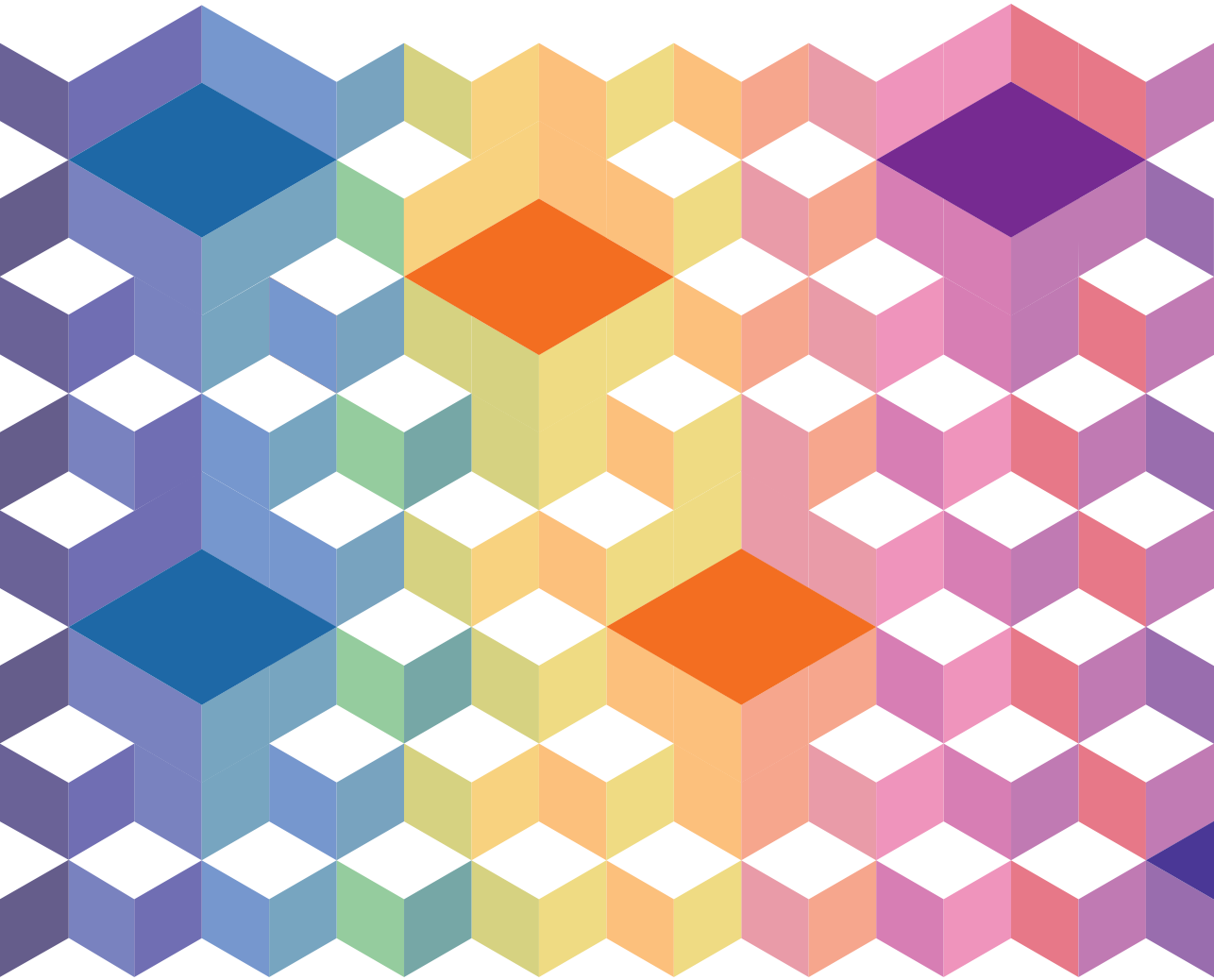


Romagna  
Executive  
Education  
Business School



**FORMAZIONE 2019**  
catalogo corsi



# PERCHÈ REE

*Romagna Executive Education* è al servizio di imprenditori e manager che avvertono la necessità di **approfondire le proprie competenze, valorizzare i propri talenti e incrementare i propri risultati**.

Caratterizzata da un taglio “executive”, REE vuole alimentare una cultura manageriale capace di produrre nuove idee e risultati concreti attraverso processi di conoscenza ad alto valore aggiunto e vuole portare qualità ed innovazione tramite un’offerta formativa in grado di interpretare le nuove esigenze di imprese che competono su un mercato globale.

*Romagna Executive Education* si propone come **partner per le imprese** nella crescita e sviluppo della propria organizzazione, nel ridefinire le proprie linee strategiche, i processi operativi e i sistemi di gestione delle risorse umane, con un approccio centrato sui bisogni specifici del cliente. L’obiettivo è quello di assumere un ruolo di riferimento formativo, professionale e personale per gli imprenditori e manager che parteciperanno alle attività proposte e divenire polo d’attrazione per il territorio provinciale e romagnolo.

## COSA i servizi REE

- **EXECUTIVE PROGRAM:** percorsi innovativi di formazione manageriale per lo sviluppo di competenze tecnico - specialistiche e relazionali;
- **CONSULTING SERVICES:** REE si affianca alle aziende nella definizione di fabbisogni formativi e nella progettazione di interventi ad hoc di formazione aziendale, *coaching* e consulenza;
- **WORKSHOP:** incontri di taglio pratico con esperti del settore, volti ad approfondire attivamente tematiche di attuale interesse e confrontarsi sulle tendenze più innovative.

## COME le metodologie REE

La docenza è affidata ai formatori e liberi professionisti che fanno parte della **Faculty REE**, un gruppo di esperti che si è impegnato collegialmente nella progettazione e programmazione del progetto di sviluppo.

I docenti di tutte le aree tematiche avranno cura di adottare metodologie didattiche che privilegiano l'interazione, la personalizzazione ed il coinvolgimento dei gruppi.

I percorsi di formazione interaziendale REE possono essere seguiti dallo sviluppo di un piano formativo aziendale e/o integrati con **progetti consulenziali**, di *coaching* o di *networking*.

Su richiesta è possibile realizzare alcune attività in azienda in lingua inglese.

# CHI contatti di riferimento

**ree@confindustriaromagna.it**

- Referente: **Elisa Fontana** tel. 0544 210440  
efontana@ilsestanteromagna.it

## ***Sede di Ravenna***

- *Coordinamento:*

- **Martina Sorrentino** tel. 0544 210402  
msorrentino@ilsestanteromagna.it

- *Ufficio Sviluppo:*

- **Silvia Scicchitano** cell. 342.1007618  
sscicchitano@ilsestanteromagna.it

- **Massimiliano Ponzetti** cell. 340.7994418  
mponzetti@ilsestanteromagna.it

- **Valentina Cislghi** cell. 392.2016751  
vcislghi@ilsestanteromagna.it

## ***Sede di Rimini***

- *Coordinamento:*

- **Francesca Mirri** tel. 0541 352781  
fmirri@assoformromagna.it

- *Ufficio Sviluppo:*

- **Federico Pragliola** cell. 334.6687163  
fpragliola@assoformromagna.it

## ***Sede di Forlì-Cesena***

- *Coordinamento:*

- **Antonella Linza** tel. 0547 632358  
alinza@assoformromagna.it

- *Ufficio Sviluppo:*

- **Elisa Brighi** cell. 334.6309206  
ebrighi@assoformromagna.it

# INDICE

ASCOLTO EMPATICO	8
TIME AND PEOPLE MANAGEMENT: la gestione del tempo e della delega	9
VIRTUAL WORK TEAM AND TURBO DECISIONING	10
SELF MARKETING PER CONQUISTARE	11
LEADERSHIP IN CANTIERE. Il difficile equilibrio fra la tensione ai risultati e la valorizzazione delle persone	12
SOCIAL MEDIA MARKETING. I social da stimolo e vendita	13
GESTIRE LA PROPRIA IMMAGINE PER CONDURRE I TEAM DI LAVORO	14
LEGO SERIOUS PLAY PER IL PROBLEM SOLVING	15
BE DIGITAL! Pensa, lavora e interagisci in modo nuovo	16

## LEGENDA

PEOPLE



DIGITAL



MARKETING



MANAGEMENT



# CALENDARIO DEI NOSTRI CORSI

CORSI	ore	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	set	ott	nov	dic
ASCOLTO EMPATICO	8		12										
TIME AND PEOPLE MANAGEMENT: la gestione del tempo e della delega	16			5-28									
VIRTUAL WORK TEAM AND TURBO DECISIONING	8				11								
SELF MARKETING PER CONQUISTARE	8					23							
LEADERSHIP IN CANTIERE. Il difficile equilibrio fra la tensione ai risultati e la valorizzazione delle persone	16						5-12						
SOCIAL MEDIA MARKETING. I social da stimolo e vendita	8							18					
GESTIRE LA PROPRIA IMMAGINE PER CONDURREI TEAM DI LAVORO	8									24			
LEGO SERIOUS PLAY PER IL PROBLEM SOLVING	8										24		
BE DIGITAL! Pensa, lavora e interagisci in modo nuovo	8											14	



C'è chi dice che Dio ci ha dato due orecchie e una sola bocca sapendo che **è due volte più difficile ascoltare che parlare**. L'ascolto infatti richiede energia, interesse, concentrazione ed è la base di una comunicazione sana e autentica. La buona notizia è che questa competenza è **allenabile**.

## Obiettivi

Allenare i partecipanti ad un ascolto autentico e profondo sviluppando il massimo dell'empatia.

## Contenuti

- Acquisire e mantenere consapevolezza sul livello di ascolto che si sta praticando: ignorare, interrompere, pensare a cosa dire dopo, ascolto selettivo, ascolto attento, ma asettico, ascolto empatico.
- Individuare e superare i "filtri" all'ascolto: valori, esperienze personali, emozioni positive, emozioni negative, pregiudizi e preconcetti, uso del linguaggio, ipotesi, curiosità, desideri, interessi.
- Contrastare i nemici dell'ascolto: giudicare, consigliare, interpretare, investigare, proiettare la propria autobiografia.
- Allenarsi all'ascolto empatico attraverso: massima concentrazione, cercare di vedere le cose da un altro punto di vista, spegnere il dialogo interno, esprimere interesse e partecipazione, ascoltare con le orecchie e con gli occhi, dare segnali di ascolto, rispettare le pause, cogliere le parole chiave.
- Saper osservare e calibrare parole, frasi, metafore, voce: ritmo volume e tono, gesti, espressioni del viso, postura, tensione muscolare, respirazione.
- Saper cogliere congruenze e incongruenze tra segnali verbali e non verbali.
- Saper esprimere una migliore sintonizzazione attraverso: calibrazione, ricalco verbale, ricalco non verbale, rispecchiamento empatia e *recipatia*.

## Benefici attesi

L'ascolto empatico è utile sotto numerosi aspetti:

- Aiuta a risolvere i problemi degli altri: può dare loro l'occasione di parlarne, può chiarire il loro pensiero e consentire lo sfogo emotivo necessario.
- Riduce la tensione e dà agli altri l'opportunità di sfogarsi parlando dei loro problemi o punti di vista, liberando l'atmosfera da tensioni e ostilità.

- Facilita la collaborazione: quando le persone pensano che siete veramente interessati ai loro problemi, pensieri e opinioni, vi rispettano e sono più pronte a collaborare.
- Promuove la comunicazione: spesso questa si interrompe perché nessuna delle due parti ha appreso ad ascoltare empaticamente.
- Sviluppa una mente attiva: gli ascoltatori continuano a cercare i sentimenti al di là delle parole di chi parla, tenendo la mente allenata e attenta.
- Aiuta ad accrescere il concetto di sé: il vero ascolto presuppone che le altre persone abbiano valore, dignità e qualcosa da offrire. Questo atteggiamento le fa sentire a proprio agio con se stesse.

## Destinatari

Imprenditori, Manager, Responsabili di funzione, Impiegati, Responsabili commerciali.

## Docenza

**Training Meta** coltiva da oltre trent'anni quelle che oggi, a rivoluzione 4.0 in corso, sono considerate "risorse distintive": rendere le aziende un "posto attraente", aiutare i leader a produrre risultati, benessere e collaborazione, i venditori a garantire clienti soddisfatti, spingere le persone a diventare migliori di quanto pensano di essere.

## Calendario

1 giornata

**12 febbraio 2019** ore 9.00 - 18.00

## Quota di iscrizione

500 € + iva aziende associate

600 € + iva aziende non associate

## Sede

**Assoform Romagna** (sede di **Rimini**)

Via IV Novembre 37 - 47921 Rimini



# TIME AND PEOPLE MANAGEMENT: la gestione del tempo e della delega



“Il tempo è... denaro” direbbero in molti. Di fatto il tempo è molto di più. È la nostra vita.

Quante volte ci capita di dire “Non ho avuto tempo”? Può darsi invece che in realtà abbiamo affidato all’istinto il compito di stabilire le priorità o rinunciato a negoziare importanza ed urgenza delle diverse attività?

Quante volte non abbiamo delegato incarichi pensando: “Faccio io che faccio prima e meglio, mi piace farlo, non ho fiducia, temo di perdere potere?”. Trovare un **bilanciamento fra efficacia ed equilibrio** diventa la base della leadership moderna.

---

## Obiettivi

Allenare i partecipanti a dare massimo valore al tempo come risorsa di cui prendersi responsabilmente cura per ottenere il massimo dell’efficacia e dell’equilibrio. Aiutarli, inoltre, a delegare efficacemente per una corretta gestione del tempo e per la crescita dei collaboratori.

## Contenuti

- Recuperare tempo dall’essere innovatori e vivere positivamente il cambiamento a cominciare da se stessi.
- Dedicare energie e tempo anche alle attività importanti ma non percepite come urgenti.
- Saper mantenere il giusto equilibrio tra la tensione verso gli obiettivi e l’attenzione verso i colleghi, tra la competitività e l’aiutare il collega a “crescere”.
- Trasformare gli obiettivi in risultati. Avere un obiettivo per ogni azione.
- Saper distinguere tra compiti, obiettivi di breve e medio termine.
- Pianificare per obiettivi di breve, medio e lungo periodo: programmi giornalieri, settimanali, mensili.
- Saper rinunciare all’inessenziale e concentrarsi sulle priorità. Saper distinguere ciò che è importante da ciò che è urgente.
- Difendere la propria programmazione sapendo dire NO alle urgenze altrui.
- Saper essere disponibile ma pretendere anche il rispetto delle proprie priorità.
- Saper distinguere tra efficienza ed efficacia, tra perfezionismo e risultati.
- Coltivare la visione che la crescita dei collaboratori sia la più importante funzione del manager ed agire di conseguenza.
- Saper rinunciare alle attività gratificanti e piacevoli ma che possono essere svolte con successo da altri.
- Saper correre consapevolmente dei rischi affidando incarichi o problemi da risolvere a chi deve ancora dimostrare di esserne in grado, prima di doverlo

fare forzatamente per emergenze o mancanza di alternative.

- Mantenere una visione panoramica di ciò che si è delegato per non farsi sorprendere dai ritardi o dagli errori, sentendosi responsabili in prima persona degli insuccessi ottenuti dai propri collaboratori.

## Benefici attesi

I partecipanti acquisiranno maggior consapevolezza su come gestiscono il tempo, le priorità e la delega. Potranno auto-valutarsi sulla propria efficacia e sul proprio equilibrio. Saranno in grado di individuare i “ladri di tempo” e adotteranno modalità e stili comunicativi atti a massimizzare efficacia ed efficienza.

## Destinatari

Imprenditori, Manager, Responsabili di funzione, Responsabili commerciali.

## Docenza

**Training Meta** coltiva da oltre trent’anni quelle che oggi, a rivoluzione 4.0 in corso, sono considerate “risorse distintive”: rendere le aziende un “posto attraente”, aiutare i leader a produrre risultati e benessere e collaborazione, i venditori a garantire clienti soddisfatti, spingere le persone a diventare migliori di quanto pensano di essere.

## Calendario

2 giornate

**5 e 28 marzo 2019** ore 9.00 - 18.00

## Quota di iscrizione

900 € + iva aziende associate

1.000 € + iva aziende non associate

## Sede

**Assoform Romagna** (sede di **Cesena**)

Via Ravennate 959 - 47521 Cesena

# VIRTUAL WORK TEAM AND TURBO DECISIONING



Oggi, nell'era della globalizzazione, centrale è il tema della gestione del lavoro geograficamente distribuito.

Grandi e piccole imprese sono chiamate ad agire in un contesto globale al fine di rimanere competitive. La prova da superare riguarda la creazione di un **ambiente "virtuale" confortevole e collaborativo** che vada oltre le distanze fisiche e temporali.

Ad una elevata flessibilità e costi minori per l'organizzazione di viaggi, si affianca il pericolo dell'insorgere di sentimenti di isolamento, perdita di contatti interpersonali, nascita di incomprensioni, conflitti ed ambiguità nei ruoli.

---

## Obiettivi

- Definire le fondamentali differenze culturali nella comunicazione (*cross-cultural communication*).
- Aumentare la consapevolezza relativa al modo in cui la personalità impatta su una leadership virtuale.
- Identificare i cambiamenti necessari al fine di poter elaborare un'efficace strategia virtuale.
- Affrontare le conflittualità esistenti tra i membri di gruppi a distanza.

## Contenuti

- Analisi delle "Best practices" da porre in atto nella gestione di un team virtuale, la conoscenza delle quali permetterà di creare fiducia reciproca e leale collaborazione all'interno di un ambiente non fisico.
- Lo strumento diagnostico "Chi sei Team Rules" farà emergere quale tipo di comportamento ciascun partecipante solitamente adotta, più o meno consapevolmente, all'interno del proprio team di lavoro: analisi di come le singole personalità di una équipe possono promuovere o frenare lo sviluppo aziendale.
- Lavoro di gruppo per elaborare una mappatura e conseguente scaletta di priorità di ciò che ostacola il progresso del *virtual team*.
- Il modello di Richard Lewis nella sua opera "When Cultures Collide" consentirà, concentrandosi sulle radici culturali degli individui, di prevedere con un elevato grado di accuratezza in che modo gli altri reagiranno ai nostri piani e come essi si avvicineranno a noi.
- Con il video dal contenuto tecnico si illustreranno le più innovative tecnologie a supporto del *virtual work* a cui seguirà un'esercitazione a gruppi guidata dal docente.

## Benefici attesi

Al termine di questo corso i partecipanti avranno degli strumenti utili e pratici da poter utilizzare nel loro lavoro quotidiano di gestione del lavoro in team virtuali. Questo permetterà loro di raggiungere i risultati attesi del gruppo di lavoro e rispettare scadenze ed obiettivi aziendali.

## Destinatari

Direttori, Responsabili di funzione e chiunque gestisca un team virtuale.

## Docenza

**Phil Taylor** laureato all'Università di Cambridge, è da più di 30 anni in Italia. È stato dirigente presso Galgano Associati e SCS, direttore generale di Polimoda di Firenze e Campus della Moda di Carpi, Presidente del Toastmaster Club di Bologna. Attualmente è *Senior Advisor* presso Aster Emilia Romagna ed è Console Onorario del governo britannico per il *Department of International Trade*. Svolge la sua attività di consulente strategico, moderatore, coach e formatore sia in italiano che in inglese, in collaborazione con grandi brand quali Caterpillar, CRIF, Danfoss, Datalogic, Emerson, Lamborghini, Kerakoll, con Associazioni professionali e di categoria e con l'Università di Bologna.

## Calendario

1 giornata

**11 aprile 2019** ore 9.00 - 18.00

## Quota di iscrizione

400 € + iva aziende associate

500 € + iva aziende non associate

## Sede

**Il Sestante Romagna**

Via Barbiani 8/10 - 48122 Ravenna

# SELF MARKETING PER CONQUISTARE



Oggi, ogni bravo professionista non può più accontentarsi di avere competenze tecnico specialistiche, soprattutto nella relazione con i diversi interlocutori: colleghi, clienti, fornitori etc. Saper convincere di più e meglio, **affinare le proprie doti comunicative**, saper gestire resistenze e vecchie abitudini significa avere più “freccie al proprio arco”.

## Obiettivi

- Aumentare e rinnovare le capacità persuasive, sia all'interno sia all'esterno dell'azienda, per piacere alla prima impressione, convincere velocemente, portare le persone nelle direzioni volute.
- Individuare e gestire le bolle di comfort nostre e dei clienti.
- Mappare ed estrarre i processi decisionali degli interlocutori per guidarli senza che se ne accorgano.
- Applicare il *Think Marketing Approach* nelle nostre relazioni.
- Allenare ed affinare i linguaggi della comunicazione, con un occhio alla PNL.
- Utilizzare metodo e strumenti del self-marketing applicandoli a noi stessi, il miglior prodotto che abbiamo.
- Saper applicare metodi e tecniche brillanti tratte dalle neuroscienze, sia nelle relazioni aziendali, sia nella vita privata.
- Sperimentare e fare allenamento sui nostri casi aziendali e personali per trovare soluzioni nuove a problemi vecchi.
- Rafforzare personalità, leadership e carisma individuando il nostro stile personale per affinarlo.
- Arginare resistenze, vecchie abitudini, per rinnovare il modo di vivere e gestire le relazioni tra persone sia della propria sia delle altre funzioni, favorendo la comunicazione snella, pratica, veloce.

## Contenuti

- Principi di *Self-Marketing* nelle vendite.
- *Think marketing approach*.
- La bussola manageriale.
- Obiettivo Vs risultato.
- *Brand value*: il valore del tuo brand.
- Come presenti la tua azienda: *dos' e dont's*.
- Neuromarketing: cos'è a cosa serve.
- Mappatura dei profili: il sistema VAK nella pratica.

## Benefici attesi

Al termine del corso i partecipanti saranno in grado di progettare e sviluppare una strategia di *Content Marketing* efficace, creare contenuti professionali avvalendosi dei migliori strumenti digitali disponibili sul mercato, ideare un progetto di *Corporate Storytelling* integrato online e offline, creare una *Brand Identity* in grado di coinvolgere (ed emozionare) i diversi pubblici di riferimento sia in contesti B2B che B2C.

## Destinatari

Direttori Marketing, Responsabili Comunicazione, Digital Marketing Specialist, Social Media Manager, eCommerce Manager.

## Docenza

**Daniela Bassetto** ha un'esperienza internazionale nel settore marketing, comunicazione, risorse umane, maturata ricoprendo ruoli di manager e direttore marketing, comunicazione, branding in gruppi multinazionali americani, tra cui Emerson Corporation - Liebert Hiross - e Speedline-Amcast Corporation. Giornalista, iscritta all'Ordine, ora è *executive project leader* per le aziende e formatore.

Ha sviluppato la metodologia "*Interactive Training - T.I.A. Training in Action*", che garantisce l'interattività, da parte dei partecipanti, per almeno il 70% del tempo formativo.

## Calendario

1 giornata  
**23 maggio 2019** ore 9.00 - 18.00

## Quota di iscrizione

500 € + iva aziende associate  
600 € + iva aziende non associate

## Sede

**Assoform Romagna** (sede di **Cesena**)  
Via Ravennate 959 - 47521 Cesena

# LEADERSHIP IN CANTIERE

## Il difficile equilibrio fra la tensione ai risultati e la valorizzazione delle persone



Il modulo formativo verte sugli elementi caratterizzanti la complessità dell'ambiente organizzativo e sul loro riflesso nell'espressione del ruolo manageriale: l'instabilità degli assetti e delle competenze chiave, il mutamento dei fattori determinanti la produttività e l'engagement del personale, il breve termine previsionale e i conseguenti vincoli alla programmazione.

Più in particolare, approfondisce le **peculiarità del ruolo manageriale** in seno a un'organizzazione in cambiamento, con riguardo specifico allo **sviluppo dell'autorevolezza**. Verranno trattate le variabili psico-sociali implicate nel riconoscimento della leadership da parte dei membri del gruppo di lavoro: la creazione della fiducia, la competenza specialistica e il suo insegnamento, la fermezza decisionale, il coraggio, l'umiltà, l'equità, l'energia, la capacità di contenere l'ansia altrui.

### Obiettivi

**Giornata 1 - Laboratorio esperienziale condotto con metodo d'azione psicodrammatico**

- Esplorare il proprio vissuto personale nel ruolo di capo.
- Prendere coscienza e condividere il proprio sistema di valori operativi ed esperienze rispetto al ruolo.
- Rivisitare la propria storia professionale e collegarla agli impegni futuri identificando le proprie risorse e i propri vincoli.

**Giornata 2 - Workshop: anatomia della leadership**

- Conquistare una chiara visione dei comportamenti funzionali al consolidamento dell'autorevolezza nella guida del gruppo di lavoro.

### Contenuti

- I fattori di complessità implicati nella gestione del gruppo di lavoro e i relativi rimedi pratici.
- La due facce organizzative del *follower* e la promozione della collaborazione.
- Il comportamento direzionale e il comportamento di relazione.
- Le caratteristiche del comportamento autorevole in ambito lavorativo: gli otto luoghi di azione per diventare un punto di riferimento credibile nella squadra.
- Il tema centrale della fiducia: da cosa dipende e come coltivarla.
- Errori manageriali: la gestione "per speranze e scappatoie", la gestione "per rimproveri e minacce", la "gestione per eccezioni", gli arroccamenti, le incapacità.
- Il problema della motivazione delle persone.
- I fattori della percezione di auto-efficacia: autostima e fiducia in sé.

### Benefici attesi

Il valore aggiunto più forte è il potere di riflettere su se stessi, sulle proprie caratteristiche di comportamento, sulle proprie risorse interiori, sul senso per-

sonale attribuito al ruolo di manager, sui valori che guidano le scelte quotidiane, sul modo di leggere le persone, ricavandone rinnovata energia e forte determinazione nell'espressione del ruolo. Al termine del corso i partecipanti avranno una visione concreta e allenabile dei comportamenti organizzativi efficaci propri di una leadership adeguata al contesto operativo. A tal fine ciascuno definirà un piano d'azione personale per potenziare la propria efficacia professionale (fattori di comportamento da mantenere, fattori di comportamento da adottare ex novo, fattori di comportamento da eliminare).

### Destinatari

Responsabili di funzione; tutti colori che gestiscono gruppi di lavoro.

### Docenza

**Francesco Muzzarelli** Senior trainer aziendale nell'area *Management Education*, consulente e formatore presso imprese, Pubblica Amministrazione e Università. Professore a contratto presso la Scuola di Psicologia e Scienze della Formazione dell'Università di Bologna. Dal 1992 ad oggi è autore di oltre 120 scritti pubblicati da riviste specializzate o costituenti volumi autonomi (attualità economico - aziendale, analisi empiriche, manuali professionali, testi per la didattica universitaria, studi di sistemazione teorica).

### Calendario

2 giornate

**5 e 12 giugno 2019** ore 9.00 - 18.00

### Quota di iscrizione

700 € + iva aziende associate

800 € + iva aziende non associate

### Sede

**Il Sestante Romagna**

Via Barbiani 8/10 - 48122 Ravenna

# SOCIAL MEDIA MARKETING

## I social da stimolo a vendita



I social media sono diventati gli strumenti principali per **promuovere** un prodotto, un servizio o il brand aziendale anche perché sono divenuti la principale fonte d'informazione e di stimolo per le persone, il luogo virtuale dove discutere o condividere le esperienze di tutti i giorni o semplicemente un'opportunità per far sentire la propria voce.

---

### Obiettivi

Oltre ai tecnicismi dei singoli social per ottenere successo è importante differenziarsi attraverso un approccio strategico per ogni social media utilizzato (*Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter*) in modo da utilizzarli in maniera efficace a seconda del tipo di target di riferimento a cui sono destinati i nostri contenuti.

### Contenuti

- *Facebook*: come creare e gestire la presenza su *Facebook*.
- *Facebook ADS*: come creare una campagna informativa pubblicitaria.
- Ottenere il massimo dalla profilazione del pubblico.
- *LinkedIn* per le aziende: come definire la strategia su *LinkedIn*.
- Generare fiducia per ottenere contatti.
- La possibilità di comunicare direttamente agli *stakeholders* e ai *decision makers*.
- *Instagram*: come creare e gestire un profilo *Instagram*.
- Come sfruttare tutti i suoi strumenti.
- Le strategie per una corretta impostazione.
- *Twitter*: il *microblogging* perfetto per il *realtime*.
- Come gestire le informazioni di servizio su *Twitter*.
- *Social media manager*: come organizzare il lavoro.
- Tecniche per comunicare efficacemente sui *social network*.
- Come gestire più *social network* contemporaneamente con la *social media automation*.

### Benefici attesi

Il corso permetterà di sviluppare la capacità di gestire e creare le corrette strategie di *social media marketing*.

### Destinatari

Direttori Generali, Imprenditori, Marketing manager, Sales manager, Responsabili Comunicazione.

### Docenza

**Francesco De Nobili** svolge attività di docenza, ricerca e consulenza in *digital marketing*. È relatore e divulgatore scientifico nei più importanti eventi di *digital marketing* in Italia; docente nelle università italiane più prestigiose, lavora da anni ad un Osservatorio permanente sul *digital marketing*, i cui risultati sono riportati all'interno dei libri di cui è autore.

### Calendario

1 giornata

**18 luglio 2019** ore 9.00 - 18.00

### Quota di iscrizione

400 € + iva aziende associate

500 € + iva aziende non associate

### Sede

**Assoform Romagna** (sede di **Rimini**)

Via IV Novembre 37 - 47921 Rimini

# GESTIRE LA PROPRIA IMMAGINE PER CONDURRE I TEAM DI LAVORO



L'immagine del leader, del manager e del dirigente deve corrispondere alle aspettative dei collaboratori che dirige ed essere coerente con l'immagine che l'azienda vuole trasmettere al mercato. Contribuiscono a costruire l'immagine aziendale la qualità del servizio offerto, l'attenzione ai bisogni del cliente e la comunicazione dell'azienda, ma sono i collaboratori a veicolare all'esterno questa immagine attraverso il loro diretto contatto con i clienti e anche con chiunque entri in contatto con l'impresa. Pertanto è fondamentale che la leadership sia in grado di **rendere coerente ed efficace il comportamento dei propri collaboratori**.

## Obiettivi

Analizzare l'immagine che la propria azienda trasmette al mercato con l'obiettivo di valorizzare i punti di forza e di riformulare gli aspetti che non rispecchiano la *mission* e la *vision* aziendale.

## Contenuti

- L'immagine come condivisione: condividere la propria immagine per la ripartizione dei ruoli e le conseguenti responsabilità di ciascuna funzione anche in base alle potenzialità e alle criticità di ogni risorsa al fine di ottenere un team collaborativo e vincente.
- Chi comunica cosa: all'interno di un'azienda ogni elemento ricopre un ruolo specifico e la consapevolezza di cosa si comunica in relazione al ruolo che si ricopre gioca un ruolo fondamentale per la credibilità aziendale, per il clima lavorativo e soprattutto per la formazione del team di lavoro.
- Le aspettative del cliente interno: sapere recepire e soddisfare le aspettative comunicative del cliente interno significa mantenere un'immagine coerente con la filosofia aziendale agli occhi di clienti e fornitori e significa inoltre trasmettere sicurezza al proprio gruppo di lavoro.
- Esercizi di comunicazione: esercitazioni pratiche di comunicazione efficace.

## Benefici attesi

Al termine del percorso i partecipanti acquisiranno una nuova consapevolezza su come e cosa è bene comunicare per migliorare le relazioni interne.

## Destinatari

Imprenditori, Direttori generali, Direttori e Amministratori Delegati.

## Docenza

**Carmen Del Bene** è un direttore e un consulente aziendale del **Centro Formazione Wonderful**, che dal 1975 progetta percorsi nell'area dello sviluppo delle risorse umane: specializzata nell'area della leadership, da oltre 25 anni affianca aziende e imprenditori attraverso la consulenza e la progettazione di corsi "su misura" personalizzati per rispondere alle specifiche esigenze di ogni singola azienda.

**Erika Cassani** è un formatore e un consulente aziendale del **Centro Formazione Wonderful**: specializzata nell'area della gestione dei conflitti e delle relazioni in azienda.

## Calendario

1 giornata

**24 settembre 2019** ore 9.00 - 18.00

## Quota di iscrizione

400 € + iva aziende associate

500 € + iva aziende non associate

## Sede

**Assoform Romagna** (sede di **Cesena**)

Via Ravennate 959 - 47521 Cesena

# LEGO SERIOUS PLAY PER IL PROBLEM SOLVING



Con i Lego si usano i mattoncini per costruire modelli reali del mondo reale; con **Lego Serious Play** si usano **i mattoncini per costruire modelli reali di idee e concetti**.

Lego® Serious Play® è una metodologia per pensare, comunicare e risolvere problemi, dove i partecipanti sono guidati da un facilitatore attraverso una serie di domande. Ogni partecipante costruisce un proprio modello 3D Lego® in risposta alle domande del facilitatore; i modelli 3D servono come base per l'interazione in gruppo, la condivisione delle conoscenze, la creazione di soluzioni condivise e il *decision-making*.

## Obiettivi

Nella formazione sarà possibile apprendere lo strumento dei Lego Serious Play applicato al problem solving, attraverso il quale si imparerà come:

- accelerare l'analisi e la descrizione del problema;
- facilitare l'individuazione di soluzioni;
- condividere modelli;
- creare nuovi modelli integrati e condivisi.

## Contenuti

- Introduzione ai *Lego Serious Play*.
- Prendere confidenza con il processo di creazione e verbalizzazione.
- La situazione e il problema: un caso.
- La soluzione: la descrizione e la decodifica.
- Riesame del processo di creazione e di sintesi.
- Un problema complesso.
- Creazione di una soluzione con un modello integrato.

## Benefici attesi

Al termine del corso i partecipanti noteranno di aver attivato attenzione e partecipazione, scambiato conoscenza tra tutti i partecipanti con un linguaggio comune, creato modelli che hanno consentito lo sviluppo di *debrief* operativi utili e utilizzabili sin da subito.

## Destinatari

Chiunque voglia apprendere un sistema veloce per definire un problema e una o più possibili soluzioni, capace di coinvolgere e attivare i partecipanti alla sessione di *problem solving*.

## Docenza

**Emmanuele Del Piano** consulente e formatore dal 2000, in precedenza ha rivestito incarichi di progettista e training manager per importanti multinazionali delle macchine movimento terra per poi diventare consulente in ambito Project Manager per aziende manifatturiere e del settore ICT con particolare attenzione per l'ambito e-commerce. Attualmente è Consulente e Fondatore di People 3.0. Dal 2000 si occupa di formazione in ambito *Project Management*, *Agile Management*, *Problem Solving*, *Facilitazione Creativa*, *dinamiche relazionali*.

## Calendario

1 giornata

**24 ottobre 2019** ore 9.00 - 18.00

## Quota di iscrizione

350 € + iva aziende associate

450 € + iva aziende non associate

## Sede

**Assoform Romagna** (sede di **Rimini**)

Via IV Novembre 37 - 47921 Rimini

# BE DIGITAL!

## Pensa, lavora e interagisci in modo nuovo



Il digitale non è solo tecnologia. Il digitale è abilitatore di trasformazioni: è una dimensione culturale che può alimentare le più straordinarie innovazioni e, se compresa a fondo, rendere possibile l'impossibile. Portare la **cultura digitale** in azienda è il primo - e indispensabile - passo per avviare una trasformazione digitale di successo. Dalla progettazione al lancio di prodotto, dal *pre-sales* al post-vendita, dalla relazione con i clienti alla gestione di tutta la catena del valore: ogni area aziendale può e deve **ripensare le proprie attività in chiave digitale**. Il valore che se ne trae è un profondo miglioramento dei processi operativi, collaborativi e di comunicazione internamente e con il mercato, una maggiore capacità di raggiungere e soddisfare i clienti attuali e potenziali e di innovare prodotti e servizi in modo da anticipare bisogni e aspettative e garantire una **crescita progressiva del business**.

### Obiettivi

Be Digital! è un laboratorio di innovazione digitale studiato per far acquisire a tutte le risorse umane dell'azienda - e non solo a quelle di Marketing - una nuova visione sul digitale per trasformarlo da "fenomeno tecnologico" a "leva competitiva" per lo sviluppo dei team e del business.

### Contenuti

#### Introduzione ai temi della Trasformazione Digitale:

- Gli impatti della *Digital Disruption* sul Business.
- Il vantaggio digitale: *Go Digital or Go Home* e la Creazione del Valore attraverso il Digitale.
- Le nuove sfide: *Industria 4.0, Social, Mobile, Cloud, IOT, Dematerializzazione, Big Data, Smart Working, Collaboration*.
- Diventare una *Digitally Skilled Company*.

#### HR e Trasformazione Digitale:

- La differenza tra "sembrare digitali" vs "essere digitali" e tra "competenze digitali" e "attitudine digitale".
- *Digital Readiness*: strumenti per misurare la maturità digitale interna.
- Da dove iniziare: i passi giusti per una *roadmap* di trasformazione digitale di successo.
- *Digital Transformation Team*: obiettivi, ruoli e responsabilità.

#### La cultura digitale per un nuovo approccio al cliente:

- Il cliente è al posto di guida: ripensare la *value chain* con il cliente al centro.
- Come cambia l'interazione con il cliente iperconnesso: *offline, online, real-time*.
- Gestione integrata dell'esperienza d'acquisto omnicanale: *Customer Journey* e *Lifecycle Management*.
- Analizzare l'impatto sul business: nuovi modelli operativi, organizzativi e di valutazione.
- I nuovi ruoli: *digital leader* e *digital growth officer*.

### Benefici attesi

Al termine del corso i partecipanti conosceranno: strumenti, modelli e casi di eccellenza per sviluppare la cultura digitale in azienda; vantaggi offerti dai nuovi media; le più avanzate metodologie per migliorare i processi collaborativi e di comunicazione dentro e fuori dall'azienda; la "cassetta degli attrezzi condivisa" per costruire una cultura aziendale "Customer Centric".

### Destinatari

Imprenditori, Direttori Generali, Direttori IT, Direttori Qualità e Organizzazione, Direttori Commerciali e Marketing, Responsabili AFC, Direttori e Responsabili Risorse Umane.

### Docenza

**Giulia Ruta** *Digital innovation strategist*, da anni affianca aziende, imprenditori e startup ad alto potenziale per massimizzarne la crescita attraverso le opportunità offerte dal digitale. Consulente e formatrice di marketing strategico e *new media*, esperta di nuovi modelli di *business* e innovazione digitale: dal *design thinking* al *growth hacking*. Collabora con diversi acceleratori di impresa e centri per l'innovazione.

### Calendario

1 giornata

**14 novembre 2019** ore 9.00 - 18.00

### Quota di iscrizione

500 € + iva aziende associate

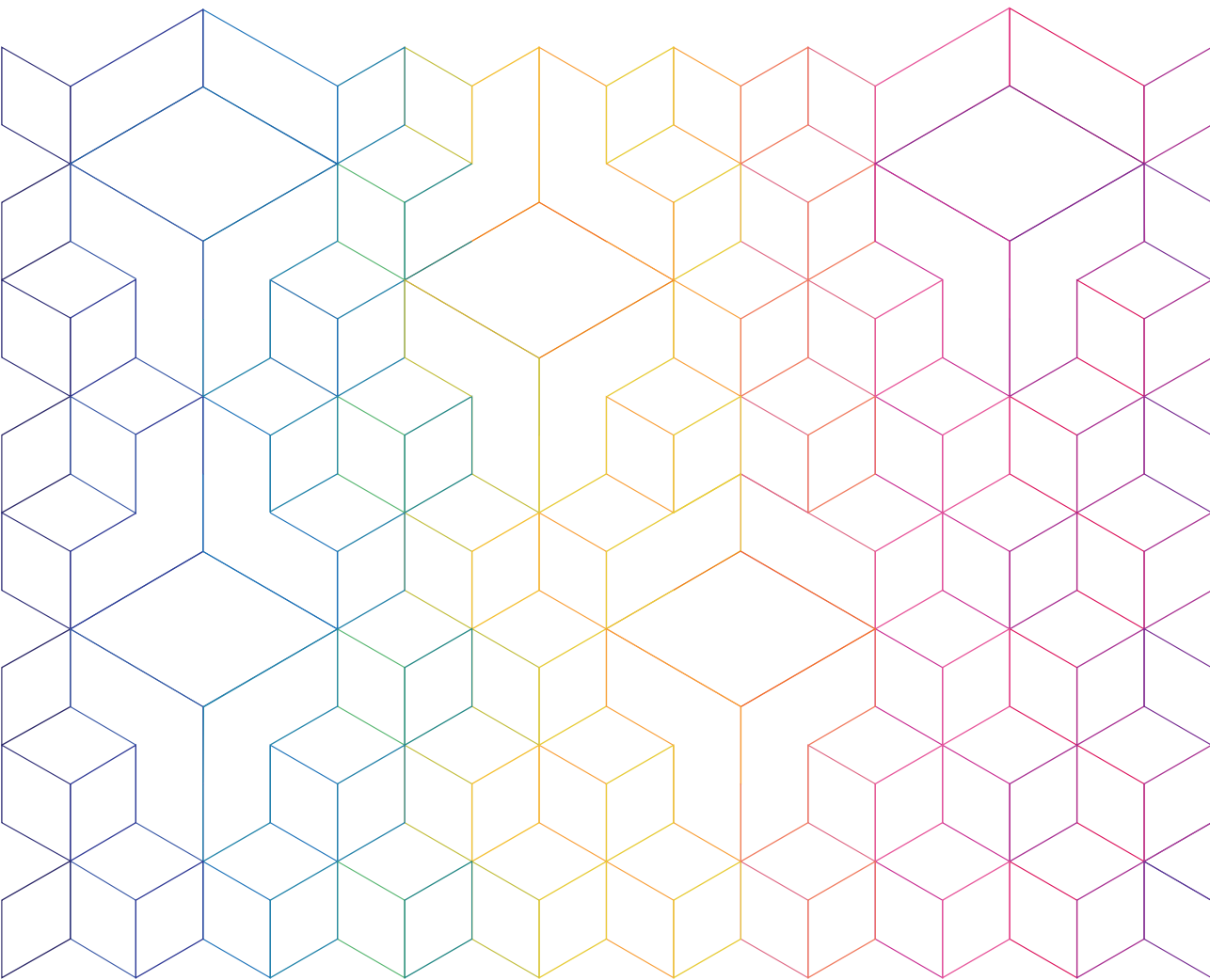
600 € + iva aziende non associate

### Sede

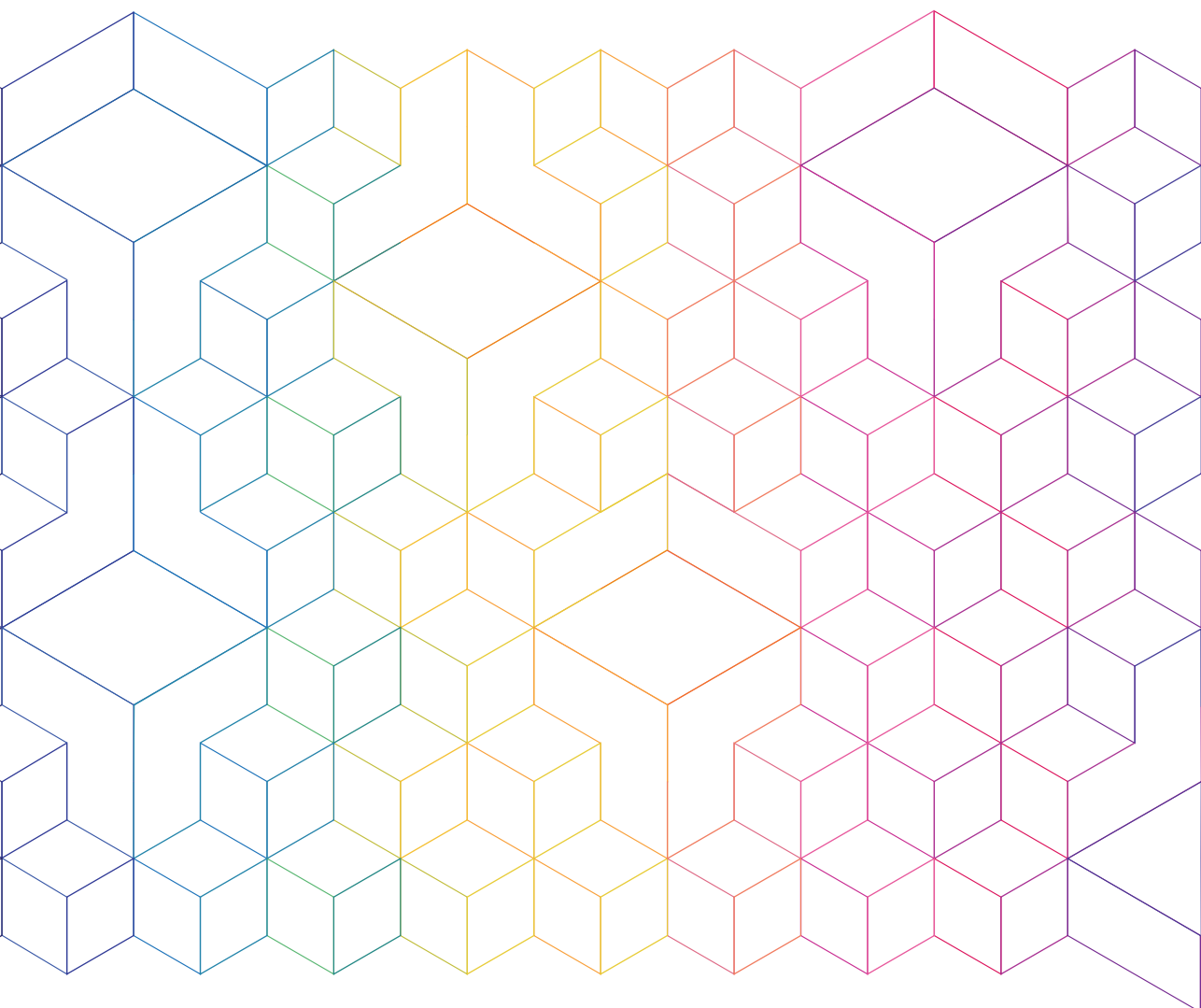
**Il Sestante Romagna**

Via Barbiani 8/10 - 48122 Ravenna





# CONSULENZA SU MISURA



# BRAND STRATEGY & INNOVAZIONE DIGITALE

## Trasformare il digitale da fenomeno tecnologico a leva competitiva

Le aziende oggi si devono misurare con un contesto di **innovazione tecnologica** senza precedenti, una trasformazione che coinvolge persone, processi e prodotti e che ha già raggiunto il consumatore finale e il cliente business.

Il corso illustra i metodi e gli strumenti più innovativi per progettare, gestire e rafforzare la strategia e il posizionamento del proprio brand nei mercati di riferimento, agendo in modo integrato e sinergico su tutti i media, digitali e tradizionali. La costruzione di una **Brand Identity** vincente parte dalla capacità di analisi e ascolto della rete, per poi definire strategia, esecuzione e controllo con l'obiettivo di massimizzare la relazione con i segmenti obiettivo, attraverso tutti i canali e tutti i punti di contatto dell'azienda, ragionando in termini di integrazione online/offline, omnicanalità e **customer experience**.

---

### Obiettivi

Il corso fornisce un quadro integrato di strumenti, metodologie e casi di studio sulle esperienze di marketing digitale più efficaci e sulle piattaforme tecnologiche più innovative per disegnare e implementare la più efficace strategia di mercato in contesti business e consumer.

### Contenuti

- Il cliente è al posto di guida. Ripensare il *Marketing Mix* con il Cliente al centro.
- Identificare e rafforzare la Corporate e la *Brand Identity* sul Web e sui Social.
- Costruire una presenza digitale (Web - Social - Mobile) coerente con il posizionamento dell'azienda e del marchio.
- Organizzare un passaparola positivo sul marchio e sui prodotti.
- Disegnare il Percorso d'Acquisto più efficace: *Reach, Engage, Nurture, Convert, Retain*.
- Lavorare sul medio-lungo periodo: strategie e tecniche di fidelizzazione e *loyalty program*.
- Massimizzare sinergie e vantaggi legati al "customer engagement": creazione di contenuti da parte dei consumatori, recensioni e opinioni spontanee, *social contest* e campagne virali.
- Comprendere e utilizzare nel modo corretto le tecniche di *storytelling* e *content marketing*.
- *Advertising vs Publicity*: differenze, sinergie e uso integrato di digital P.R., *influencer*, *brand evangelist* ed *employee branding*.
- Stabilire una metodologia di monitoraggio della reputazione online della propria azienda, dei marchi, dei competitor.
- Prevenire e gestire una crisi digitale.
- Misurare il RoBI (Ritorno sul *Brand Investment*).

### Benefici attesi

Al termine del corso i partecipanti avranno acquisito una nuova visione sul digitale, trasformandolo da "fenomeno tecnologico" a "leva competitiva" per lo sviluppo del brand.

Si apprenderanno strategie, strumenti e metodi per costruire una relazione positiva e duratura con i diversi pubblici di riferimento dell'azienda al fine di arricchire la forza, l'autorevolezza e le opportunità di business del brand sia online che offline.

Casi di successo, simulazioni ed esercitazioni pratiche completeranno la solida cornice teorica, per fornire ai partecipanti un quadro completo e immediatamente applicabile in azienda.

### Destinatari

Imprenditori, Direttori Generali, Direttori Marketing, Direttori Comunicazione, *Customer Experience Officer*, Direttori vendite, Direttori IT.

### Docenza

**Giulia Ruta** *Digital innovation strategist*, da anni affianca aziende, imprenditori e startup ad alto potenziale per massimizzarne la crescita attraverso le opportunità offerte dal digitale. Consulente e formatrice di marketing strategico e *new media*, esperta di nuovi modelli di *business* e innovazione digitale: dal *design thinking* al *growth hacking*. Collabora con diversi acceleratori di impresa e centri per l'innovazione.

# LE PAROLE SONO PONTI

## Criteria di governo del linguaggio

**Il linguaggio è un enorme arsenale**, col quale è facile ferirsi: molti guai della comunicazione derivano dall'effetto mentale prodotto dalle parole. Le incomprensioni nascono infatti dalla discrepanza fra le deduzioni di chi ascolta le parole che pronunciamo e le nostre attese sulla sua interpretazione.

Ne basta una fuori posto o il cui senso non è chiaramente condiviso fra le parti.

Mettere insieme le **parole giuste** è un'arte sottile e potente, troppo spesso ignorata o abbandonata al comune buon senso.

---

### Obiettivi

Apprendere a scegliere le parole appropriatamente, alla luce della consapevolezza del loro effetto psicologico sui nostri interlocutori.

### Contenuti

- Come (non) farsi male con le parole: il potere del linguaggio.
- I principi per comunicare in modo autentico e costruttivo.
- Fare scelte linguistiche appropriate per dialogare, evitare la negatività e creare accordi:
  - messaggi in prima persona versus messaggi in seconda persona;
  - collocazione delle congiunzioni avversative;
  - parole e verbi del dubbio e dell'approssimazione;
  - parole banalizzanti;
  - parole e frasi a valenza suggestiva negativa;
  - parole e frasi a valenza suggestiva positiva;
  - parole e verbi che evocano collaborazione;
  - verbi che evocano controllo ed efficacia;
  - parole e frasi evocanti falsità;
  - formule di cortesia.

### Benefici attesi

I partecipanti sapranno impiegare le risorse linguistiche funzionalmente allo sviluppo della fiducia interpersonale e della collaborazione, competenza chiave per chi svolge un'attività professionale centrata sulla qualità della relazione, nella quale essere chiari e incisivi e prevenire situazioni di conflitto è decisivo.

### Destinatari

Tutti gli attori organizzativi, con particolare riguardo a coloro che impiegano la comunicazione orale e scritta come strumento di lavoro quotidiano.

### Docenza

**Francesco Muzzarelli** Senior trainer aziendale nell'area *Management Education*, consulente e formatore presso imprese, Pubblica Amministrazione e Università. Professore a contratto presso la Scuola di Psicologia e Scienze della Formazione dell'Università di Bologna.

Dal 1992 ad oggi è autore di oltre 120 scritti pubblicati da riviste specializzate o costituenti volumi autonomi (attualità economico - aziendale, analisi empiriche, manuali professionali, testi per la didattica universitaria, studi di sistemazione teorica).

# LEADERSHIP E ASSERTIVITÀ

Per guidare il proprio team o semplicemente indirizzare correttamente le persone che lavorano con noi sono indispensabili alcune caratteristiche: **la leadership e l'assertività**. Questo corso vuole illustrare come il giusto mix di queste due importanti *skills* possa portare a grandi risultati personali e dell'intero gruppo di lavoro.

---

## Obiettivi

- Comprendere le differenze tra i comportamenti aggressivi, passivi ed assertivi.
- Migliorare le proprie capacità interpersonali.
- Conoscere i diversi stili di leadership e come metterli in pratica.
- La leadership nella gestione delle situazioni e del team.

## Contenuti

- *Ruolo del leader*: il docente evidenzierà attraverso un test le peculiarità di ciascun profilo e come queste possano essere utilizzate al meglio.
- *Hot Spot Thinking ed il ruolo della leadership*: verrà esplicitato il concetto di "Hot Spot Company", basato sulla ricerca della Professoressa Lynda Gratton. Tale ricerca sostiene che una società possa raggiungere migliori risultati in termini di performance grazie ad attività e strategie messe in atto da un personale che opera in un ambiente creativo, vivo e motivante, dove vince l'atteggiamento proattivo e collaborativo e dove non c'è spazio per rivalità e competitività interpersonali.
- *Communication channels and leadership impacts*: cosa si intende per ingegneria della comunicazione. Quali vantaggi può apportare un tipo di comunicazione attentamente strutturata.
- *Behavioural styles*: elementi distintivi di un comportamento assertivo, *body language* e comunicazione verbale.
- *La dispositional assertiveness*: come far sì che le conoscenze uniche di un membro critico del team siano a disposizione dell'intero gruppo di lavoro; l'assertività nella corretta gestione del proprio team di lavoro.

## Benefici attesi

Al termine di questo corso i partecipanti avranno degli strumenti utili e pratici da poter utilizzare nel loro lavoro quotidiano. Potranno da subito applicare i concetti appresi di leadership ed assertività nelle attività da svolgere.

## Destinatari

Direttori, Responsabili di funzione, Manager e chiunque si trovi a dover gestire altre persone ed abbia necessità di trovare il giusto mix tra leadership ed assertività per farlo.

## Docenza

**Francesco Muzzarelli** Senior trainer aziendale nell'area *Management Education*, consulente e formatore presso imprese, la Pubblica Amministrazione e l'Università. Professore a contratto presso la Scuola di Psicologia e Scienze della Formazione dell'Università di Bologna.

Dal 1992 ad oggi è autore di oltre 120 scritti pubblicati da riviste specializzate o costituenti volumi autonomi (attualità economico - aziendale, analisi empiriche, manuali professionali, testi per la didattica universitaria, studi di sistemazione teorica).

# TEAM MOSAICO

## La metafora come possibilità di scoperta di sé e osservazione di dinamiche di gruppo aziendali

Il team building spesso è associato all'idea di corso outdoor. Ci sono anche altre tecniche che portano a risultati simili attraverso un'esperienza diversa, ad esempio creativa. Il **mosaico** è un insieme di tessere che formano un disegno, una storia, oggettivamente un quadro. Il lavoro di gruppo all'interno dell'azienda porta ad un risultato e sorgono problemi proprio qualora manchi il "pezzo" di lavoro di qualcuno. Che effetto farebbe, infatti, se all'interno di un quadro di mosaico mancasse un pezzo?

Nel lavoro a volte non è così evidente, ma un esempio può essere rappresentato da un problema relazionale, un conflitto tra reparti oppure la modifica di uno strumento che utilizziamo quotidianamente. Le persone pongono infatti sempre delle resistenze poiché preferiscono restare nella propria *comfort zone*, ovvero nell'area che conoscono e in cui sanno muoversi al meglio.

---

### Obiettivi

Aumentare la collaborazione e la motivazione, oltre che la fiducia nei membri del team e creare integrazione. Questa attività stimola la creatività e la comunicazione, fa emergere le possibili modalità con cui si affronta la pianificazione e la gestione del tempo per il raggiungimento degli obiettivi.

### Contenuti

- Presentazione della tecnica del mosaico.
- Conoscenza dei materiali e degli strumenti.
- Pianificazione e progettazione dell'opera.
- Realizzazione.
- Analisi del lavoro e *debriefing*.

Al termine del percorso il prodotto realizzato resterà ai partecipanti e/o all'azienda.

### Benefici attesi

Al termine del corso i partecipanti avranno acquisito una conoscenza più approfondita di loro stessi e avranno uno sguardo diverso sulle modalità per affrontare le sfide quotidiane.

Si denoterà inoltre una maggiore coesione all'interno del team e un maggior utilizzo del pensiero laterale e creativo.

### Destinatari

Tutti i team aziendali reali e interfunzionali.

### Docenza

**Roberta Francia** consulente organizzativo e formatrice senior, specializzata in percorsi di sostegno al cambiamento aziendale e comunicazione.

Progetta e realizza percorsi aziendali di crescita personale, e team building. Esperta in attività di *counselling* e *team coaching* per alta direzione e *middle management*.

**Anna Finelli** da oltre 20 anni crea produce e vende mosaici realizzati con la tecnica musiva bizantina. Trainer di corsi brevi e intensivi sulla storia e la realizzazione di mosaici.

# SMART WORK, IL LAVORO AGILE

## Accompagnare il cambiamento e cogliere le opportunità offerte dal lavoro smart

Il lavoro agile è una modalità di esecuzione del rapporto di lavoro subordinato da eseguire in parte all'interno dei locali aziendali e in parte all'esterno senza una postazione fissa, entro i soli limiti di durata massima dell'orario di lavoro giornaliero e settimanale. Lo **smart work** si basa, inoltre, sull'utilizzo delle nuove tecnologie "mobili" per permettere ai lavoratori di connettersi e svolgere le proprie attività anche in remoto.

È importante non considerare il lavoro agile soltanto come "lavoro da casa": il lavoro in ufficio può essere *smart*, attraverso un **utilizzo degli spazi e del tempo altamente flessibili** e una responsabilizzazione dei dipendenti basata sulla fiducia reciproca. L'adozione di una visione del lavoro *smart* richiede che vengano effettuate considerazioni sulla struttura dell'azienda, i processi organizzativi, l'uso di nuove tecnologie e strumenti, l'organizzazione di spazi e tempi adeguati e il potenziamento delle competenze. Ciò è necessario per fare in modo che la flessibilità prevista dal lavoro *smart* non venga considerata sinonimo di precarietà, ma permetta al lavoratore di acquisire l'autonomia necessaria ad organizzare le proprie attività al meglio.

---

### Obiettivi

- Responsabilizzare le persone: il lavoratore deve essere pronto a gestire l'autonomia derivante dall'adozione dalla prospettiva di *smart working*, assumendosi anche nuove responsabilità.
- Accompagnare il cambiamento: per rendere l'attività lavorativa *smart*, non è sufficiente apportare dei cambiamenti, bisogna preparare l'organizzazione ad accoglierli e modificare le proprie abitudini.

### Contenuti

- **Fase preparatoria:** vengono raccolti dati, testimonianze e documenti, anche attraverso video, su idee e opinioni riferite al concetto di *smart working* e sui processi organizzativi attuali.
- **Primo modulo**
  - **Analisi delle attività:** vengono presentati gli obiettivi e la struttura dell'attività e sono attribuiti i vari ruoli ai partecipanti. Si analizza la situazione attuale, focalizzandosi su processi organizzativi, tecnologie e strumenti, spazi e tempi e competenze presenti.
- **Secondo modulo**
  - **Prendere la rincorsa:** viene effettuata un'analisi retrospettiva riguardo ai cambiamenti già affrontati in passato, mantenendo il focus su processi organizzativi, tecnologie e strumenti, spazi, tempi e competenze.
- **Terzo modulo**
  - **Nuovi orizzonti:** si procede a definire il modello a cui tendere. Si realizza in concreto una valutazione di adeguatezza degli strumenti proposti. Lo *Smart Lab* si conclude con suggerimenti strategia per diffondere le conoscenze apprese all'interno dell'intera organizzazione e sul trasferimento di queste nelle pratiche lavorative quotidiane.

### Benefici attesi

Il gruppo di partecipanti sarà stimolato a ripensare processi e modalità di lavoro, acquisendo consapevolezza dei vantaggi e dell'impegno richiesto da queste nuove forme di organizzare le attività. Si potranno pertanto sfruttare le nuove opportunità offerte dalla tecnologia, attrezzandosi con le competenze necessarie ad affrontare il cambiamento.

### Destinatari

Imprenditori, Direttori generali, Responsabili Risorse Umane e Responsabili di funzione.

### Docenza

**Sergio Sangiorgi** Psicologo del Lavoro e delle Organizzazioni, svolge da più di quindici anni attività di ricerca scientifica sui processi di valutazione e formazione, sui processi di networking e di analisi organizzativa basata sullo studio delle reti sociali. Socio fondatore e amministratore di *Unveil Consulting*, start-up innovativa e spin-off accreditato dell'Università di Bologna. Già consulente e docente presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri, svolge da anni l'attività di advisor in ambito pubblico e privato per le Risorse Umane.

**Elvis Mazzoni** insegna *Life-long learning* presso il Dipartimento di Psicologia dell'Alma Mater Studiorum, da tempo si occupa degli effetti delle tecnologie digitali sullo sviluppo umano nell'intero ciclo di vita. I risultati delle sue ricerche sono stati presentati in molteplici congressi e conferenze e sono pubblicati in varie riviste nazionali e internazionali. È socio fondatore del *Collaborative Knowledge Building Group* e della start-up innovativa *Unveil Consulting*, spin-off accreditato dell'Università di Bologna.

# LA GESTIONE DI UN PROGETTO WEB

## Dalla creazione o restyling, alla promozione e misurazione dei risultati

Un progetto web efficace non va valutato solo sulla base dell'aspetto esteriore, ma occorre che rispetti ben **precisi canoni strutturali/funzionali** e che sia **ben visibile online**.

8 utenti su 10 usano i motori di ricerca per trovare in rete quello che cercano. Un sito non visibile in Google conta poco più di un biglietto da visita digitale: verrà trovato solo da chi già ci conosce e sta cercando specificamente il nostro nome brand (e, in alcuni casi, neanche da questi).

Allo stesso modo tutte le azioni di "conversione" (quelle cioè che ci portano un guadagno diretto o potenziale) devono essere adeguatamente misurate, altrimenti non sapremo mai dove ci conviene investire tempo e denaro e distribuiremo i nostri budget pubblicitari alla cieca.

---

### Obiettivi

Per capire come impostare correttamente un progetto web e verificare il lavoro dei nostri fornitori non occorre diventare esperti di usabilità, di *analytics* o di campagne pubblicitarie on line, ma bisogna aver ben chiare priorità e punti irrinunciabili su cui puntare per fare in modo che diventino obiettivo condiviso e metro di misurazione sia del lavoro delle nostre risorse interne sia dei consulenti esterni. Scopo del corso è quello di imparare come gestire un progetto web di successo fin dalla sua prima ideazione, attraverso la sua promozione sui canali online più adatti e la misurazione precisa del ritorno sugli investimenti.

### Contenuti

- **Come impostare un progetto web di successo.**  
Cosa va messo in un sito web, dove e perché. I testi più adatti e la loro formattazione ideale, la scelta dei colori, delle immagini e dei video (usabilità e incremento dei risultati commerciali).
- **I canali di visibilità online.**  
Quali canali di visibilità occorre presidiare e perché. Ottimizzazione del sito per i motori di ricerca, creazione di contenuti e *link building*, visibilità sponsorizzata (AdWords), canali Social e uso efficace dei file multimediali.
- **Misurazione dei risultati.**  
Come funziona Google Analytics, cosa occorre impostare per misurare il ROI (ritorno sugli investimenti) di qualsiasi progetto web. Quali dati guardare, come guardarli e perché. Come ottimizzare le conversioni.

### Benefici attesi

Questo corso è pensato per fornire un quadro delle azioni concrete e dei parametri di valutazione necessari per mettere in grado chiunque di gestire efficacemente la propria presenza on line.

### Destinatari

Imprenditori, Direttori Generali, Gestori di siti web, Direttori Marketing, Direttori Comunicazione, *Customer Experience Officer*, Direttori vendite, Direttori IT.

### Docenza

**Giampaolo Lorusso** è stato uno dei primi professionisti web in Italia a interessarsi al web marketing (già nel 1999), e da allora opera sui progetti Internet di alcuni tra i più grandi gruppi aziendali e ONLUS italiani (prima all'interno di una tra le più importanti web agency nazionali e poi, dal 2008, come libero professionista indipendente).

Autore di "AdWords Agile" (Hoepli - Febbraio 2018), uno dei libri più venduti nel nostro Paese sulla piattaforma Pay Per Clic di Google, ha ideato *ADworld Experience* (oggi il più grande evento mondiale basato su casi reali di *advertising online*). Continua a svolgere consulenze di alto profilo su architettura delle informazioni e usabilità, SEO e visibilità online naturale, gestione dei contenuti, campagne Pay Per Clic, e Ottimizzazione delle Conversioni (CRO).



# LA NEGOZIAZIONE COMMERCIALE:

## il cliente oltre le tecniche di vendita

Oggi, ogni bravo professionista non può più accontentarsi di avere competenze tecnico specialistiche, soprattutto nella **relazione con i propri clienti e interlocutori**.

**Saper negoziare** è una competenza che può essere esercitata e migliorata attraverso l'analisi delle diverse fasi di cui è composta e attraverso la conoscenza e la consapevolezza del proprio stile.

---

### Obiettivi

- Apprendere le basi della negoziazione w-to-w.
- Acquisire alcuni strumenti per uscire dalla logica conflittuale.
- Migliorare la consapevolezza del proprio stile negoziale in gruppo.

### Contenuti

- Le fasi della trattativa con il cliente e la centralità della negoziazione.
- Negoziazione *win-to-win* e *win-to-lose*.
- Negoziazione distributiva e generativa.
- Stili negoziali: aggressivo, passivo, assertivo.
- Separare il proprio "Io" dalle posizioni in contrasto.
- Restare sul merito ed evitare i conflitti.
- Comprendere i bisogni sottostanti alle richieste dell'altro.
- Proporre soluzioni vincenti per entrambe le parti.
- Allargare la torta prima di dividerla.
- Riconoscere e gestire i *'dirty tricks'*.

### Benefici attesi

Al termine del corso i partecipanti acquisiranno maggiore padronanza nella gestione della negoziazione, consapevolezza del proprio stile e di quello dell'interlocutore, nonché tecniche per evitare il conflitto in fase di negoziazione.

### Destinatari

Imprenditori, Direttori di funzione, Responsabili Commerciali.

### Docenza

**Nazareno Galieni** laurea in Psicologia, Specializzazione in psicoterapia. Svolge attività di coaching, consulenza e formazione nella gestione e sviluppo delle risorse umane presso aziende private ed enti pubblici.

**Fondazione CUOA** da 60 anni forma la nuova classe manageriale e imprenditoriale. È la prima Business School del Nordest, una tra le più importanti in Italia, e si propone nel mercato nazionale e internazionale con prodotti e percorsi di formazione che rispondono alle nuove sfide professionali e promuovono lo sviluppo di nuovi modelli di business.

# VALUE SALES MODEL

Esiste una **strategia di vendita realmente efficace**? Come valorizzare e promuovere i propri prodotti e servizi per differenziarli da quelli dei *competitors*? È possibile costruire *level* negoziali e differenziati rispetto alla concorrenza? Le dinamiche della vendita sono molto evolute negli ultimi 10 anni: il modello **Value Sales** è centrato sul fornire a chi si occupa di vendita strumenti pratici per analizzare i propri clienti, individuare i fattori che caratterizzano i clienti più fidelizzati e soddisfatti, analizzare il valore di ciò che la nostra proposta rappresenta ed individuare *prospect* che abbiano le caratteristiche del nostro cliente target e si trovino ad affrontare sfide per le quali il nostro intervento può rappresentare una sostanziale differenza.

## Obiettivi

Il percorso viene costruito insieme alla direzione commerciale con l'obiettivo di:

- Creare un modello aziendale di vendita di valore.
- Rafforzare la relazione e la *loyalty* tra cliente e organizzazione per massimizzare il risultato di vendita.
- Allenare l'atteggiamento della forza vendita affinché sia in grado di cogliere ed analizzare i bisogni del cliente e trasmettere fiducia e competenza.
- Potenziare la capacità della forza vendita di supportare il cliente nel raggiungimento dei propri obiettivi, proponendo una soluzione ottimale.
- Supportare la forza vendita nello sviluppo del cambiamento.

## Contenuti

Ogni percorso aziendale prevede una prima fase di analisi per disegnare insieme alla direzione commerciale, generale e/o alla proprietà un percorso di sviluppo che sia allineato agli obiettivi ed alle potenzialità di crescita. Il percorso è modulabile in relazione alle esigenze e alla profondità dell'intervento che si vuole realizzare.

- **Modulo 1: 1ot** - *Overview* del modello; allenare il proprio atteggiamento.
- **Modulo 2: 2 gg** - Analizzare e scomporre la propria proposta di valore; il cliente a maggior valore per noi; individuare *prospect* e gestire l'incontro.
- **Modulo 3: 2 gg** - Costruire e presentare la proposta.
- **Modulo 4: 2 gg** - Incontrare l'ufficio acquisti e negoziare.

## Benefici attesi

I vantaggi potenziali della metodologia sono:

- Uniformare il modello di vendita tra i commerciali.
- Creare un modello facilmente trasferibile a nuovi dipendenti.
- Allineare verso l'alto l'esperienza del cliente.

- Facilitare la selezione ed il contatto con nuovi *prospect*.
- Aumentare la percentuale di successo delle opportunità e la marginalità.
- Aumentare il numero di referenze attive.
- Aumentare il livello di motivazione e di autoefficacia della forza vendita.

## Destinatari

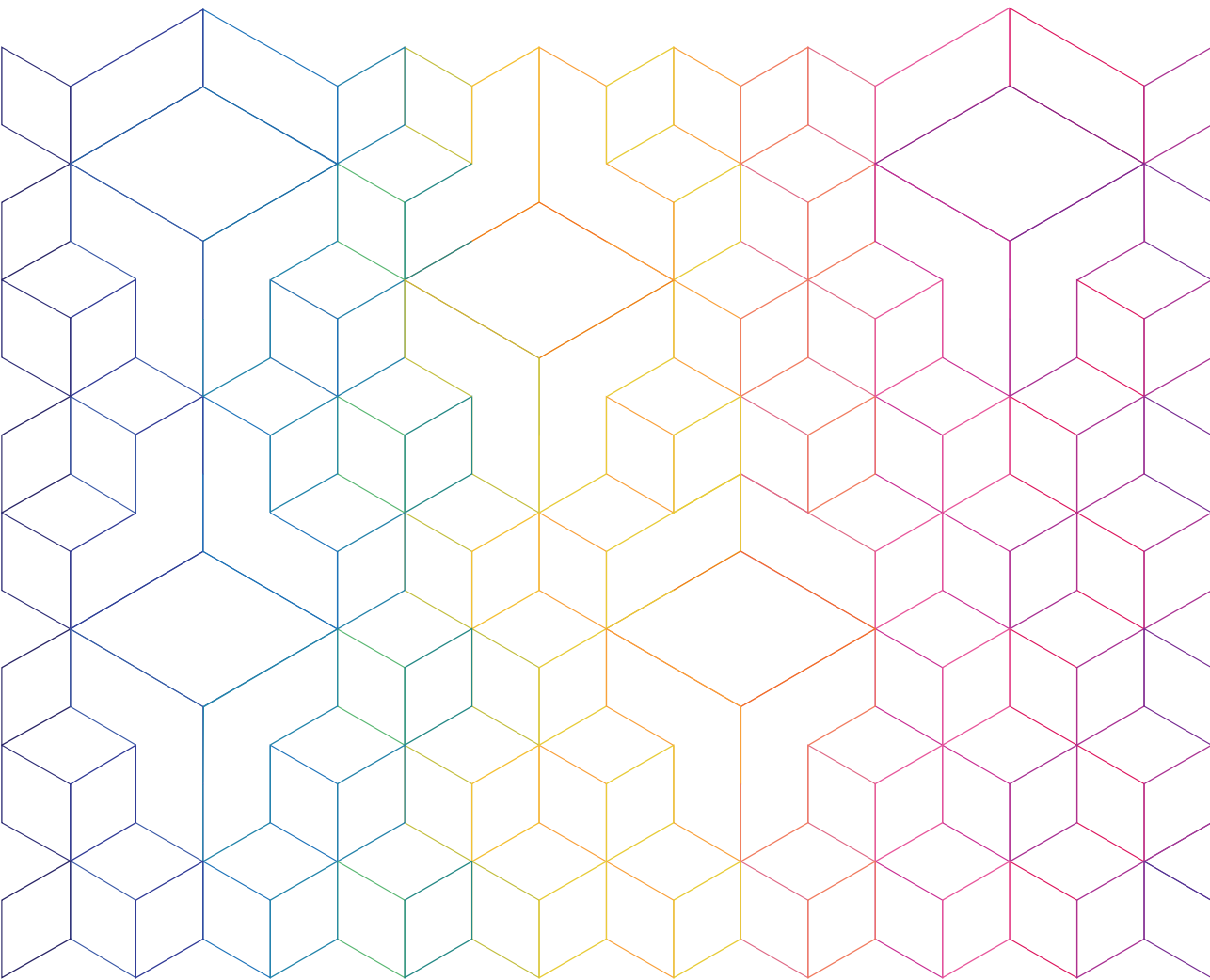
Direzione commerciale e rete vendita.

## Docenza

**Davide Cortesi** consulente di direzione e formatore senior, specializzato in *Brand Strategy e Integrated Corporate and Product Communication*, da anni si occupa di Empowerment Individuale e Organizzativo, *Business e Executive Coaching* con particolare attenzione all'aspetto energetico dell'essere umano (*body-mind approach*).

**Emmanuele Del Piano** consulente e formatore dal 2000, ha rivestito incarichi di progettista e training manager per poi diventare consulente in ambito Project Manager. Attualmente è Consulente e Fondatore di People 3.0. Dal 2000 si occupa di formazione in ambito *Project Management, Agile Management, Problem Solving*, facilitazione creativa, dinamiche relazionali.

**Samantha Gamberini** consulente e formatrice senior. Ha lavorato e collaborato in contesti ad alto livello di complessità. Insegna negoziazione e tecniche di *peer mediation* in numerose aziende. Si occupa di diversi tipi di negoziazione e fornisce consulenze specifiche anche nell'ambito delle strategie di gestione del conflitto. È inoltre autrice di numerose pubblicazioni e articoli.



## **TARIFFE** le nostre riduzioni

Le aziende che iscriveranno due o più partecipanti potranno usufruire, a partire dal secondo partecipante in poi, di un 10% di sconto sulla quota (esclusi i casi in cui si faccia ricorso all'utilizzo dei fondi interprofessionali).

## **MODALITÀ DI ISCRIZIONE E PAGAMENTO**

Per formalizzare l'iscrizione è necessario, entro sette giorni dall'avvio del corso, compilare e spedire l'apposito modulo di adesione tramite fax o e-mail. La scheda di iscrizione trasmessa ha valore di impegno alla partecipazione al corso, a fronte della quale verrà emessa regolare fattura.

Il pagamento dovrà essere effettuato tramite Bonifico bancario, a conferma di avvio del corso: i dati bancari sono indicati sulla scheda di iscrizione e riportati nella comunicazione di conferma dell'avvio del corso. Per accedere al corso sarà necessario dare evidenza dell'avvenuto pagamento.

## **CONFERMA DEL CORSO**

REE si impegna, almeno 5 giorni prima dell'inizio del corso, a confermare l'avvio e a comunicare tutti i dettagli necessari per la partecipazione.

In caso di annullamento del corso o di slittamento della data di avvio, saranno comunicate tempestivamente le variazioni.

## **FINANZIAMENTI**

Su richiesta, è possibile finanziare la partecipazione ai corsi attraverso l'utilizzo dei Fondi Interprofessionali (Fondirigenti e Fondimpresa).

In tal caso occorre considerare il rispetto dei tempi previsti dall'istruttoria della tipologia di finanziamento selezionato dall'azienda.

Consigliamo di contattarci ai recapiti forniti per analizzare nel dettaglio le condizioni dei singoli casi.

# CONTATTI E SEDI



## SEDE DI RAVENNA

Via G. Barbiani 8/10 - 48121 Ravenna

Tel. 0544 210436

Fax 0544 34565

Email: [ree@confindustriaromagna.it](mailto:ree@confindustriaromagna.it)

## SEDE DI RIMINI

Via IV Novembre 37 - 47921 Rimini

Tel. 0541 352700

Fax 0541 782068

Email: [ree@confindustriaromagna.it](mailto:ree@confindustriaromagna.it)

## SEDE DI FORLÌ-CESENA

Via Ravennate 959 - 47521 Cesena

Tel. 0547 632358

Fax 0547 632307

Email: [ree@assoformromagna.it](mailto:ree@assoformromagna.it)



