

Catalogo Training 2008

Ci occupiamo di formazione tramite l'apporto di manager provenienti da diversi settori industriali con pluriennale esperienza in ambito multinazionale.

I corsi di formazione proposti sono articolati su incontri mensili di una giornata intera, sia in modalità mono che multi-aziendale (in funzione della numerosità dei partecipanti prevista per ogni singola azienda). I corsi sono rivolti a diversi ruoli aziendali, e favoriscono lo sviluppo e il potenziamento delle competenze individuali.

Marketing e comunicazione, vendite e management - dopo ogni incontro mensile il partecipante viene invitato a sperimentare le nuove metodologie acquisite e a riportare le sue esperienze e i risultati conseguiti nella successiva giornata di formazione.

A fianco di questa formazione di base è possibile, laddove il Cliente ne identifichi la necessità, intervenire sui processi di team-building e di gestione delle relazioni, necessari alla costruzione di uno specifico stile comportamentale attraverso tutti i ruoli e i livelli aziendali.

Siamo inoltre in grado di offrire programmi di coaching manageriale ed executive, destinati a supportare quei titolari ai quali il successo ha arriso con grande velocità e che possano sentire la necessità di un miglioramento delle loro qualità gestionali, per rimanere al passo con i tempi e contrastare la concorrenza.

COMUNICAZIONE ALL'INTERNO E ALL'ESTERNO DELL'AZIENDA

Destinatari

Tutti coloro che necessitano di relazionarsi con i superiori, colleghi, clienti, fornitori, interlocutori in genere.

Obiettivi

Accrescere la consapevolezza dei partecipanti delle loro potenzialità nel rapporto con gli altri. Promuovere il cambiamento. Influire positivamente già al telefono. Ottenere la fiducia e il coinvolgimento dell'interlocutore. Gestire in maniera efficace ed efficiente il proprio tempo. Migliorare le proprie capacità di comunicazione nei rapporti interpersonali sia all'interno che all'esterno dell'azienda.

Contenuti

- Atteggiamento personale.
- La comunicazione e relazione.
- Presentarsi con sicurezza.
- Come condurre un colloquio interlocutorio.
- L'uso del telefono come potente strumento di comunicazione.
- Efficacia ed efficienza personale.
- Programmazione e pianificazione efficiente delle proprie attività.

Metodo

Apprendimento attivo in aula. Sperimentazione pratica nella realtà dei singoli partecipanti. Verifica dei progressi e dei risultati.

Durata e struttura del training

Per conseguire gli obiettivi, la struttura del training è intervallata e prevede l'impiego di 3 (tre) giornate in aula, intervallate, con esperienze attive nel proprio ambito lavorativo.

MANAGEMENT: GUIDA E MOTIVAZIONE DEI COLLABORATORI

Destinatari

Dirigenti – Capi intermedi – Responsabili di Funzione – Tutti coloro che gestiscono risorse umane.

Obiettivi

Sviluppare e potenziare, autonomamente, le attitudini personali del Manager, nel rapporto con i collaboratori, colleghi, top-manager, clienti. Sviluppare maggiore creatività e iniziativa in sé stessi e nei propri collaboratori, attraverso il potenziamento dei punti di forza personali.

Ottenere il totale coinvolgimento delle risorse umane affidate, nel conseguimento degli obiettivi aziendali.

Contenuti

- Atteggiamenti personali, verso se stessi e verso gli altri.
- Basi e caratteristiche di un management di successo.
- Il manager come "motivatore", "incentivatore".
- Come condurre efficacemente i possibili colloqui con i collaboratori: negoziazione, lode, biasimo, controllo, in condizioni difficili.
- Per quale motivo i collaboratori dovrebbero lavorare meglio e più motivati proprio sotto la nostra guida?
- Come ottenere efficacemente risultati di gruppo.
- Programmazione e pianificazione efficiente del lavoro.
- Le riunioni: come prepararle, condurle, gestirle, per ottenere risultati efficaci.

Metodo

Apprendimento attivo in aula. Sperimentazione pratica nella realtà dei singoli partecipanti. Verifica dei progressi e dei risultati.

Durata e struttura del training

Per conseguire gli obiettivi, la struttura del training è intervallata e prevede l'impiego di 3 (tre) giornate in aula, intervallate, con esperienze attive nel proprio ambito lavorativo.

VENDITA E NEGOZIAZIONE

Destinatari

Venditori, commerciali, personale di vendita.

Obiettivi

Rendere consapevoli le persone che si occupano di vendite, delle loro potenzialità e abilità, non ancora utilizzate o espresse nel rapporto con i clienti. Influire positivamente fin dal primo contatto, sia telefonico che personale. Ottenere la fiducia e il coinvolgimento dell'interlocutore. Saper individuare esigenze e necessità nuove del cliente, ancora impensate per lui.

Contenuti

- Valenza dell'atteggiamento interiore.
- Utilizzo del proprio potenziale.
- Presentarsi con sicurezza.
- Conduzione efficace del colloquio di vendita.
- L'uso del telefono come potente strumento di vendita.
- Il reclamo come opportunità per il venditore.
- Rapporti con il cliente, pre e post vendita.
- Programmazione e pianificazione efficiente delle proprie attività.

Metodo

Apprendimento attivo in aula. Sperimentazione pratica nella realtà dei singoli partecipanti. Verifica dei progressi e dei risultati.

Durata e struttura del training

Per conseguire gli obiettivi, la struttura del training è intervallata e prevede l'impiego di 3 (tre) giornate in aula, intervallate, con esperienze attive nel proprio ambito lavorativo.

COMUNICARE /PRESENTARE IN PUBBLICO

Destinatari

Tutti coloro abbiano la necessità di parlare in pubblico, o davanti ad un gruppo di persone, sia interne che esterne all'Azienda.

Obiettivi

Sviluppare le attitudini personali, incrementando in maniera positiva il comportamento dei partecipanti, riferito alle loro attività professionali, di presentazioni, e/o riunioni, all'interno o all'esterno dell'azienda .

Contenuti

- Che tipo di preparazione avere per una presentazione di successo.
- Come migliorare l'efficacia di una presentazione tipica del settore: dell'Azienda, del prodotto o del servizio, di un'idea, progetto o proposta.
- La guida degli interventi durante la presentazione o riunione.
- La comunicazione e l'ausilio degli strumenti che meglio consentono il raggiungimento dell'obiettivo.
- Come misurare i risultati della presentazione/riunione.

Metodo

Apprendimento attivo in aula. Sperimentazione pratica nella realtà dei singoli partecipanti. Verifica dei progressi e dei risultati.

Durata e struttura del training

Per conseguire gli obiettivi, la struttura del training è intervallata e prevede l'impiego di 2 (due) giornate in aula, intervallate, con esperienze attive nel proprio ambito lavorativo.

GESTIONE DEL TEMPO E PRESA DELLE DECISIONI

Destinatari

Dirigenti – Capi intermedi – Responsabili di Progetto (Project Leader) – Venditori Clienti Strategici (Key Account) – Responsabili Assistenza Tecnica.

Obiettivi

Sviluppare le attitudini personali in termini di creatività ed efficienza nel trattare le informazioni. La presa di coscienza delle proprie strategie mentali nell'analisi dei problemi. Il metodo ottimale nell'analisi dei problemi per la presa di decisioni efficaci. Assistere efficacemente l'interlocutore, cliente, collaboratore nel suo processo decisionario. Acquisire strumenti pratici per migliorare la gestione del proprio tempo. Il lavoro per obiettivi a breve e lungo termine.

Contenuti

- Farsi un'immagine globale delle situazioni.
- L'analisi delle cause e dei motivi.
- L'analisi dei rischi.
- Saper vendere decisioni.
- La risorsa tempo nella presa delle decisioni.
- Gli atteggiamenti di base necessari per "essere in tempo".
- Come superare le collisioni di interessi nella gestione del tempo.
- Motivarsi a fronte delle attività meno piacevoli.
- I "divoratori" del tempo: le cause/come rimuoverli.
- Quattro consigli pratici per realizzare gli obiettivi.
- La gestione dello stress.
- 14 strumenti per migliorare la gestione del tempo.
- Farsi un'immagine chiara e positiva del futuro.

Metodo

Apprendimento attivo in aula. Sperimentazione pratica nella realtà dei singoli partecipanti. Verifica dei progressi e dei risultati.

Durata e struttura del training

Per conseguire gli obiettivi, la struttura del training è intervallata e prevede l'impiego di 3 (tre) giornate in aula, intervallate, con esperienze attive nel proprio ambito lavorativo.

RELATING

Destinatari

Tutti coloro che vivono di relazioni, verso l'interno dell'azienda, e verso l'esterno.

Obiettivi

Imparare a costruire velocemente vere Relazioni funzionali e personali.

Diventare il "Relater " ideale, colui che sa cogliere le opportunità.

Acquisire le forze motrici del Relating.

Come costruire il proprio "contact management".

Contenuti

- Nessun uomo è un'isola.
- Tutta questione di atteggiamento.
- Il Relater ideale.
- Le forze motrici del Relating.
- Il Relating e la comunicazione.
- Elogiare dal punto di vista dell'altro.
- Il Relating all'interno del team.
- Come risolvere i conflitti con il Relating.

Metodo

Apprendimento attivo in aula. Sperimentazione pratica nella realtà dei singoli partecipanti.

Verifica dei progressi e dei risultati.

Durata e struttura del training

Per conseguire gli obiettivi, la struttura del training è intervallata e prevede l'impiego di 2 (due) giornate in aula, intervallate, con esperienze attive nel proprio ambito lavorativo.

FORMAZIONE A DISTANZA

Destinatari

Tutti coloro per i quali sono previsti episodi formativi on-the-job e profili che necessitino di formazione permanente non eccessivamente personalizzata.

Obiettivi

Raggiungere e mantenere un livello formativo predeterminato su argomenti a scelta della Committenza.

Contenuti

- Determinati dalla Committenza: il sistema prevede una infrastruttura tecnologica che, tramite accesso autenticato, consente il raggiungimento selettivo del materiale preventivamente assegnato al singolo profilo.
- Argomenti ad uso generale disponibili al momento:
 - D.Lgs. 196/03 – Privacy
 - D.Lgs. 231/01 – Corporate Governance

Metodo

Consultazione del materiale formativo on-line tramite postazione Internet (raggiungibile sia durante l'orario di lavoro in ufficio/in fabbrica che al di fuori), proposizione di questionari a domande e risposte multiple.

Durata e struttura del training

Distribuito all'interno di periodi di media/lunga durata (da 1 a 6 mesi)