrive il percorso che si segue per vendere un prodotto o un servizio, ed è rappresentato dalla successione delle fasi che servono per motivare ed accompagnare i clienti potenziali ad acquistare prodotti o servizi (per il beneficio di entrambi). Le vendite complesse, ovvero le vendite che hanno per oggetto beni o servizi dall'elevato valore unitario, richiedono che i venditori acquisiscano competenze tali da intervenire e influenzare il comportamento dei compratori.

PROGRAMMA

- Il processo decisionale del cliente
- La strategia di ingresso sul cliente
- Come riconoscere le esigenze del cliente
- Influenzare le scelte del cliente
- La strategia competitiva
- La negoziazione
- La fidelizzazione

OBIETTIVI

- comprendere le esigenze del cliente e con quale strategia approcciarlo per arrivare ad una negoziazione win-win

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 6 marzo 2019
Orario: 9.00 – 17.30
QUOTA EURO 400,00 + IVA
Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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, tuttavia, il programma si adatterà alle esigenze ed alle tipologie commerciali presenti in aula. I partecipanti faranno esperienza diretta delle tecniche di raccolta informazioni, lettura del cliente ed eliminazione dei suoi bisogni e problemi e gestione del feedback emozionale.

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

- 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

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

OBIETTIVI

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

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 12 aprile 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

L'Export Manager

Generare e consolidare la presenza sui mercati esteri

Affrontare i mercati esteri e la domanda internazionale sono diventati obiettivi fondamentali per molte aziende. Diventa quindi fondamentale conoscere le logiche dell'export management.

PROGRAMMA

- I mercati esteri: la globalizzazione, la domanda internazionale, tipologie di domanda
- Le ricerche di mercato
- Il marketing internazionale
- Le strategie di marketing internazionale
- La politica di vendita all'estero
- L'Export Management

OBIETTIVI

- Comprendere come approcciare nuovi mercati, con quali strategie e competenze

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 30 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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 ruoli

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 22 febbraio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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. 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 - 4 giugno 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Key account management

La gestione dei clienti strategici

I clienti strategici, o key account, sono coloro con cui le aziende ovvero il personale di vendita, devono stabilire stretti rapporti non solo per il loro peso nel settore in cui operano e per cosa rappresentano o possono rappresentare in termini di fatturato, ma perché, in un mercato in rapida evoluzione, avranno un ruolo determinante per le loro capacità d'anticipare le esigenze, d'innovare tecnologie e prodotti, di soddisfare nuovi bisogni.

PROGRAMMA

Il key account management: storia e concetti base

- Acquisire nuovi clienti

Lo sviluppo delle vendite con il marketing diretto

- Il customer database

La gestione dei clienti strategici

- La marca come identità aziendale e relazione con i clienti

Strategie e strumenti per la comunicazione B2B con i clienti strategici

OBIETTIVI

- Capire come gestire i grandi clienti o i clienti complessi durante la propria attività di vendita

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 28 febbraio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Chiudere la vendita

Strategie e Tattiche per Chiudere Senza Paura

Una delle principali difficoltà rilevata nella forza Vendita è riuscire a Chiudere in modo sistematico le trattative Commerciali. La Chiusura è infatti la parte più importante della Vendita, ma sono molte le persone che si occupano di relazioni commerciali a riscontrare difficoltà nella chiusura nei tempi previsti per varie ragioni, tanto individuali che organizzative. In questo corso i partecipanti impareranno le tecniche per una migliore chiusura, lavoreranno sulle resistenze che li allontanano dal completamento della trattativa e faranno esperienza diretta di quanto appreso tramite esercizi svolti in aula. Il corso ha un forte aspetto pratico ed esperienziale.

PROGRAMMA

Le difficoltà nella Chiusura e come Superarle

- Le Convinzioni Limitanti sulla Chiusura
- Approfondimento delle Convinzioni
- Sette errori principali che allontanano la chiusura

Le Modalità di Chiusura

- Struttura della Vendita
- Come è cambiato il modo di Chiudere
- Tecniche di Chiusura
- Equilibrio tra spinta alla Chiusura e Relazione con il Cliente

Gestire le aspettative e migliorare la Chiusura

- Le Fasi di una corretta Chiusura
- L'Aspettativa del Cliente e del Venditore
- 10 Impegni necessari per Chiudere la Vendita
- Esercizi svolti su casi reali o proposti dai partecipanti

Monitorare chiusura ed esiti delle trattative

- Controllare lo stato delle trattative
- Verificare le performance di chiusura
- Gestire le problematiche
- Dalla chiusura alla riapertura

OBIETTIVI

- Scoprire e superare le difficoltà che rendono difficile la Chiusura
- Apprendere tecniche per portare le trattative alla Chiusura senza sforzo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 7 marzo 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Migliorare l'Efficacia Relazionale del Personale Tecnico Commerciale

Tecnici si nasce, Comunicatori si diventa

Il personale Tecnico Commerciale non sempre ha competenze relazionali all'altezza delle competenze tecniche espresse. Questo può portare problematiche nella gestione delle comunicazioni con i Clienti, tanto nel supporto alla Vendita che nel Post Vendita.

In questo corso i partecipanti apprenderanno le modalità di una corretta comunicazione con i clienti, lavoreranno sulla riduzione delle problematiche relazionali e faranno esercizi per sviluppare quanto appreso.

PROGRAMMA

Le difficoltà nella Comunicazione con il Cliente per il personale Tecnico

- Cosa rende difficile la Comunicazione
- Convinzioni Limitanti e Comunicazione
- Superare gli Errori della Comunicazione

La Comunicazione Empatica

- Gli Assiomi della Comunicazione
- Stili di Comunicazione
- La magia del Rapport
- Esercizi di Comunicazione a gruppi

Sviluppare una Migliore Comunicazione

- Guidare la Relazione
- Comunicazione Verbale e Non Verbale
- Migliorare la propria Efficacia Relazionale
- Esercizi svolti su casi reali o proposti dai partecipanti

Mantenere i miglioramenti della propria comunicazione

- Il Feedback per l'efficacia della Comunicazione
- Gestire problemi e reclami
- Comunicare meglio in Team
- Attenersi ad un piano di miglioramento

OBIETTIVI

- Scoprire le difficoltà relazionali per il personale tecnico
- Apprendere tecniche per sviluppare le Capacità comunicative

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 22 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La soddisfazione e fidelizzazione del Cliente

Perché un Cliente Soddisfatto è la migliore forma di pubblicità

In un mondo ad alta densità di offerta la soddisfazione del Cliente è una delle principali leve della motivazione all'acquisto.

Ma sono molti gli elementi che portano ad una migliore Customer Satisfaction e Fidelizzazione del Cliente, dalla fase di Proposizione e Vendita all'esperienza al supporto Post Sales.

In questo corso i partecipanti apprenderanno le modalità per sviluppare una migliore soddisfazione della clientela e le azioni più idonee per fidelizzarla.

Il corso si baserà su esercitazioni pratiche ed avrà un forte aspetto pratico ed esperienziale.

PROGRAMMA

La Soddisfazione del Cliente nell'Età Digitale

- Il Customer Journey
- Le Aspettative del Cliente in un mondo connesso
- Cinque Errori che ostacolano la Customer Satisfaction

Valutare la Soddisfazione del Cliente

- La Reputazione: quello che gli altri dicono di te quando non ci sei
- Monitorare i Momenti della Verità
- Come Rilevare la Customer Satisfaction

Migliorare la Customer Satisfaction

- Tecniche di Miglioramento della Soddisfazione
- La Gestione dei Problemi con i Clienti
- Esercizi svolti su casi reali o proposti dai partecipanti

La Fedeltà del Cliente

- Fidelizzazione: da Cliente a Fan
- Strategie per Agevolare la Fidelizzazione
- I prossimi passi per sviluppare la Soddisfazione dei Clienti

OBIETTIVI

- Scoprire cosa rende Soddisfatto il Cliente
- Sviluppare una attitudine allo sviluppo della Soddisfazione del Cliente
- Comprendere come verificare e migliorare la Customer Satisfaction

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 19 marzo 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Presentare la propria Offerta

Non esiste una seconda possibilità di dare una buona prima impressione

La Presentazione dell' Offerta è una fase cruciale di ogni negoziazione commerciale. E' importante prepararla adeguatamente per riuscire a valorizzare i propri prodotti davanti al Cliente. In questo corso i partecipanti si eserciteranno nello svolgere le loro presentazioni, apprenderanno le tecniche per prepararle e migliorarle, vedranno casi di studio e faranno esercizio per migliorare la loro esposizione dell'offerta. Il corso ha un forte aspetto pratico ed esperienziale.

PROGRAMMA

Presentare l'Offerta

- Esercizio di Presentazione
- I Fallimenti nella Presentazione dell'Offerta
- La Valutazione dell'Audience

L'Offerta e i Clienti

- La Sola Ragione per cui ci ascoltano
- Cosa si aspettano i Clienti
- Esempi di Presentazione
- Preparare un'Offerta per punti

L'Offerta e il Presentatore

- Chi parla e perché
- Storie di successo
- Chiusura della Presentazione e CTA
- Esercizi svolti su casi reali o proposti dai partecipanti

Esito della Presentazione

- Prossimi passi: dalla Presentazione alla Trattativa
- Feedback della Presentazione
- Gestire le domande
- Sviluppare un modello espositivo

OBIETTIVI

- Scoprire le problematiche nella presentazione dell'offerta
- Apprendere strategie per migliorare l'esposizione dell'offerta
- Esercizi per applicare le tecniche apprese

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 11 giugno 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Riempire la vostra Pipeline

Non puoi raccogliere là dove non hai seminato

Avere un costante flusso di attività e vendite è una sfida per ogni venditore e professionista. Questo perché implica lavorare a più livelli: sia al livello delle offerte che si chiudono a breve, ma anche a preparare nuove e continue attività per i mesi successivi.

In questo corso i partecipanti impareranno a strutturare meglio la propria attività per cercare continuamente nuovi clienti e offerte, a gestire le attività in corso e pianificare quelle future, e faranno esperienza diretta di quanto appreso tramite esercizi svolti in aula.

Il corso ha un forte aspetto pratico ed esperienziale.

PROGRAMMA

Introduzione all'approccio 5S

- perché applicarlo
- quando applicarlo
- dove applicarlo
- come applicarlo

Le 5 S: il percorso operativo da seguire

- Seiri: Separare
- Seiton: Sistemare
- Seiso: Pulire
- Seiketsu: Standardizzare
- Shitsuke: Seguire le regole

La gestione a vista (GAV) sul posto di lavoro

- Differenze tra comunicazione tradizionale e GAV
- Perché la GAV sul posto di lavoro
- Tecniche e strumenti di applicazione della GAV sul posto di lavoro
- Esempi di applicazione della GAV

Esercitazione: l'applicazione delle 5S nella propria azienda

OBIETTIVI

- Scoprire perché la Pipeline si asciuga e quali rimedi sono necessari
- Apprendere tecniche per cercare nuovi clienti e nuove opportunità
- Come mantenere attiva la propria Pipeline

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 18 aprile 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Web marketing: introduzione e principi base

Acquisire le conoscenze necessarie per impostare una strategia vincente

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.

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

Esercitazioni:

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

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

OBIETTIVI

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

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 29 marzo 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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. 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

- Perché 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 - 23 maggio 2019
Orario: 9.00 – 17.30
QUOTA EURO 400,00 + IVA
Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Marketing operativo: strumenti e metodi

Come conoscere e agire nel mercato

L'analisi passa attraverso tutte le fasi che caratterizzano il marketing operativo ovvero le sue funzioni, la segmentazione, il posizionamento di prodotto, il marketing mix, la politica di prodotto, di prezzo, di distribuzione, di comunicazione e di promozione, la pianificazione.

PROGRAMMA

- Dalla strategia di Marketing al Marketing plan
- Definire target e obiettivi
- Comunicare in maniera efficace
- La comunicazione integrata off line e on line
- La sinergia marketing e vendite

OBIETTIVI

- Costruire un piano marketing efficace, utilizzando tutte le leve di marketing (dalle 4 p alle 7 p) e creando un piano multicanale

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 6 giugno 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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.

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 - 14 marzo 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Il Marketing Strategico

Perchè è fondamentale una pianificazione strategica a lungo periodo

La pianificazione strategica delle attività è fondamentale per tutti i soggetti che operano nel mondo delle imprese. Il marketing strategico, nello specifico, è programmazione di ampio respiro.

Ogni azienda, infatti, ha necessità di pianificare obiettivi di lungo periodo, che tengano conto della redditività globale e del proprio portfolio di prodotti/servizi, mirando alla massimizzazione del fatturato ed al conseguimento di risultati di successo.

PROGRAMMA

- Il marketing strategico
- L'analisi strategica
- L'analisi SWOT
- Le strategie di marketing mix
- Strategie per obiettivo
- La pianificazione e il controllo strategico

OBIETTIVI

- Comprendere il ruolo del marketing strategico, individuando l'analisi strategica che sta alla base, la ricerca dei vantaggi competitivi fino all'adozione delle decisioni strategiche vere e proprie

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 10 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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. 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.

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 - 7 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Il marketing 4.0

Dal tradizionale al digitale

Nel marketing tradizionale la comunicazione era a senso unico e dall'alto al basso: l'azienda parlava ad un cliente passivo; oggi, con l'avvento del marketing digitale, è bidirezionale, caratterizzata da un dialogo continuo e reticolare: il cliente può interagire e conoscere l'azienda da diversi canali.

PROGRAMMA

Le tendenze:

- il potere va verso i clienti connessi
- i paradossi del marketing
- le sottoculture digitali
- il marketing 4.0 nell'economia digitale

Come approcciare il marketing in nuovo contesto:

- il nuovo vantaggio del cliente
- le metriche del marketing
- archetipi di settore

Applicazioni tattiche del marketing nell'economia digitale:

- il marketing umanistico
- il content marketing
- il marketing omnichannel
- engagement marketing

OBIETTIVI

- Comprendere come si stia evolvendo il marketing in seguito alla rivoluzione digitale.
- Comprendere nuovi modelli di comportamento dei consumatori

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 28 marzo 2019
Orario: 9.00 – 17.30
QUOTA EURO 400,00 + IVA
Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La social media strategy

Come utilizzare i social a vantaggio del tuo business

Social media strategy significa scegliere i social adeguati in funzione del business e degli obiettivi aziendali, significa creare contenuti adeguati e divulgarli con modalità e tempi corretti in funzione del target di riferimento.

PROGRAMMA

Social Media Strategy : concetti e definizioni

Quali social media?

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- LinkedIn
- Google +

Casi aziendali

OBIETTIVI

- Il corso è rivolto a coloro che vogliono comprendere come funzionano la social media strategy e quali social adottare in funzione del proprio business.
- Capire cosa scrivere, quando e con quale stile.

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 4 aprile 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Analisi di bilancio per non esperti

Siamo equilibrati? se no, perché?

Il presente corso rappresenta il primo passo di un progetto di formazione modulare indirizzato a tutti coloro che devono o desiderano approfondire iniziare oppure approfondire i temi del controllo di gestione.

Inoltre è il punto di partenza per quanti invece volessero indirizzarsi verso la professione di analista, sia interno sia esterno, per una specifica azienda ed è propedeutico per affrontare temi più complessi quali la “compliance” ed il “risk management” che sono sempre più attuali e fondamentali per la gestione aziendale.

Ovviamente gli argomenti trattati presuppongono la conoscenza degli aspetti generali relativi al bilancio.

PROGRAMMA

Processo di riclassificazione del bilancio

- Processo e fasi
- Revisione attendibilità
- Lettura nota integrativa
- Schema delle variazioni

Analisti e loro ruoli

- Interni (C.d.G.)
- Esterni (mercati e borse)
- Credito bancario

Strutture di riclassificazione

- Stato Patrimoniale secondo criteri finanziari
- Conto Economico a valore aggiunto
- Conto economico a ricavi e costo del venduto
- Cosa rappresentano
- Legami col bilancio civilistico ed altre situazioni contabili

Esercitazioni

Analisi per margini

- Tipologie e calcolo
- Informazioni desumibili
- Giudizi complessivi

Analisi per indici

- Tipologie e calcolo
- Informazioni desumibili
- Giudizi complessivi
- Indici sintetici

Analisi per flussi

- Tipologie e modelli
- Metodologia
- Giudizi

OBIETTIVI

- Riorganizzare i dati puramente contabili in strutture atte a comprendere l'andamento gestionale individuando le aree critiche dai punti di vista patrimoniale, economico e finanziario per trarre spunti di miglioramento destinati alla direzione aziendale.

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 14 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Programmazione, budgeting e scostamenti

Mapa e bussola dal passato al futuro

Tale corso ti porrà al centro del processo aziendale del controllo di gestione. Ti permetterà di apprendere le logiche, i metodi e le tecniche necessarie per occupare in modo cosciente il tuo ruolo di “consulente interno” relativamente ai temi della gestione economica a cavallo tra passato, presente e futuro dell’azienda. In altre parole questo passo formativo integra il precedente capitolo dell’analisi di bilancio a completamento della comprensione e valutazione dell’andamento della gestione dell’impresa.

PROGRAMMA

Processo

- Struttura
- Logica
- Organizzazione

Pianificazione e strategie

- Organi
- Analisi SWOT
- Analisi concorrenza
- Catena del valore
- Scelte di fondo

Programmazione

- Budgeting
- Processo
- Fasi
- Modelli e dati
- Sistema organizzativo e responsabilità
- Budget settoriali
- Budget complessivi

Controllo di gestione

- Organizzazione
- Sistema informativo aziendale

Confronto actual vs budget e scostamenti

- Volume
- Prezzo
- Efficienza
- Mix

Reporting

Business plan

Esercitazioni

OBIETTIVI

- Apprendere le logiche e le tecniche di analisi e valutazione degli andamenti gestionali ed il loro collegamento con il sistema dell’organizzazione e delle decisioni aziendali

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 3 aprile 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Contabilità direzionale e decisioni aziendali

L'azienda al microscopio

Con il presente corso imparerai ad analizzare dati aziendali elementari e specifici. Ti impotterai delle tecniche e metodi necessari per utilizzare gli strumenti atti ad individuare e comprendere i possibili fenomeni negativi che minano la salute dell'organismo che nel nostro caso è rappresentato dall'azienda. Dopo tale fase potrai apprendere l'uso delle informazioni ottenute per valutare le più opportune scelte di intervento e le più vantaggiose alternative di sviluppo strutturando i dati raccolti in schemi logicamente elaborati per adottare decisioni consapevoli.

PROGRAMMA

Sistema informativo

- Contabilità generale
- Contabilità analitica
- Strutture e funzioni

Contabilità analitica

- Oggetti delle misurazioni
- Finalità
- Classificazione dei costi
- Costi ed organizzazione aziendale

Configurazioni di costo

- Strutture
- Obiettivi
- Margini di contribuzione

Metodologie di calcolo

- Direct costing
- Centri di costo e ricavo
- Full costing a base unica
- Full costing a base multipla
- Processi aziendali
- Activity based costing
- Activity based management

Supporto alle decisioni aziendali

- Accettazione nuovi ordini
- Make or buy
- Mix
- Eliminazione prodotto in perdita

- Analisi differenziale

Break even point

- Logica
- Applicazioni
- Quantità di pareggio
- Prezzo di pareggio

Esercitazioni

OBIETTIVI

- Individuare le diverse tipologie di costi ed i differenti metodi per elaborarli ottenendo le informazioni necessarie per rispondere alle fondamentali esigenze delle scelte gestionali.

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 14 marzo 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Finanza aziendale: analisi e gestione

Un essenziale fattore produttivo: IL DENARO

Come indica il sottotitolo, in questo corso ci occuperemo di una risorsa vitale per l'azienda nel corso di tutta la sua esistenza- Ciò significa che errori nella sua gestione possono essere letali sia per sopravvivenza sia per lo sviluppo dell'idea imprenditoriale e dell'organizzazione che ha generato. La finanza aziendale richiede pertanto l'apprendimento di strumenti analitici specifici oggetto di questo corso.

Particolare importanza assumono in tale ambito due aspetti: la distinzione organizzativa e funzionale tra gestione della finanza e della tesoreria e la valutazione, in termini di tecniche e metodi, degli investimenti e dei rischi. Con riferimento a questi ultimi, essi troveranno una più completa contestualizzazione nel prossimo corso dedicato al Risk Management.

PROGRAMMA

Finanza aziendale

- Definizione
- Equilibri aziendali

Analisi dei flussi: strumenti e concetti

- Flussi reddituali
- Flussi PCN o CCN
- Flussi monetari

Finanza e tesoreria

- Ruoli e finalità
- Mercati finanziari
- Strumenti finanziari
- Forme tecniche di finanziamento a breve termine a medio lungo termine

Investimenti

Valutazioni

Capital budgeting

Esercitazioni

OBIETTIVI

- Apprendere l'analisi e la valutazione dei temi e problemi finanziari dal breve al lungo termine nonché le relative soluzioni offerte dai mercati specifici, sia finanziario sia monetario, attraverso le relative istituzioni e strumenti

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 21 febbraio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Parlare in Pubblico-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. 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. Attenzione particolare 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 - 22 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Accompagnare il Team al raggiungimento degli obiettivi

Condividere l'obiettivo in maniera efficace ed opportuna

Impostare ed ottenere i propri obiettivi è, già di per se, piuttosto articolata come competenza... raggiungere in team gli obiettivi prefissati è decisamente ad un più alto livello di complessità. Negli ultimi decenni si sono sviluppati nuovi approcci alla pianificazione e realizzazione degli obiettivi che consentono un maggior livello di successo ed una forte propensione "al fare". Lo scopo di questo percorso è fornire i fondamentali per condividere passo dopo passo, insieme al proprio team, la road map verso gli obiettivi condivisi.

PROGRAMMA

- La logica SMART e PEPSI: definire obiettivi
- Vision Board ed elevator Pitch
- SWOT Analysis
- PESTEL Analysis
- Risk Analysis e contromisure
- Kanban Board
- Ottica Lean start-up

OBIETTIVI

- Condurre il team verso l'obiettivo condiviso
- Saper fare una analisi SWOT ed una PESTEL Analysis oltre che un bilanci rischi/vantaggi per ciascuna delle attività possibili per raggiungere l'obiettivo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 21 marzo 2019
Orario: 9.00 – 17.30
QUOTA EURO 400,00 + IVA
Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La negoziazione manageriale: l'importanza dell'Intelligenza Emotiva

Sistematizzare il modo di condividere lo stati di avanzamento delle negoziazioni in corso

Il canvas della negoziazione empatica è un metodo con il quale, singolarmente o meglio nel team, si costruisce una strategia negoziale basata sulla capacità di assumere punti di vista negoziali differenti e poi ricavarne il know-how strategico utile a costruire una piattaforma negoziale condivisibile dalle parti coinvolte.

Un esercizio di team che aiuta ad impostare delle "delegazione negoziali", oppure ad immaginarsi in anticipo le scelte e le strategie messe in campo dalle altre istanza organizzative direttamente coinvolte.

PROGRAMMA

Come raccogliere le informazioni rilevanti e

comporle in team attraverso la Lean Canvas

Come prepararsi alla negoziazione con simulazioni

- Come ricomporre gli attriti possibili fra colleghi o con i partner interni ed esterni all'organizzazione

Come giocare il proprio ruolo negoziale

- La differenza fra il mercanteggiare e la negoziazione
- Le tecniche generative nella negoziazione
- L'empathic negotiation canvas e la sua compilazione in maniera cooperativa

Esercitazione per la compilazione

Simulazione della negoziazione secondo lo schema

OBIETTIVI

- Sviluppare un pensiero laterale e strategico
- Sviluppare il lavoro di preparazione alla fase negoziale in maniera condivisa

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 29 marzo 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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 - 25 gennaio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Problem Solving Strategico: Solution Focus Organizzativo

Uscire dall'ottica del problema per orientarsi verso la soluzione

Saper risolvere problemi e raggiungere obiettivi rappresentano le due attività peculiari per le quali un manager può essere valutato e quindi retribuito e premiato.

In questo corso si esplora l'approccio metodologico Solution Focus nella sua applicazione ai contesti organizzativi. La sua efficacia e la semplicità di utilizzo lo rendono uno degli approcci al problem solving più importanti da conoscere ed applicare nella pratica manageriale. Il Solution Focus Approach è anche utile nella pratica di consulenza o di coaching dei gruppi di lavoro.

PROGRAMMA

- Come analizzare il problema con gli approcci analitici
- Euristiche d'analisi e trappole mentali
- Il Solution Focus Approach
- Il SF Charter
- La Time Line ed il metodo "delle scale"
- Il backlog dei primi passi operativi

OBIETTIVI

- Avere un "cassetto degli attrezzi" che ci aiuti ad analizzare ed affrontare le sfide organizzative
- Diffondere un cultura orientata al risultato

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 10 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

L'assistente di direzione

Trasformare l'attitudine e la competenza in eccellenza organizzativa

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 - 17 maggio 2019

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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 - 27 febbraio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Il Business Coaching

Come migliorare le proprie performances

Tutti coloro che fanno parte di una organizzazione aziendale, che siano essi impiegati, quadri, dirigenti, top management, sono chiamati a fornire la propria performance lavorativa. La qualità e quantità della performance determinano la carriera del performer. La performance lavorativa è influenzata negativamente dalle interferenze (intese come eventi, circostanze o situazione negative, nell'ambito lavorativo e/o extralavorativo) che ne limitano le potenzialità.

Il corso si ripropone di fornire ai partecipanti degli strumenti di base per autovalutare le proprie performance, con l'ausilio del coach, e per pianificare le azioni che possono migliorarle.

PROGRAMMA

Definizione di performance

Le interferenze

- Stato di fatto: accertare e valutare quali sono le attuali prestazioni
- personale;
- aziendale generale;
- aziendale esterno;
- aziendale interno

Determinazione e definizione delle caratteristiche soggettive che incidono sulla performance:

- Leadership
- Carisma
- Credibilità
- Autorevolezza
- Comunicazione in pubblico
- Comunicare in modo persuasivo
- Gestione del tempo
- Gestione del cambiamento
- Gestione dello stress
- Gestione delle obiezioni
- Gestione delle decisioni
- La delega
- Gestire e motivare il team
- Come ci percepiscono gli altri
- Trovare la concentrazione
- Trovare l'ispirazione
- Benessere fisico e mentale

Fase progettuale:

- Definizioni di linee guida
- Elaborazioni di valori e regole
- Visione, missione, ambizione
- Definizione obiettivi
- Piano di azione
- Risorse necessarie

Fase esecutiva:

- determinazione del tempo occorrente per eseguire il piano di azione e cronoprogramma
- annotazione delle azioni su intervalli di tempo variabili
- Bilancio provvisorio (a metà del periodo che si è determinato)
- Bilancio definitivo

OBIETTIVI

- Prendere coscienza della propria situazione reale attuale
- Definire delle linee guida
- Definire degli obiettivi

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 7 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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 - 28 marzo 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Leadership emozionale

Agire sulla motivazione del proprio team ogni giorno

La motivazione e la coesione del team sono due leve fondamentali per la gestione del gruppo di lavoro; un leader consapevole stimola e coinvolge usando la propria intelligenza emotiva in modo sapiente.

PROGRAMMA

Il leader Emotivo

- Cenni e spunti da D. Goleman

L'intelligenza emotiva

- Consapevolezza e espressione delle emozioni.
- Riconoscere le emozioni nominarle, collocarle e riconoscere il loro ruolo.

La motivazione intrinseca e estrinseca

- Filmati
- Riflessioni sulle teorie più recenti.
- "Purpose, mastery and authonomy". I tre pilastri della motivazione.
- Neuroscienze e motivazione. Dove risiede la nostra personale spinta interiore

La condivisione emotiva di vision e mission

- Esercitazioni e role play

"The culture code" Daniel Coyle

- Il segreto dei gruppi di successo. Case study
- Favorire il dialogo e il confronto: la strada per una condivisione autentica

Conclusioni

OBIETTIVI

- Individuare le competenze del leader
- Valorizzare la leva della relazione
- Sviluppare la propria intelligenza emotiva
- Agire sulla motivazione: approccio e metodo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 9 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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. È 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 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.

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 - 13 giugno 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Le tecniche di coaching come leva di gestione del team

Un corso operativo per la gestione del team di lavoro

Il coaching è un approccio sempre più indispensabile nella gestione dei collaboratori e del team, aiuta a stimolare le persone, a sviluppare autonomia e senso di responsabilità. Per un Manager è indispensabile acquisire capacità e tecniche di coaching affinché il proprio team cresca costantemente e ottenga risultati brillanti.

PROGRAMMA

Il coaching

- Cos'è, dove nasce
- Come viene applicato
- Il modello GROW

La definizione degli obiettivi e il processo di coaching

- Il modello SMART
- Esercitazioni e role play di sperimentazione delle tecniche di coaching
- Le convinzioni limitanti
- L'espressione del potenziale del proprio team

Il manager come coach

- Approccio
- Competenze
- La capacità di ascolto e osservazione.
- Case study
- Stimolare la motivazione con il coaching: autonomia e maestria dei propri collaboratori
- Costruire una relazione efficace con il coaching

Il coaching e l'intelligenza emotiva

- Sperimentazioni

OBIETTIVI

- Cos'è il coaching
- Come utilizzare il coaching con il proprio team
- Come trarre beneficio personale e organizzativo con il coaching

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 21 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Teamworking: saper lavorare in squadra

Le caratteristiche di un teamworking vincente

Recenti analisi sul mercato del lavoro lo affermano chiaramente: la diversità è una ricchezza. Competenze diversificate consentono di analizzare una stessa questione da diversi punti di vista, permettendo di sviluppare molteplici idee al fine di trovare la soluzione migliore. Il lavoro di team amplia le prospettive, allarga le visioni. Saper lavorare in squadra è la competenza chiave per le persone all'interno delle organizzazioni: sinergia, coesione e efficacia sono temi essenziali per ottenere risultati e performances desiderati.

PROGRAMMA

Il lavoro di squadra

- Dalle parole ai fatti
- Sinergia e cooperazione
- Dinamiche di gruppo e sperimentazione attiva

Le competenze per lavorare in gruppo

- Ascolto
- Comunicazione
- Cooperazione
- Flessibilità

La ricchezza della squadra

- Dalla valorizzazione del singolo alla cooperazione
- Abbattere le barriere per raggiungere risultati eccellenti
- Esercizi

Comunicare efficacemente.

- Attività pratica e confronto fra i partecipanti
- La comunicazione empatica. Il gruppo come luogo di confronto e scoperta reciproca

The "culture code", D. Coyle

- Il segreto dei gruppi di successo
- Case Study

OBIETTIVI

- Conoscere le competenze chiave per un efficace lavoro di squadra
- Mettere il team al centro del processo di lavoro
- Stimolare dialogo e cooperazione

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 12 giugno 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Team Assessment & Evolution

Capire come gestire e pianificare la crescita dei team e dell'attitudine al lavoro in team dei singoli

Nelle aziende organizzate a matrice o per team operativi è facile riscontrare il problema di come tenere traccia della crescita e della evoluzione del team e delle persone lo compongono.

Le performance o gli obiettivi sono relativamente più facili da rilevare ed assegnare, diversamente lo sviluppo e la maturità del team, seppure molto significativi ed impattanti nell'organizzazione, sono concetti che vanno capiti e condivisi. Con questo percorso formativo si vogliono offrire le basi per capire e saper rilevare le dinamiche di miglioramento continuo e di crescita individuale (sia sulle core che sulle soft skills).

PROGRAMMA

- L'importanza strategica del miglioramento continuo
- Come si costruiscono dei team performanti e si mantengono in crescita
- Costruzione di un Portfolio della attività
- Indicatori e misure della capacità di miglioramento ed innovazione nei team
- Costruiamo un griglia di competenze
- Costruzione di un sistema di auto-rilevazione delle stesse interno al team

OBIETTIVI

- Sviluppare la leadership individuale nei gruppi di lavoro
- Come costruire una griglia di indicatori utili allo sviluppo di un percorso di sviluppo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 18 aprile 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La gestione dei Conflitti in azienda

Come riconoscere e risolvere le relazioni conflittuali sul lavoro

Studi recenti riportano che il conflitto è una delle principali fonti di stress nelle organizzazioni. Il clima e le relazioni interne sono sempre più fonte di disagio e tensione e il benessere delle persone ne risente. Una efficace gestione dei conflitti interni può aiutare a vivere la vita aziendale con maggior serenità portando risultati migliori.

PROGRAMMA

Il Conflitto

- Dalla natura umana alla capacità di risoluzione.
- Le "mappe" personali e la capacità di accogliere punti di vista differenti.
- Esercitazioni

Aspetti emotivi e relazionali.

- L' "Iceberg" del comportamento.
- Ascolto ed empatia
- Focus su emozione e contatto umano
- I bisogni alla base delle emozioni umane

Le modalità di risoluzione del conflitto

- Ascoltare, comunicare, negoziare
- Esercitazioni.
- Il feedback e la risoluzione costruttiva

OBIETTIVI

- Comprendere le dinamiche conflittuali
- Sviluppare capacità di ascolto e apertura all'altro
- Apprendere tecniche di risoluzione efficace del conflitto

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 5 giugno 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La relazione positiva ed efficace

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 - 10 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La gestione dello stress

Conoscere lo stress e il proprio modo di affrontarlo, per un maggior benessere personale e professionale

Il corso si propone di comprendere lo Stress nelle sue componenti costruttive e distruttive (Eustress e Distress), conoscere le conseguenze sulla salute personale e sul contesto in cui si opera, riconoscere i segnali dello stress personale tramite tecniche di consapevolezza corporea (esercizi pratici). Inoltre verranno approfondite tecniche di contenimento e trasformazione dello stress (Esercizi di respirazione, Mindfulness, Meditazione camminata, esercizi tratti da arti marziali come Tai Chi, Aikido). Si imparerà ad affrontare lo stress organizzativo e individuare delle possibili azioni di intervento, per sé e per il gruppo (es. conflittualità, disorganizzazione; caos e indeterminazione).

PROGRAMMA

Lo stress: cenni teorici su cosa sia lo stress e come agisce a livello psico-fisico

- Approfondimento sulle proprie modalità di affrontare la giornata lavorativa e non: comportamenti e automatismi che incrementano la sensazione di stress-

Riflessioni e condivisioni di gruppo

Focus sulle 3 componenti dell'essere vivente: Fisica, emotiva e razionale.

Separazione consapevole dei tre piani

- Esercitazioni in coppie per individuare le proprie caratteristiche, i punti di forza e i punti critici nelle tre dimensioni
- Esercizi corporei per identificare gli effetti delle tensioni sul proprio fisico (contratture, dolori, malesseri) e per superarli
- Esercizi di identificazione delle emozioni alla base degli stati di stress.

Nominare, sentire e riconoscere le emozioni per acquisire consapevolezza su come superare gli effetti negativi.

- Esercizi di identificazione dei propri valori e delle proprie convinzioni alla base di situazioni di stress.
- Esercitazioni pratiche per gestire - e superare pensieri e emozioni che influiscono negativamente sul proprio benessere: la

mindfulness e la sua efficacia per un maggior equilibrio dei tre elementi e per la pratica della "presenza".

- Esercitazioni ispirate da discipline come Yoga, Tai Chi o Aikido per un allenamento costante della "presenza".

OBIETTIVI

- Comprendere lo Stress nelle sue componenti costruttive e distruttive (Eustress e Distress)
- Conoscere le conseguenze sulla salute personale e sul contesto in cui si opera
- Affrontare lo stress organizzativo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 3 aprile 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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 - 16 aprile 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Imparare a delegare efficacemente

Delegare con fiducia e raggiungere gli obiettivi

Delegare o assegnare compiti a collaboratori o fornitori per raggiungere gli obiettivi richiede un metodo rigoroso. Occorre costruire un duraturo rapporto di fiducia, comprendere caratteristiche e limiti delle persone. Saper spiegare obiettivi e attività. Fornire le informazioni utili. Fissare le scadenze. Stabilire le verifiche. L'approccio vincente, insomma, è di mettere i collaboratori in grado di realizzare gli obiettivi assegnati, dando tutto il supporto necessario.

PROGRAMMA

Le persone come risorse chiave

- La fiducia (reciproca)
- Condivisione

I diversi compiti

- Attività semplice
- Attività complesse
- Collaboratori interni ed esterni
- Coinvolgere
- Dirigere

Le 4 fasi

- Obiettivi, compiti, attività, verifica
- Le criticità e la gestione degli imprevisti
- Flessibilità
- Pazienza

Riscoprire la parola "grazie"

L'arte di ringraziare

- Case Study
- Esercitazioni pratiche su casi reali

Il metodo basato su persone e processi

OBIETTIVI

- Costruzione di un solido know-how sulla gestione dei collaboratori
- Imparare e delegare e assegnare compiti e realizzare obiettivi
- Gestione delle risorse interne ed esterne

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 26 marzo 2019
Orario: 9.00 – 17.30
QUOTA EURO 400,00 + IVA
Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Come condurre riunioni efficaci

Gestire e portare al risultato desiderato i tuoi meeting

Le riunioni sono una occasione straordinaria per consolidare lo spirito di squadra e realizzare progetti e iniziative. Ma possono anche risultare lunghe, noiose o inconcludenti se non diventano addirittura un ring che esaspera i conflitti. Organizzare e condurre riunioni efficaci richiede metodo, pianificazione, flessibilità e doti diplomatiche. Il tempo è un fattore chiave, spesso trascurato, così come il follow up successivo. Insomma occorre un mix di ingredienti per rendere le riunioni efficaci e piacevoli.

PROGRAMMA

I partecipanti come risorse

- Obiettivi, tempi, fiducia e rispetto

I vari tipi di riunione

Le 4 fasi: ideazione, preparazione, azione, follow up

L'attività preparatoria e la prevenzione dei conflitti

- L'agenda e i materiali
- Il ruolo del coordinatore
- Chi farà cosa

Case Study: Dos e don'ts

Il metodo basato su persone e processi

OBIETTIVI

- Costruzione di un solido know-how sulla gestione e la partecipazione alle riunioni
- Sviluppare la capacità di organizzare riunioni brevi, efficaci e piacevoli
- Creare spirito di squadra e gestire i conflitti

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 6 giugno 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Change management

Affrontare i cambiamenti personali e aziendali

“Tutti sperano di cambiare l’umanità ma nessuno pensa a cambiare sé stesso”, ammoniva Lev Tolstoj. Nonostante l’incessante evoluzione tecnologica e organizzativa sul lavoro, le persone spesso resistono ai cambiamenti. Eppure prepararsi ai cambiamenti continui o addirittura anticiparli è un fattore chiave per il successo delle persone e delle imprese. Un approccio positivo verso il cambiamento va coltivato ogni giorno. Nelle grandi e piccole cose. E produce grandi risultati per sé e per l’azienda.

PROGRAMMA

Il cambiamento come sfida continua

- I fattori e i pregiudizi che fanno da freno
- L’approccio costruttivo al cambiamento

Le 4 fasi: comprensione, preparazione, strategia, cambiamento

- Pensare digitale, agire umano
- Proiettarsi nel futuro con i piedi per terra
- Il cambiamento nei rapporti con capi, colleghi, collaboratori, clienti, business partner
- Case Study: esercitazioni e test sul cambiamento

Tradurre i cambiamenti in vantaggi per l’impresa

Il metodo Chang+e basato su persone e processi

OBIETTIVI

- Costruzione di un solido approccio al cambiamento continuo
- Sviluppare la capacità di adattarsi e innovare
- Creare spirito di squadra e gestire i conflitti

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 28 febbraio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 20 febbraio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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 - 24 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Excel: Analisi dei dati

Come sfruttare al meglio Excel per il proprio lavoro

Excel è un efficace strumento di gestione per analizzare e interpretare i dati in ottica di business intelligence. La conoscenza approfondita del programma offre la possibilità di ottimizzare il tempo e di disporre di dati completi e affidabili. Il corso permette di acquisire le funzioni logiche e di ricerca, indispensabili per lavorare con informazioni provenienti da uno o più file.

E' necessaria una conoscenza di Excel a livello Intermedio.

Non adatto a coloro che hanno conoscenze minime di formule e calcoli.

PROGRAMMA

Nidificare funzioni per realizzare tabelle dinamiche

- Funzioni statistiche condizionate: SOMMA.PIÙ.SE, CONTA.PIÙ.SE
- Funzioni logiche: SE (semplice e a cascata), E, O, SE.ERRORE
- Funzioni di ricerca: CERCA.VERT, CERCA.ORIZZ, CONFRONTA, INDICE
- Funzioni di data e ora: ADESSO, DATA, MESE, ANNO, ...
- Funzioni di testo: ANNULLA.SPAZI, CONCATENA, DESTRA, SINISTRA, STRINGA.ESTRAI, RICERCA
- Funzioni informative: VAL.VUOTO, VAL.ERR, VAL.NON.DISP, VAL.TESTO
- La funzione SUBTOTALE
- La nidificazione di più funzioni

Strumenti per personalizzare dei dati

- La formattazione avanzata del foglio per dare particolare visibilità a porzioni di report
- Formattazione condizionale basata su formule
- Criteri di convalida delle celle

Collegare dati provenienti da più report

- Definire il flusso di dati attraverso fogli e file
- Creare formule con celle che provengano da più fogli e file

OBIETTIVI

- Acquisire le sintassi delle principali funzioni logiche e di ricerca
- Sapere costruire formule
- Ottimizzare i tempi collegando dati fra più fogli/tabelle/report

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 19 marzo 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Excel: uso delle Tabelle Pivot

Perchè il loro utilizzo è una scelta vincente

Il foglio di calcolo Excel, ed in particolare le tabelle pivot, offrono strumenti a tutto il personale che in azienda svolge attività amministrative e contabili, di elaborazione dati, di elaborazione statistiche. Per questo rappresentano un valido strumento di lavoro, che troppo spesso non è conosciuto a sufficienza o non approfondito.

E' necessaria una conoscenza di Excel a livello Intermedio.

Non adatto a coloro che hanno conoscenze minime di formule e calcoli.

PROGRAMMA

Concetti base della tabella pivot

- Importazione dati in Excel da file esterni; concetti di database, di tabella e di campo
- Generazione tabella pivot da un foglio Excel

I dati in tabella pivot

- La configurazione della Tabella Pivot; dati in colonna, dati in riga come organizzarli
- Impostazione del valore dei campi; i campi calcolati; i grafici pivot

Le Dashboard con le Tabelle Pivot

OBIETTIVI

- Generare report professionali su Database Excel utilizzando le Tabelle Pivot
- Progettare semplici Dashboard utilizzando esclusivamente le Tabelle Pivot
- Strutturare un Database Excel

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 17 aprile 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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 la supervisione ed il coaching del facilitatore.

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 - 24 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Sfide e responsabilità del Middle Management

Comprensione o Espansione?

I top manager diminuiscono e la complessità del lavoro aumenta. Ne deriva che il ruolo del middle management nelle organizzazioni è sempre più strategico.

Il middle manager deve saper guidare, motivare e supportare le proprie risorse nel raggiungimento degli obiettivi e, sempre di più, contribuire alla definizione delle strategie, fare innovazione e diffondere la cultura aziendale.

Il corso rappresenta un momento per riflettere su “chi sono” e “quale posto occupo” nell’organizzazione e nel più ampio spazio sociale, per comprendere quali sono gli scenari futuri, senza perdere di vista le sfide da affrontare quotidianamente “sul campo”.

PROGRAMMA

La terra di mezzo del middle management

- una persona può essere leader e follower allo stesso tempo?
- come è cambiato il ruolo dei middle manager
- middle manager: professional, coordinatori e coach

Middle management e cambiamento

- dare vita alle strategie
- valutare le implicazioni e dare feedback
- essere sentinelle dei cambiamenti interni ed esterni
- promuovere il cambiamento top down e bottom up

Il middle management nelle organizzazioni agili

- oltre la gerarchia, i ruoli e il controllo
- le 4 aree di intervento del middle management: gestione dei collaboratori, eccellenza tecnica, sviluppo organizzativo, allineamento alle politiche aziendali
- combinare expertise e creatività

Le sfide della gestione dei collaboratori

- promuovere autonomia, collaborazione e apprendimento continuo
- gestire le diversità generazionali
- gestire gruppi di collaboratori in condizioni di leadership non gerarchica
- quando i collaboratori sono ex colleghi

Esercitazioni

- esempi, prove pratiche e discussione.

OBIETTIVI

- Riflettere sul ruolo del middle management
- Analizzare gli scenari futuri
- Acquisire strumenti per affrontare con successo le sfide quotidiane

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

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.

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 - 2 aprile 2019
Orario: 9.00 – 17.30
QUOTA EURO 400,00 + IVA
Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Decision Making e la Teoria del Nudge

Adottare metodologie condivisibili e basate su un'approccio che permetta di rintracciare eventuali errori valutativi

Questo percorso formativo si pone l'obiettivo di contemplare due approcci per il decision making apparentemente distanti: quello ingegneristico metodologico e quello della "spinta gentile" del Nudge.

La scelta di contemplare entrambe è legata principalmente alla necessità manageriale di prendere decisioni sia nell'area tecnica che nell'area relazionale della propria attività. Ciò che si cerca di offrire è una introduzione tecnica, corredata da esercitazioni e case history, dei principali ed i più affermati strumenti di decision making.

PROGRAMMA

- Grid analysis
- Paired Comparison Analysis
- Applicazione degli alberi decisionali
- La teoria del Nudge e resistenze al cambiamento
- Il paternalismo libertario, esempi e funzionamento psicologico
- Tecniche e strumenti soft

OBIETTIVI

- Saper fare un'analisi del campo decisionale che protegga dai pregiudizi e dagli errori di valutazione
- Far pratica di decision making applicando differenti metodologie

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 28 maggio 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Strumenti di Design Thinking Collaborativo per la Revisione dei Processi

Passare dalla condivisione di una visione comune ed una lista di cose da fare

Il Design Thinking è la disciplina di product e process innovation che sta avendo una incredibile crescita e sviluppo in tutti i contesti organizzativi.

Il Design thinking rende possibile, in maniera creativa e collaborativa, sviluppare soluzioni, prodotti o addirittura re-inventare i propri modelli di business. I principali strumenti del design thinking sono alla portata di qualsiasi team operativo ed è realmente vantaggioso conoscerli ed applicarli ogni volta che possono tornare utili.

PROGRAMMA

- Come esprimere concetti complessi in modo semplice ed intuitivo
- La Vision Board
- Le canvas board per il cambiamento ed il Business Model
- L'identificazione della Journey e delle sue componenti fondamentali
- L'elevator pitch e la creazione della metafora visiva
- La ri-definizione dei processi o l'ideazione di nuovi prodotti o esperienze

OBIETTIVI

- Acquisire le pratiche del visual thinking applicato al mando organizzativo
- I principi del design thinking
- L'applicazione degli strumenti collaborativi
- Il concetto della journey e la sua applicazione

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 11 giugno 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

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/E-mail che autorizza l'iscrizione

Azienda (alla quale intestare la fattura):

Ragione Sociale.....
Settore di attività

Indirizzo..... Cap.....
Città..... Prov.

Tel. Fax

E-mail amministrativa.....Codice SDI fatturazione elettronica.....
Partita IVACod. Fisc.

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

Ragione Sociale.....
Indirizzo..... Cap.....
Città..... Prov.

MODALITÀ 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 contatti@mlcconsulting.it
Web <http://www.mlcconsulting.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.

MODALITÀ 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

ADEGUAMENTO GDPR - UE 2016/679

La nostra società MLC Consulting Srl, con sede a Milano in Via Stilicone 12 e proprietaria dei portali LogisticaEfficiente.it e Sviluppomanageriale.it, è fortemente impegnata nel tutelare i dati trattati e crede che sia importante dare l'opportunità ai propri utenti di essere informati su iniziative, offerte e proposte che MLC Consulting Srl realizza, ma crediamo anche che sia doveroso rispettare la privacy degli utenti che non vogliono più ricevere informazioni. Per questa ragione e in ottemperanza al nuovo regolamento sulla privacy ti segnaliamo che puoi cancellare in qualunque momento i tuoi dati cliccando semplicemente sul link di disiscrizione posto qui sopra. Tale procedimento comporterà la cancellazione del tuo indirizzo email dal database utilizzato per inviarti la presente comunicazione. Se invece intendi cancellare completamente i tuoi dati o averne notizia, puoi contattarci a privacy@mlcconsulting.it.

Timbro/Firma



Per info e iscrizioni: Tel 0233220352 - Fax 0273960156

*LogisticaEfficiente.it e SviluppoManageriale.it
sono marchi di MLC Consulting Srl - Milano*