

Adecco

Training

better work, better life



Adecco Training
dal talento all'eccellenza:
"L'essere" al centro.

Presentazione

Adecco Formazione è la società del Gruppo Adecco che offre alle aziende un servizio globale per la formazione, ponendosi come un punto di riferimento per l'analisi, la consulenza e la realizzazione di progetti di crescita e sviluppo competitivo.

Adecco Formazione nasce in un contesto aziendale ed imprenditoriale con l'obiettivo di rispondere ai bisogni formativi delle aziende clienti, in relazione a tutte le aree funzionali aziendali e per tutti i target di destinatari finali.

Adecco Formazione si propone perciò come Scuola di Formazione a tutto tondo, dalla formazione tecnica per profili professional, alla formazione manageriale per alti potenziali e manager di esperienza.

Per tale ragione due sono i brand che Adecco Formazione propone al mercato:

- **Adecco Training** per la formazione di natura tecnica e funzionale, rivolta a profili aziendali professional;
- **Adecco Management School** per la progettazione ed erogazione di percorsi formativi di contenuto manageriale e rivolti a profili manageriali o premanageriali.

La struttura

8 SEDI E 60 DIPENDENTI

Bologna - Firenze, Padova, Torino, Gallarate (Va), Milano, Bergamo, Roma, Pescara.

Ogni sede sovrintende l'attività formativa sulla zona ad essa assegnata, collaborando con i colleghi delle diverse zone in caso di progetti a carattere nazionale.

La Nostra Vision

Dal talento all'eccellenza: "l'Essere" al centro

La Nostra Mission

Sviluppiamo la competenza, mettendo le persone al centro dell'esperienza, per l'eccellenza delle organizzazioni

I Nostri Valori:

DINAMISMO

flessibilità e proattività nella relazione con il cliente

EFFICACIA

ci facciamo carico di risultati eccellenti per noi e per i nostri clienti

PASSIONE E IMPEGNO

ci impegniamo con entusiasmo e coraggio in quello che facciamo, dando il meglio di noi stessi

LAVORO IN TEAM

ci piace lavorare in squadra e divertirci insieme, condividendo successi e responsabilità

I servizi

I servizi offerti sono sinteticamente i seguenti:

Formazione aziendale

Corsi e seminari formativi "ad hoc", progettati con il management dell'azienda, per rispondere alle sue specifiche necessità di formazione e aggiornamento.

Formazione interaziendale

Corsi che tengono conto delle esigenze più frequenti del mercato di riferimento. Il calendario di eventi e corsi, programmati su tutto il territorio nazionale, permette partecipazioni individuali o di gruppo.

Formazione a catalogo

Formazione specifica su tematiche di interesse per le diverse funzioni aziendali, con una modularità di approccio dal "basic" allo "specialistico" per rispondere a bisogni di target differenti.

Consulenza

Consulenti specializzati analizzano l'assetto aziendale e si integrano con le organizzazioni dell'impresa per la gestione di progetti efficaci.

Finanziamenti alla formazione

Supporto alle aziende nella conoscenza delle opportunità e nell'accesso ai diversi canali di finanziamento alla formazione, con particolare presidio dei fondi interprofessionali*

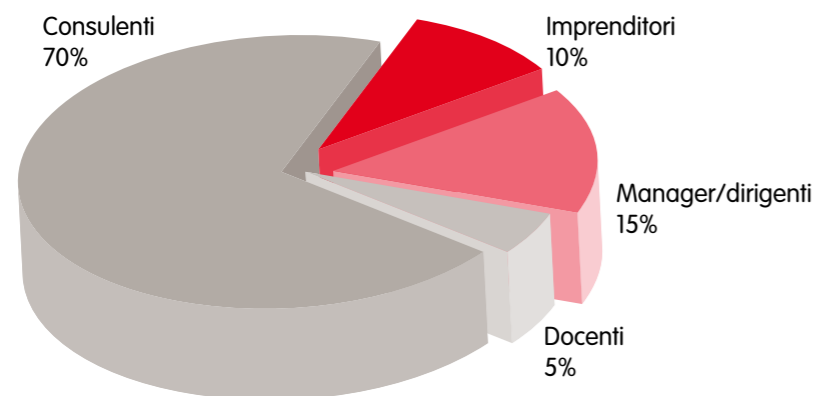
* I Fondi Paritetici Interprofessionali nazionali per la formazione continua sono organismi di natura associativa promossi dalle organizzazioni di rappresentanza delle Parti Sociali attraverso specifici Accordi Interconfederali stipulati dalle organizzazioni sindacali dei datori di lavoro e dei lavoratori maggiormente rappresentative sul piano nazionale. I datori di lavoro possono chiedere all'INPS di trasferire la quota dello 0,30% dei contributi versati (il cosiddetto "contributo obbligatorio per la disoccupazione involontaria") alla formazione dei propri dipendenti.

I docenti

Proponendosi come Scuola di Formazione a tutto tondo, Adecco Formazione dispone di una faculty ampia nei numeri e composta nelle competenze, segmentata per anzianità ed esperienza di ciascun docente, al fine di rispondere in maniera adeguata (per competenza e coerenza allo spending aziendale) ai bisogni analizzati. Risulta evidente, stante quanto precedentemente affermato, che la faculty di Adecco Formazione, che annovera oltre 100 docenti, sia quasi esclusivamente composta da professionisti che provengono e vivono quotidianamente il mondo aziendale.

Consulenti, manager e imprenditori costituiscono l'ossatura portante della faculty di Adecco Formazione, per rispondere al meglio ai bisogni delle aziende e di chi vive sul campo, ogni giorno, la sfida dell'innovazione e del mercato.

Faculty

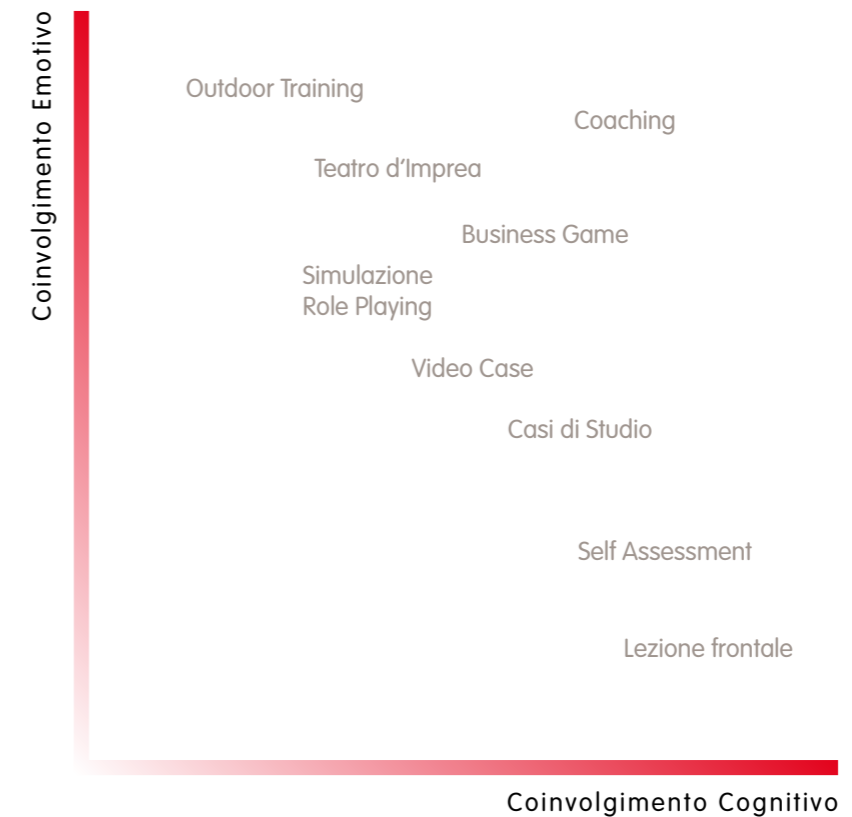


La metodologia:

L'offerta formativa Adecco Training si caratterizza per una metodologia in cui il partecipante è soggetto attivo e responsabile dello sviluppo della propria competenza.

Tale processo di sviluppo si basa sul costante confronto dei partecipanti sia con il docente/facilitatore sia con il gruppo/classe per uno scambio di approcci teorici ed esperienze concrete.

In sintesi lo sviluppo della competenza avviene attraverso l'utilizzo equilibrato e differenziato di metodologie didattiche orientate al sapere e al fare, con l'obiettivo di permettere l'acquisizione di una consapevolezza autentica del proprio saper essere.



Lezione frontale - attività di presentazione e condivisione dei modelli logici fondamentali.

Questionari diagnostici / Self Assessment - strumenti di auto elaborazione delle proprie attitudini.

Casi di Studio - analisi, confronto, elaborazione ed applicazione di tecniche e teorie di riferimento, per allenare i processi mentali di diagnosi e decisione.

Video Case - l'uso del cinema aiuta la concretizzazione di concetti astratti, facilita l'esplorazione di una situazione da diversi punti di vista, migliora l'autoconsapevolezza di partecipanti rispetto al loro modo di interpretare gli eventi e costruire modelli individuali.

Business Game - confronto con scenari virtuali per la comprensione e la gestione di variabili economico - strategiche complesse.

Role playing - tecnica di sperimentazione e applicazione, in una situazione protetta, di concetti e comportamenti elaborati sulla base di situazioni lavorative consuete.

Teatro d'Impresa - la metafora del teatro rappresenta un valido strumento per lo sviluppo di competenze relazionali, comunicative, organizzative.

Outdoor Training - attività sfidanti a più livelli (individuo, coppia, sottogruppo, gruppo) che si svolgono a contatto con la natura utilizzando spesso metafore/attività tratte dalle pratiche sportive per potenziare nei partecipanti la fiducia reciproca, il sostegno ed il lavoro di squadra.

Coaching - un'assistenza teorico - pratica, individuale e talvolta di gruppo, fornita da un professionista ad un cliente per aiutarlo a raggiungere una più completa comprensione delle potenzialità possedute al fine di raggiungere gli obiettivi desiderati.



Alcuni dei nostri clienti

ACQUE POTABILI
AGUSTA
AIR LIQUIDE ITALIA SERVICE
ALSTOM FERROVIARIA
ARTONI TRASPORTI
ASTRA VEICOLI INDUSTRIALI - GRUPPO IVECO
BONATTI
BONFIGLIOLI RIDUTTORI
BRISTOL MYERS SQUIBB
CARONTE & TOURIST
CEMENTIR
CIR FOOD S.C.
CRIF GROUP
DALMINE
DANA ITALIA
DUCATI MOTOR HOLDING
FERRERO
F.O.S.
FIAT GROUP (MAGNETI MARELLI, IVECO, CNH, MASERATI)
FIORUCCI
GAMBRO DASCO
GLAXOSMITHKLINE
CONSUMER HEALTHCARE
GLOBAL VALUE (GRUPPO IBM)
INDESIT COMPANY
ISRINGHAUSEN
L'OREAL ITALIA
LOTTOMATICA
MANUTENCOOP FACILITY MANAGEMENT
MILAN ENTERTAINMENT
NESPRESSO ITALIANA
NOVARTIS VACCINES & DIAGNOSTICS
PARKER ITR
PIRELLI & C.
PRINCIPE DI SAVOIA
PRYSMIAN
PROCTER & GAMBLE ITALIA
RISO GALLO
SAECO INTERNATIONAL GROUP
GIUSEPPE CITTERIO SALUMIFICIO
LEVONI
SANTANDER CONSUMER BANK
SAUER DANFOSS
SITE
SONY BMG MUSIC ENTERTAINMENT (ITALY)
TENARIS DALMINE
UNICAL
CROWN SPI - GRUPPO CROWN
VALVITALIA
VHIT - GRUPPO BOSCH
WHIRLPOOL EUROPE



Catalogo corsi

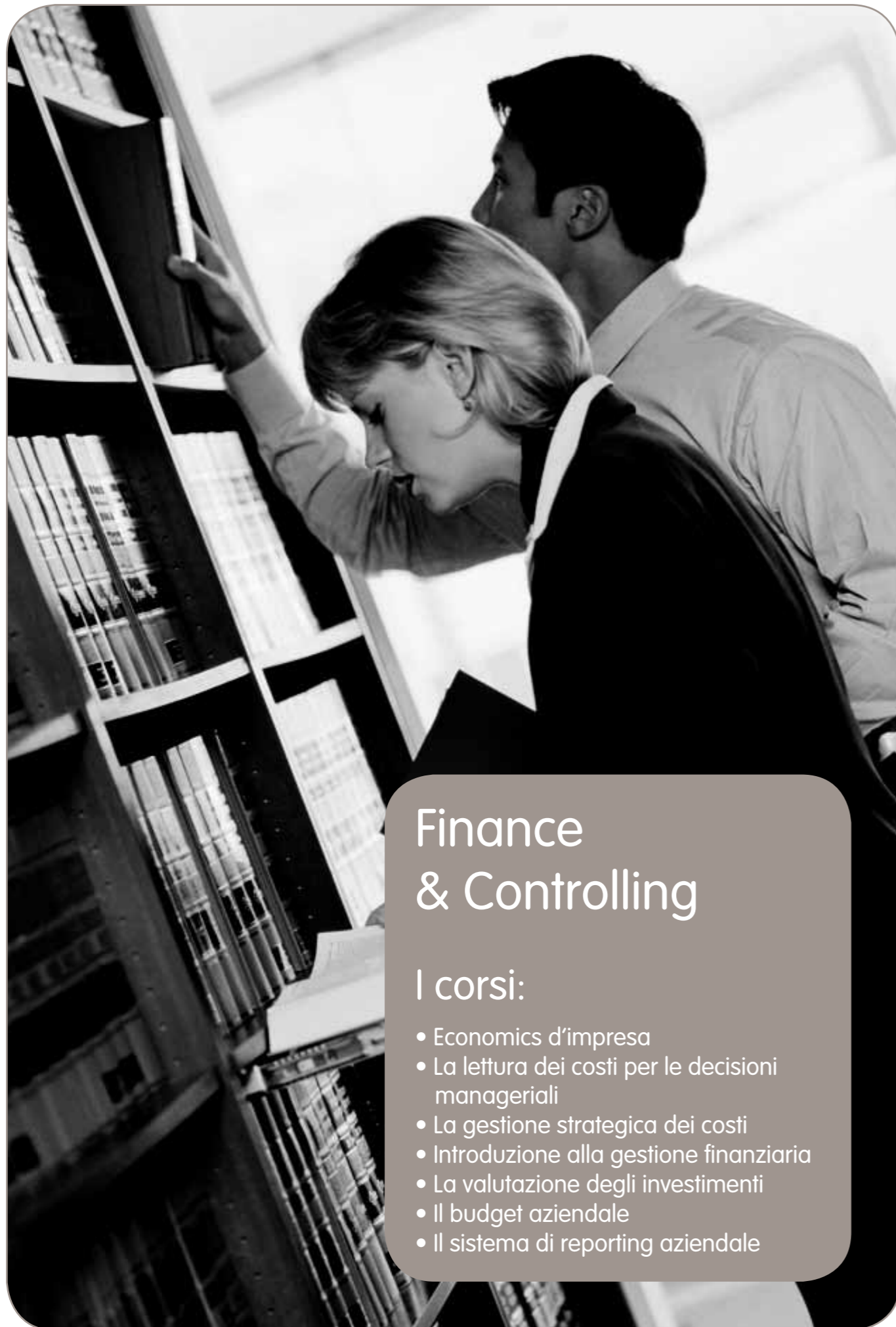
“Una formazione
AD HOC per ogni area”

Le aree di intervento:

- Finance & Controlling
- Engineering & Project Management
- Sales, Strategy & Marketing
- Human Resources

Per risultati rapidi su obiettivi concreti

i corsi sono studiati per i diversi settori dell'azienda sulla base dei contenuti più richiesti dai differenti contesti nazionali ed internazionali. Oltre alle aree di intervento sopra indicate, Adecco Training propone una vasta gamma e corsi di lingue straniere - collettivi o individuali - di corsi di informatica - pratici, intensivi, di base o avanzati



Finance & Controlling

I corsi:

- Economics d'impresa
- La lettura dei costi per le decisioni manageriali
- La gestione strategica dei costi
- Introduzione alla gestione finanziaria
- La valutazione degli investimenti
- Il budget aziendale
- Il sistema di reporting aziendale

Economics d'impresa

Destinatari:

Tutti coloro che, pur non operando nell'area amministrativa, desiderino acquisire gli strumenti per interpretare le informazioni e i dati economico-finanziari.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

- Fornire le conoscenze di base e le tecniche di analisi del bilancio aziendale utili alla lettura dello stato di salute aziendale
- Fornire una lettura sistemica del modello economico, finanziario e patrimoniale su cui si basa la misurazione della performance aziendale
- Sviluppare il modello logico degli indicatori di bilancio aziendale
- Illustrare come le scelte manageriali, sia tattiche che strategiche, impattino sul bilancio e quindi sulla performance aziendale
- Illustrare la nuova rappresentazione di bilancio alla luce dei nuovi principi contabili internazionali (IFRS - IAS)

Contenuti:

- Il mestiere d'impresa: le sfide competitive aziendali e le scelte manageriali; la grandezza chiave della gestione d'impresa; gli equilibri gestionali d'impresa
- Il bilancio d'impresa: lo stato patrimoniale; il conto economico; il rendiconto finanziario; le logiche di redazione del bilancio; le principali novità introdotte dai nuovi principi contabili internazionali
- Gli indicatori di bilancio: la riclassificazione dello stato patrimoniale e del conto economico; la metrica della redditività, dell'equilibrio finanziario, dell'efficienza del capitale circolante.

La lettura dei costi per le decisioni manageriali

Destinatari:

Tutti coloro che, avendo responsabilità gestionali, desiderino acquisire le tecniche per analizzare e controllare i costi direttamente gestiti al fine di aumentare la consapevolezza nelle scelte manageriali.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

- Fornire le conoscenze di base e le tecniche di analisi dei costi attraverso la contestualizzazione degli stessi nel sistema di pianificazione e controllo aziendale
- Illustrare la peculiarità del sistema di contabilità analitica
- Fornire una lettura sistemica delle possibili letture dei costi aziendali
- Sviluppare il modello logico del punto di pareggio aziendale
- Illustrare le tecniche di gestione dei costi indiretti
- Fornire gli strumenti di lettura degli scostamenti dei costi aziendali rispetto al budget
- Illustrare come il governo dei costi aziendali sia a supporto delle scelte manageriali, sia tattiche che strategiche

Contenuti:

- Il sistema di pianificazione e controllo: la visione d'insieme e gli elementi costitutivi
- Il sistema della contabilità analitica: gli elementi costitutivi e l'identificazione degli "oggetti" di controllo
- La lettura dei costi aziendali: la classificazione dei costi aziendali (fissi/variabili, diretti/indiretti, etc), la lettura dei margini economici in funzione della classificazione dei costi; break even point, il ponte della leva operativa

La gestione strategica dei costi

Destinatari:

Tutti coloro che, avendo responsabilità gestionali, desiderino acquisire le tecniche per analizzare e controllare i costi direttamente gestiti al fine di aumentare la consapevolezza nelle scelte manageriali.

Durata del corso:

1 giornata

Obiettivi:

- Illustrare gli elementi critici che contraddistinguono i sistemi tradizionali di gestione dei costi
- Fornire gli strumenti innovativi di gestione dei costi
- Fornire uno strumento di implementazione di gestione dei costi basato sulle attività
- Sviluppare una lettura sistemica delle azioni tattiche e strategiche manageriali e dei correlati strumenti di gestione dei costi

Contenuti:

- L'approccio tradizionale della gestione dei costi
- La gestione strategica dei costi: le cause e le finalità dell'approccio strategico ai costi; la definizione della strategia aziendale; l'impiego del direct e del full costing
- La gestione di costi basata sulle attività (activity based costing): la lettura organizzativa dei costi; la lettura contabile dei costi; rilevanza e criticità dell'activity based costing
- I costi per le decisioni aziendali: la definizione dei prezzi; le politiche di make or buy; la gestione del cliente chiave; le decisioni tattiche e strategiche

Introduzione alla gestione finanziaria

Destinatari:

Tutti coloro che, in azienda, hanno la responsabilità di gestire risorse e la necessità di comprendere in modo sistemico la conseguente lettura finanziaria.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

- Fornire le conoscenze di base e le tecniche di analisi della dinamica finanziaria aziendale
- Fornire una lettura sistemica del modello finanziario d'impresa, attraverso la lettura del business e del posizionamento competitivo
- Sviluppare il modello logico di stato di salute aziendale secondo la metrica finanziaria
- Illustrare come le scelte manageriali, sia tattiche che strategiche, impattino sulla capacità finanziaria aziendale
- Fornire una panoramica dei principali strumenti disponibili per soddisfare le necessità finanziarie aziendali

Contenuti:

- La struttura del capitale investito e l'analisi della redditività
- La costruzione del rendiconto finanziario: le metodologie di costruzione; l'aspetto monetario della gestione d'impresa; la portata informativa del rendiconto finanziario; autofinanziamento e dinamiche competitive aziendali
- Equilibrio finanziario e dinamica d'impresa: crescita d'impresa ed equilibrio finanziario, identificazione del costo delle fonti di finanziamento; struttura finanziaria obiettivo e costo del capitale
- Fabbisogno finanziario e forme di copertura: il budget di tesoreria e i principali strumenti di copertura dei fabbisogni.

La valutazione degli investimenti

Destinatari:

Tutti coloro che hanno responsabilità gestionali e che desiderano acquisire le tecniche e gli strumenti che supportano il processo decisionale di selezione degli investimenti.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

- Fornire le conoscenze di base e le tecniche di valutazione degli investimenti aziendali
- Fornire una lettura integrata, attraverso la sistematizzazione di tutti gli elementi necessari per effettuare efficacemente una valutazione degli investimenti
- Illustrare il modello di valutazione e di governo del rischio
- Fornire tutte le tecniche di valutazione degli investimenti, evidenziando i vantaggi e le criticità di ognuna
- Sviluppare un modello di pianificazione e controllo degli investimenti

Contenuti:

- Introduzione alla valutazione degli investimenti: principi, motivazioni e classificazione degli investimenti; analisi dei flussi di cassa aziendali
- Le considerazioni strategiche degli investimenti: definizione di business, costruzione del vantaggio competitivo e forza competitiva
- Le tecniche di valutazione degli investimenti: metodologie e criticità del valore attuale netto, del periodo di ritorno, del tasso interno di rendimento e dell'indice di valore attuale
- Il tasso di attualizzazione ed i rischi degli investimenti: il modello logico di riferimento, il costo medio ponderato del capitale e la definizione del rischio specifico e del rischio sistematico
- Il sistema di pianificazione e controllo degli investimenti: definizione del processo e dei ruoli organizzativi

Il Budget aziendale

Destinatari:

Tutti coloro che hanno responsabilità gestionali e che desiderano analizzare le tecniche di costruzione dei piani e dei programmi aziendali al fine di poter agire più efficacemente nella costruzione del budget aziendale.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

- Fornire le conoscenze di base e le tecniche di costruzione del budget aziendale
- Contestualizzare il budget nel processo di pianificazione e controllo aziendale
- Illustrare gli elementi "soft" e "hard" su cui si gioca il successo di una realizzazione efficace del budget
- Fornire una lettura sistemica del processo di costruzione del master budget
- Illustrare la centralità del piano d'azione aziendale

Contenuti:

- Il sistema di pianificazione e controllo: la "grammatica" e l'"aritmetica"; la dimensione strategica, direzionale e operativa; la responsabilità, la struttura tecnico-contabile, le fasi
- Le componenti soft del budget: il ruolo nel processo decisionale; i comportamenti organizzativi (stili direzionali, i cicli di budget, etc.) le finalità e le criticità
- Le componenti hard del budget: il grado di correlazione tra budget e piano d'azione; la logica del processo di budget; la centralità del piano d'azione
- La costruzione del budget: dagli obiettivi del piano, ai programmi, ai budget operativi; l'articolazione dei budget operativi (commerciale, di produzione, degli acquisti, delle scorte, delle staff centrali, del personale, degli investimenti, la costruzione del master budget (il budget economico, patrimoniale, finanziario e di cassa)

Il sistema di reporting aziendale

Destinatari:

Tutti coloro che hanno responsabilità gestionali e che desiderano acquisire conoscenze in merito agli strumenti utili per la lettura dei risultati aziendali, ovvero il reporting, nonché alle tecniche di analisi degli scostamenti, al fine di rendere più efficace la loro azione manageriale.

Durata del corso:

1 giornata

Obiettivi:

- Fornire le conoscenze di base e le tecniche di costruzione del sistema di reporting aziendale
- Contestualizzare il sistema di reporting nel processo di pianificazione e controllo aziendale
- Illustrare le tecniche attraverso le quali si identificano gli scostamenti dei risultati dagli obiettivi del budget
- Illustrare le traiettorie evolutive del sistema di reporting baricentrale sulla dimensione strategica

Contenuti:

- Il sistema di pianificazione e controllo: la "grammatica" e l'"aritmetica"; gli elementi caratterizzanti il sistema di pianificazione e controllo
- L'analisi e il monitoraggio dei risultati aziendali; obiettivi, elementi e processo del controllo di gestione, requisiti e struttura del sistema di reporting, fasi e caratteristiche dell'analisi degli scostamenti; scostamento dei ricavi e dei costi (mix, volume, prezzo, etc..)
- Traiettorie evolutive del sistema di reporting: indicatori di performance tattici e strategici, variabili e parametri chiave di business (key performance indicators)
- Il balanced scorecard come strumento di governo e controllo di strategia: struttura e prospettiva del modello di reporting evoluto.

Engineering & Project Management

I corsi:

- Metodi e strumenti per la progettazione e l'industrializzazione dei nuovi prodotti
- Introduzione alla Lean Production
- La gestione delle scorte
- Project Planning - Metodologie di pianificazione
- Project Control - Controllo e reporting di progetto
- Project Time & Cost Management
- Project Scope Management & Reporting
- Project Risk Management
- Igiene e sicurezza sul luogo di lavoro: IL TESTO UNICO: D. LGS 81/08
- Privacy e tutela dei dati personali: D. LGS 196/03

Metodi e strumenti per la progettazione e l'industrializzazione dei nuovi prodotti

Destinatari:

Funzioni manageriali, professionisti e consulenti, coinvolti in attività di ingegnerizzazione dei processi e ottimizzazione delle attività produttive.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

La **capacità di sviluppare innovazione di prodotto** è un fattore determinante per **raggiungere e mantenere una posizione competitiva sul mercato**.

Generare nuove idee, valutarne il potenziale economico, realizzarle e lanciarle in tempi brevi non è però semplice in un contesto in cui l'offerta è ampia ed i concorrenti numerosi.

Questo percorso vuole fornire ai partecipanti gli strumenti che consentono di **gestire** consapevolmente le diverse **fasi del ciclo dell'innovazione**, senza sostituirsi alla creatività ma supportandola con metodo.

Contenuti:

- **Organizzare lo sviluppo prodotto**
 - Il processo di sviluppo dei nuovi prodotti: obiettivi e fasi
 - Modelli organizzativi per lo sviluppo prodotto
 - Interfunzionalità e parallelizzazione delle fasi: il concurrent engineering
- **Definire le specifiche del prodotto**
 - L'ottimizzazione del rapporto tra costi e prestazioni
 - Tradurre le richieste dei consumatori in specifiche di prodotto: il Quality Function Deployment
 - Ridurre i costi di progettazione e produzione senza pregiudicare gli aspetti qualitativi: l'Analisi del Valore
- **Progettazione e industrializzazione**
 - Modularità e standardizzazione: la gestione della configurazione del prodotto e della gamma
 - Ridurre i componenti senza ridurre l'offerta: il Variety Reduction Program
 - Revisione critica del progetto: la Design Review
 - Tenere sotto controllo i costi: il Target Costing
- **Pianificazione e controllo dei progetti di sviluppo di nuovi prodotti**
 - Come ridurre i tempi di sviluppo: principi guida
 - Come affrontare l'incertezza nei progetti di sviluppo prodotto
 - La valutazione economica del portafoglio progetti

Introduzione alla Lean Production

Destinatari:

Funzioni manageriali, professionisti e consulenti, coinvolti in attività di ingegnerizzazione dei processi e ottimizzazione delle attività produttive.

Durata del corso:

3 giornate

Obiettivi:

L'obiettivo dell'intervento è trasferire ai partecipanti i concetti e gli strumenti di base della Lean Production in maniera tale da:

- Fornire indicazioni concrete per aumentare l'efficienza dei processi produttivi;
- Sviluppare la sensibilità nei confronti del miglioramento continuo (KAIZEN);
- Minimizzare la resistenza al cambiamento.

Contenuti:

• Lean Game e Principi base della lean production

I principi base della Lean Production (valore aggiunto, spreco, one piece flow) saranno introdotti e spiegati mediante la simulazione di un sistema produttivo. I partecipanti dovranno ristrutturare un processo produttivo passando dalla logica per lotti al one piece flow.

• Value Stream Mapping: il flusso del valore

Il modulo presenta la metodologia per analizzare i processi, individuare i miglioramenti e pianificare il cambiamento.

In particolare:

- verrà mappato il processo produttivo di due prodotti di una ipotetica azienda (Mappa dello stato attuale);
- si studierà come migliorare l'attuale processo (Mappa dello stato futuro);
- si pianificheranno i passi principali per un cambiamento sostenibile.

• Gli strumenti della Lean Production

- Kanban (tecniche per la gestione del flusso dei materiali);
- Visual Management;
- "5S" (pulizia e ordine in officina);
- Total Productive Maintenance (aumento dell'efficienza per mezzo della manutenzione);
- SMED (tecniche per la riduzione dei tempi di attrezzaggio).

La Gestione delle scorte

Destinatari:

Funzioni manageriali, professionisti e consulenti, coinvolti in attività di ingegnerizzazione dei processi e ottimizzazione delle attività produttive.

Durata del corso:

1 giornata

Obiettivi:

L'obiettivo dell'intervento è trasferire ai partecipanti i concetti e gli strumenti di base per una corretta gestione dei materiali. Il corso affronta sia gli aspetti tecnico/applicativi che quelli di tipo economico.

Contenuti:

- La funzione delle scorte nei sistemi produttivi
- Modelli tradizionali per la gestione delle scorte:
 - modelli a quantità fissa
 - modelli a tempo fisso
- Modelli MPS-MRP
- La gestione delle scorte nella lean production: il kanban
- Condizioni di applicabilità dei diversi modelli
- Aspetti economici nella gestione delle scorte
- Sistemi informativi e gestione delle scorte

Project Planning Metodologie di pianificazione

Destinatari:

Project Manager, Project Leader, Capi progetto, responsabili di team o di commessa, membri del gruppo di progetto - chiunque partecipi con il PM alla pianificazione del progetto o di attività che ne fanno parte.

Durata del corso:

3 giornate, anche non consecutive

Obiettivi:

Il piano di progetto è un lavoro corale: il corso si prefigge di mettere in grado i partecipanti di contribuire attivamente a, o direttamente produrre, un piano di progetto redatto secondo gli standard internazionali di settore (più in specifico, secondo le linee guida del PMBoK® del PMI).

I partecipanti al termine del corso avranno sviluppato un proprio piano di progetto secondo le tecniche e i template proposti nel corso.

Contenuti:

- Lavorare per progetti e lavorare per processi
- Il ciclo di vita della gestione del progetto
- Project stakeholder: come identificarli
- Interazione tra progetto e strutture organizzative
- Definire come pianificare il progetto (Project Management Plan)
- Sviluppare il Project Charter
- Definire l'ambito (Scope) di progetto
- Elenare i risultati (deliverable) di progetto
- Creare la WBS, Work Breakdown Structure e Activity list
- Definire le risorse umane necessarie al progetto (Human Resource Plan)
- Stimare le risorse (quantità) e i costi delle attività
- Sequenzializzare le attività
- Sviluppare la schedulazione, calendario delle attività
- Analisi dei rischi e stime
- Completare il piano di progetto

Project Control - Controllo e reporting di progetto

Destinatari:

Project Manager, Project Leader, Capi progetto, responsabili di team o di commessa - chiunque partecipi con il PM al controllo del progetto e sia interessato alla valutazione del suo stato di avanzamento

Durata del corso:

2 giornate, anche non consecutive

Obiettivi:

Comprendere e potere utilizzare tutti gli strumenti a disposizione del gruppo di progetto per misurare lo stato del progetto (tempi, costi, rischi), anticipare le tendenze in atto e se necessario proporre alla committenza le opportune azioni correttive. Inoltre, raccogliere, valutare ed eventualmente implementare le richieste di modifica alle specifiche o ai prodotti del progetto in corso d'opera.

Contenuti:

- Controllo di tempi/costi e controllo di scope
- Dirigere e gestire l'esecuzione (realizzazione dei risultati) del progetto
- Monitorare e controllare il lavoro di progetto
- Controllare schedulazione (tempistica) e costi
- Lo standard internazionale: il metodo dell'Earned Value
- Indici di performance (prestazioni) del progetto e previsioni a finire
- Earned Value: l'impatto su processi e procedure aziendali
- Produrre report sulle prestazioni
- Distribuire le informazioni
- Controllare i rischi
- Eseguire il controllo integrato delle modifiche: gestire lo scope di progetto

Project Time & Cost Management

Destinatari:

Project Manager, Project Leader, Capi progetto, responsabili di team o di commessa, anche già esperti ma interessati ad approfondire l'approccio specifico al tema indicato dal PMBoK® del PMI. Responsabili di qualità o normazione dei processi aziendali.

Durata del corso:

2 giornate, consecutive.

Obiettivi:

Impostare, pianificare e controllare il progetto nelle due dimensioni di Time (schedulazione, ovvero tempistiche) e Cost (impegno di risorse umane ed economiche) e secondo il flusso di processi e la documentazione da produrre indicata nella "Guide to the Project Management Body of Knowledge - PMBoK® del PMI.

Valido dunque anche per esperti o per aziende che abbiano già sviluppato autonomamente propri sistemi di Project Management e che ora necessitano di conformarsi agli standard internazionali.

Contenuti:

- Definire come pianificare il progetto (Project Management Plan)
- Creare la WBS (Work Breakdown Structure)
- Definire le attività di progetto (Activity list)
- Stimare le risorse umane e i costi necessari alle attività
- Sequenzializzare le attività (Project Network)
- Stimare la durata delle attività
- Sviluppare la schedulazione (Project Schedule), il calendario delle attività
- Determinare il budget: la Cost Baseline
- Monitorare e controllare il lavoro di progetto
- Controllare schedulazione (tempistica) e costi
- Lo standard internazionale: il metodo dell'Earned Value
- Indici di performance (prestazioni) del progetto e previsioni a finire
- Earned Value: l'impatto su processi e procedure aziendali

Project Scope Management & Reporting

Destinatari:

Project Manager, Project Leader, Capi progetto, responsabili di commessa, anche già esperti ma interessati ad approfondire l'approccio specifico al tema indicato dal PMBoK® del PMI. Controller aziendali o Project Controller.

Durata del corso:

2 giornate, consecutive.

Obiettivi:

Impostare, pianificare e controllare l'ambito del progetto, (perimetro), Project Scope Management, secondo il flusso di processi e la documentazione da produrre indicata nella "Guide to the Project Management Body of Knowledge - PMBoK® del PMI, con particolare attenzione al metodo dell'Earned Value.

A complemento, pianificazione e sviluppo della reportistica di progetto (processi e documenti da produrre), Project Communication Management.

Valido dunque anche per esperti o per aziende che abbiano già sviluppato autonomamente propri sistemi di Project Management e che ora necessitano di conformarsi agli standard internazionali.

Contenuti:

- Identificare i project stakeholder
- Sviluppare il Project Charter
- Definire come pianificare il progetto (Project Management Plan)
- Raccogliere i requisiti
- Definire l'ambito di progetto (Scope Statement)
- Identificare i risultati (deliverable) di progetto
- Creare la WBS (Work Breakdown Structure)
- Eseguire il controllo integrato delle modifiche: gestire lo scope di progetto
- Controllare l'ambito di progetto
- Verificare l'ambito di progetto
- Produrre report sulle prestazioni
- Distribuire le informazioni

Project Risk Management

Destinatari:

Project Manager, Project Leader, Capi progetto, responsabili di team o di commessa, anche già esperti ma interessati ad approfondire l'approccio specifico al tema indicato dal PMBoK® del PMI.

Durata del corso:

1.5 giornate, consecutive.

Obiettivi:

Impostare la gestione, analizzare e controllare i rischi di progetto, Project Risk Management, secondo il flusso di processi e la documentazione da produrre indicata nella "Guide to the Project Management Body of Knowledge - PMBoK® del PMI.

Valido dunque anche per esperti o per aziende che abbiano già sviluppato autonomamente propri sistemi di Project Management e che ora necessitano di conformarsi agli standard internazionali.

Contenuti:

- I rischi di progetto: definizioni e approccio
- Pianificare la gestione dei rischi (Risk Management Plan)
- Identificare i rischi (Risk Register)
- Eseguire l'analisi qualitativa dei rischi (Matrice dei rischi)
- Eseguire l'analisi quantitativa dei rischi (cenni)
- Pianificare la risposta ai rischi
- Monitorare e controllare i rischi

Igiene e sicurezza sul luogo di lavoro: IL TESTO UNICO, D.LGS. 81/08

Destinatari:

Responsabili del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP), Responsabili della Sicurezza dei Lavoratori (RLS), Addetti ai servizi di prevenzione e protezione, funzioni aziendali interessate ai processi atti a garantire il rispetto delle disposizioni di legge in tema di sicurezza ed igiene sul luogo di lavoro.

Durata del corso:

1 giornata

Privacy e tutela dei dati personali: D.LGS. 196/03

Destinatari:

Aziende, enti pubblici e liberi professionisti che intendano acquisire conoscenze ed aggiornamenti sul quadro normativo della disciplina della privacy e conseguentemente sugli adempimenti previsti per il tipo di attività svolta.

Durata del corso:

1 giornata

Obiettivi:

Fornire ai partecipanti informazioni utili per una corretta applicazione di quanto previsto dalla Legge 626/94 riguardo le norme di sicurezza relative agli ambienti di lavoro. In particolare vengono illustrate tutte le problematiche e gli aspetti di gestione tecnico-amministrativa, atti ad una ottimizzazione delle fasi di progettazione e attuazione delle procedure atte all'introduzione, applicazione e rispetto delle norme.

Contenuti:

- Il Testo Unico
- Adempimenti, ruoli e responsabilità
- Diritti e doveri: lo scenario attuale
- Il sistema di gestione della sicurezza (SGS)
- Valutazione dei rischi: analisi dell'ambiente, impatto ambientale, verifica degli impianti normative), documentazioni certificanti
- Il Responsabile della Sicurezza
- Situazioni di pericolo: analisi dei fattori di rischio, la segnaletica, il rischio incendio, il piano di evacuazione
- Sorveglianza sanitaria: il ruolo del medico, effetti sulla salute nell'utilizzo di strumentazioni tecnologiche, analisi delle patologie, piano di prevenzione di disturbi, ergonomia della strumentazione
- Sicurezza in cantiere: misure preventive, la cartellonistica di legge, elementi di sorveglianza, tecniche di audit
- I reati gravi e le relazioni con il modello organizzativo 231
- Le norme di Primo Soccorso
- Elementi di verifica interna di adeguamento alla normativa
- Somministrazione di test finale di verifica

Obiettivi:

Formare il personale sul nuovo Codice o Testo Unico sulla privacy, delle disposizioni in materia di dati personali (D.Lgs. n. 196/2003) e dei provvedimenti emessi dal garante, fornendo indicazioni puntuali in ordine alle disposizioni, agli obblighi, ai termini e alle sanzioni previsti dalla nuova normativa.

Contenuti:

- Il Testo Unico della Privacy
- Ambito di applicazione
- Finalità e soggetti
- Gli adeguamenti organizzativi
- Gli adempimenti nei confronti del Garante
- Aspetti sanzionatori
- Il Documento Programmatico sulla Sicurezza (DPS)
- Gli aspetti operativi per il trattamento dei dati
- La predisposizione delle misure minime di sicurezza
- Le Linee Guida per la gestione dei dati dei Lavoratori
- Provvedimenti del Garante: applicazioni operative
- Le disposizioni di delega per gli IT Administrator
- Role-Play: guida alla redazione del DPS
- Verifica Finale

Sales, Strategy & Marketing

I corsi:

- Le tecniche di Vendita base
- Lo schema di vendita efficace
- Lo stile di vendita efficace
- I motori della vendita
- Il teleselling
- Sales Channel
- Introduzione al processo di accounting sul cliente
- La vendita avanzata
- La gestione strategica della produzione (versione PRODUZIONE e versione SERVIZI)
- Ripensare la strategia nei momenti di crisi
- Pianificare, attuare e controllare la diversificazione
- La gestione dei nuovi prodotti (versione PRODUZIONE e versione SERVIZI)
- La gestione del Lead Time come strumento competitivo
- La gestione del cambiamento e dell'innovazione organizzativa in azienda
- L'integrazione funzionale come strumento competitivo: riprogettare la catena del valore e dei processi
- L'impresa snella: ripensare i flussi operativi nel nuovo millennio
- Marketing operativo, customer care e servizi di assistenza: un circolo virtuoso da progettare e controllare
- Progettare e realizzare interventi formativi blended in modo efficace ed efficiente

Tecniche di vendita base

Destinatari:

Per venditori a contatto diretto con il pubblico, personale operativo di front line deputato alla vendita, personale interessato alla prevendita

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

Sviluppare nella gestione della vendita le corrette sequenze del processo di vendita.
Ottimizzare il tempo nella vendita attraverso la pianificazione della propria attività.
Capire e organizzare la vendita attraverso i suoi cicli: dalla prevendita alla vendita al post vendita.

Contenuti:

- Il processo di vendita
- La pianificazione dell'attività di vendita
- L'ingaggio del Cliente
- Analisi delle esigenze del Cliente
- Definizione dei fabbisogni del Cliente
- La presentazione dell'offerta
- La gestione delle obiezioni
- La chiusura della vendita
- Il congedo del Cliente
- Il ciclo di vendita
- L'azione fattiva del venditore nel ciclo di vendita
- L'organizzazione del tempo
- Fase di pre vendita
- Fase di vendita
- Fase di post vendita

Lo schema di vendita efficace

Destinatari:

Per venditori a contatto diretto con il pubblico, personale operativo di front line deputato alla vendita, personale interessato alla prevendita

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

Sviluppare gli schemi di vendita più appropriati per il proprio settore. Capire l'universo Cliente.
Attivare la consapevolezza attraverso l'esperienza diretta in aula (Esercizi e Role Play) sulla componente Sales ed il suo schema di vendita.

Contenuti:

- L'universo del Cliente attivo**
 - Sue potenzialità
 - I suoi comportamenti d'acquisto
 - I nostri argomenti di vendita (usciamo dal classico schema)
 - Costruire la soluzione per il Cliente
- L'universo del Cliente Potenziale**
 - Come convincere il Cliente
 - Il ciclo di vendita: un percorso logico
 - Come attivare la fiducia sul Cliente
 - Come installare un credito sul Cliente
- La geografia comportamentale**
 - La sensibilità nella vendita come fattore critico di successo
 - Come identificare, cogliere e leggere i segnali deboli
 - La richiesta e la gestione del feed back
 - L'ascolto attivo (uno strumento di ingaggio del Cliente)
- Uscire dallo schema di vendita classico**
 - Lo scenario di vendita e sua evoluzione:
 - Area servizio/soluzione
 - Area prezzo e condizioni
 - Lo schema di vendita come percorso logico per il Cliente

Lo stile di vendita efficace

Destinatari:

Per venditori a contatto diretto con il pubblico, personale operativo di front line deputato alla vendita, personale interessato alla prevendita

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

Saper vendere non solo il prodotto, non solo il servizio ma soprattutto una soluzione. Saper negoziare sviluppando produttività ed efficacia. Sviluppare uno stile di vendita adeguato allo stile d'acquisto del Cliente. Applicare una tecnica potente per la gestione delle obiezioni

Contenuti:

Fattori di eccellenza nel servizio di vendita al Cliente

- La vendita per soluzioni (il Cross Selling)
- Dal negoziare il prezzo e le condizioni al vendere una soluzione
- La sicurezza comunicata e la sicurezza percepita

Lo stile di vendita verso lo stile d'acquisto: quali tecniche?

- La rappresentazione della vendita nel proprio mercato di riferimento
- La vendita, la trattativa, il post vendita: tecniche e comportamenti di vendita
- La negoziazione
- Tipologie di negoziazione e tattiche negoziali
- Stile e competenze efficaci della negoziazione
- Definire il proprio obiettivo in funzione dell'interlocutore e delle sue aspettative
- Orientare la comunicazione verso l'obiettivo

Tecniche avanzate per interpretare efficacemente le esigenze del Cliente

- Domande di scoperta; domande rilevatrici; la gestione delle obiezioni
- Il metodo A.R.C.E.A per la gestione delle obiezioni: (ascolto, riconosco, chiarisco, espongo, agisco)

I motori della vendita

Destinatari:

Per venditori a contatto diretto con il pubblico, personale operativo di front line deputato alla vendita, personale interessato alla prevendita

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

Saper attivare le giuste motivazioni all'acquisto sul Cliente. Identificare ed applicare correttamente i motori relativi al processo di vendita che facilitano la vendita sul Cliente. Saper utilizzare la corretta comunicazione per generare il processo di vendita ed attivare la vendita

Contenuti:

Attivare i motori della vendita

- Come attivare i motori motivazionali verso i Cliente
- I motori diagnostici
- I motori relazionali
- I motori del Marketing: Prezzo, Prodotto, caratteristiche benefici
- I motori negoziali:
 - Pianificazione pre-negoziale.
 - Non trattare sulle posizioni (separare le persone dai problemi).

La vendita Creativa

- Che cosa è
- Come si declina
- Come la comunico:
 - la comunicazione di precisione,
 - la comunicazione performativa,
 - La comunicazione strategica per la vendita
 - la comunicazione assertiva.

La vendita telefonica: "Teleselling"

Destinatari:

Per operatori di Teleselling

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

Accrescere la consapevolezza del ruolo di Operatore di Tele Selling. Migliorare le capacità di comunicazione col Cliente. Perfezionare le tecniche e le metodologie di vendita al telefono. Gestire correttamente le diverse fasi della trattativa con i diversi atteggiamenti del Cliente

Contenuti:

La relazione telefonica di successo: i pass partout comportamentali

- Empatia e relazione con il Cliente
- La comunicazione: evitare gli errori e sviluppare le capacità
- La comunicazione telefonica
- Focus sull'utilizzo del telefono nel ciclo di vendita: una modalità di relazione col Cliente
- L'assertività nella comunicazione telefonica: una risorsa chiave
- La comunicazione di precisione nella modalità telefonica

Tele selling

- Il ciclo di vita della telefonata di vendita
- Ingegnerizzare il processo di vendita telefonico
- La gestione della telefonata
- Il superamento dei filtri, come arrivare al giusto interlocutore
- Le domande di apertura e scoperta
- L'ascolto attivo
- La vendita telefonica

Permission Marketing nella vendita telefonica

- Come trasferire il concetto di permission Mktg nella vendita telefonica

La vendita di canale: Sales Channel

Destinatari:

Per venditori a contatto diretto con il pubblico, personale operativo di front line deputato alla vendita.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

Saper **VENDERE** l'immagine del proprio marchio non solo nel prodotto o servizio ma anche nella qualità di una proposta commerciale come differenziale per il Cliente. Come costruire un efficace processo di vendita. Come fidelizzare i propri Clienti ed il proprio mercato

Contenuti:

La vendita di canale

- Channel Management: il ruolo del direttore d'orchestra
- Accelerare la vendita: Demoltiplicare gli sforzi commerciali
- Ingegnerizzare il processo di vendita (la vendita come progetto)
- Come proporre valore al Cliente
- Le principali Guidelines nella vendita

Come fidelizzarsi al mercato

- E' più importante essere notevolmente diversi che un po' migliori:
 - Comprendendo il contesto dei propri Clienti
 - Concentrandosi sugli "intangibili"
 - Selezionando i Clienti
 - Segmentando i Clienti
- I Clienti non comprano solo un prodotto o un servizio, ma comprano affidabilità:
 - Si mantengono le promesse
 - Si colloca una soluzione

Introduzione al processo di accounting sul cliente

Destinatari:

Per venditori a contatto diretto con il pubblico, personale operativo di front line deputato alla vendita.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

Conoscere il processo e le dinamiche di accounting sul Cliente. Conoscere i principi per presidiare correttamente l'organizzazione del Cliente. Vedere interpretare ed approcciare il Cliente chiave come un progetto.

Contenuti:

Il metodo dell'accounting come piattaforma di interazione con il Cliente

- La relazione primaria
- Le relazioni interne al Cliente
- Le relazioni di concomitanza
- Condivisione del linguaggio
- Condivisione dei valori
- Accessibilità all'organizzazione del Cliente

Accounting

- Come individuare l'interlocutore per il processo di acquisto del Cliente
- La dinamica di vendita verso la dinamica d'acquisto per il Cliente
- Key Account Management
- Il Cliente come progetto

La vendita avanzata

Destinatari:

Per venditori a contatto diretto con il pubblico, personale operativo di front line deputato alla vendita.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

E' un modulo di formazione che integra tutte le aree di competenza di Sales Management e sviluppa competenze avanzate per le aree:

GESTIONALI SPECIALISTICHE
DI RELAZIONE ORGANIZZATIVE
DI VENDITA

Contenuti:

Le responsabilità della leadership nella vendita

- La prima responsabilità della leadership nella vendita: la visione
- La seconda responsabilità della leadership nella vendita: la competenza
- La terza responsabilità della leadership nella vendita: il differenziale chiave nella vendita (vantaggio competitivo)
- La quarta responsabilità della leadership nella vendita: la gestione progettuale della vendita (la vendita come progetto)
- La quinta responsabilità della leadership nella vendita: la missione
- La sesta responsabilità della leadership nella vendita: l'organizzazione
- La settima responsabilità della leadership nella vendita: la strategia
- L'ottava responsabilità della leadership nella vendita: l'immagine esterna
- La nona responsabilità della leadership nella vendita: la relazione con il cliente
- La decima responsabilità della leadership nella vendita: Motivazione; disposizione dello spirito e del corpo verso la focalizzazione dell'obiettivo di vendita

La gestione strategica della produzione

Destinatari:

Imprenditori, general manager, top e middle manager dell'area produzione. Top e middle manager di funzioni di supporto alla produzione (acquisti/logistica/magazzino risorse umane)

Durata del corso:

3 giornate
(puo' essere sviluppata versione small di 2 giornate).

Sono previste due versioni del corso: una focalizzata sulle aziende di produzione ed una focalizzata sulle aziende di servizi.

Obiettivi:

- Rendere coerenti le scelte strategiche in area produzione alle dinamiche del business e ai punti di forza e punti di debolezza aziendali.
- Orientare e favorire il cambiamento strategico e organizzativo nell'area produzione
- Confrontare e valutare le caratteristiche dei sistemi di programmazione della produzione
- Prendere decisioni consapevoli nell'area produzione

Contenuti:

- La relazione mercato-impresa
- Gli Economics come cartina di tornasole del rapporto mercato-impresa e delle strategie
- Tipologie produttive ed esigenze dei clienti
- La gestione di processi produttivi: approcci manageriali, obiettivi, relazione con altre attività, reportistica
- La gestione di commesse produttive: approcci manageriali, obiettivi, relazione con altre attività, reportistica
- Variabili strategiche della programmazione della produzione
- L'approccio tradizionale alla programmazione: la logica push
- L'approccio "innovativo" alla programmazione: la logica pull
- Vantaggi, svantaggi, vincoli, opportunità: le due logiche a confronto
- Il cambiamento: da dove iniziare e come proseguire e ottenere risultati nell'area produzione

Ripensare la strategia nei momenti di crisi

Destinatari:

Imprenditori, general manager, top e middle manager dell'area marketing, operation & produzione, finanza e controllo di gestione, sistemi informativi, risorse umane.

Durata del corso:

1 giornata

Obiettivi:

- Favorire la riflessione strategica in periodo di crisi
- Individuare ed analizzare strategie per mantenere e sviluppare il vantaggio competitivo
- Preparare l'uscita dalla recessione

Contenuti:

- Gli economics alla base della sopravvivenza aziendale
- I segnali forti e deboli dal business: cogliere gli aspetti dinamici
- I segnali forti e deboli dal sistema competitivo: cogliere gli aspetti dinamici
- I clienti: un patrimonio da curare e sfruttare e servire con cura
- Controllare i costi senza deprimere i ricavi
- Diventare più veloci
- Diventare più flessibili
- Far scorrere le attività: diventare più integrati
- Innovare e cambiare sempre
- Formare e addestrare il personale coniugando efficacia e costi
- Da dove partire: un piano per l'azione

Pianificare, attuare e controllare la diversificazione

Destinatari:

Imprenditori, general manager, top e middle manager dell'area marketing, operation & produzione, finanza e controllo di gestione, sistemi informativi, risorse umane.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

Affrontare consapevolmente strategie deliberate e non deliberate di diversificazione. Analizzare, pianificare, gestire e controllare strategie di diversificazione. Ridurre i rischi di strategie di differenziazione. Valutare le conseguenze sulla catena del valore e sulle specifiche funzioni aziendali.

Contenuti:

- La diversificazione: definizione
- Metodo manageriale e diversificazione
- Risorse tangibili e intangibili, competenze, vantaggio competitivo e business
- Perché diversificare: motivazioni interne ed esterne
- Diversificare con crescita interna ed esterna (acquisizioni): caratteristiche distintive
- Fattori critici di successo esterni ed interni
- Determinare e controllare le strategie di diversificazione: la pianificazione e la definizione di obiettivi
- Test di ingresso su nuovi business
- La gestione della strategia di diversificazione
- Esaminare le ricadute esterne ed interne sul core business
- I rischi della diversificazione
- Economics della diversificazione

La gestione dei nuovi prodotti

Destinatari:

Imprenditori, general manager, top e middle manager dell'area marketing, produzione, finanza e controllo di gestione, risorse umane, Project manager, product manager

Durata del corso:

3 giornate

Sono previste due versioni del corso: una focalizzata sulle aziende di produzione ed una focalizzata sulle aziende di servizi.

Obiettivi:

- Adottare un approccio manageriale alle attività di innovazione prodotto/servizio
- Coinvolgere ed utilizzare tutte le risorse aziendali per favorire e focalizzare le attività di sviluppo prodotti
- Comprendere le peculiarità dei progetti di SNP
- Comprendere e gestire vincoli interni ed esterni dei progetti di SNP
- Pianificare attività di SNP
- Formare e gestire il team di SNP
- Comprendere le criticità del ruolo di Project Leader, Project Manager, Sponsor
- Identificare i fattori critici di successo delle attività di SNP
- Comprendere le potenzialità e la portata di strumenti operativi tipici delle attività di SNP

Contenuti:

- Metodo manageriale e innovazione
- Le basi dell'innovazione: clienti, bisogni, nuovi fattori critici di successo: la lettura dinamica e creativa del business
- Il ruolo del customer care e della rete per lo sviluppo di nuovi prodotti
- Caratteristiche dei progetti di innovazione prodotti
- Il sistema di obiettivi, gli indicatori di controllo e le relazioni con le strategie aziendali
- Il piano di progetto dei progetti di innovazione: specificità
- La gestione del time to market e la gestione dei colli di bottiglia
- Risorse critiche e risorse non critiche per il successo
- La gestione dei costi
- La gestione dei rischi
- Il concurrent engineering e l'integrazione funzionale
- L'innovation funnel
- Il ruolo del Project leader, del Project Manager e degli Sponsor nei progetti di innovazione prodotto
- La selezione e la gestione del team di innovazione e la gestione delle comunicazioni e delle riunioni
- I progetti di innovazione ed il contesto organizzativo: vincoli ed opportunità

La gestione del lead time come strumento competitivo

Destinatari:

Imprenditori, general manager, top e middle manager dell'area marketing, operation e produzione, finanza e controllo di gestione, risorse umane.

Durata del corso:

3 giornate

Obiettivi:

- Valutare la criticità del lead time nei business di riferimento
- Identificare e gestire le variabili che caratterizzano la dimensione del lead time
- Riprogettare le attività ed i flussi aziendali in funzione del vantaggio competitivo
- Comprendere e valutare le dinamiche lead time -> costi/ricavi, lead time - magazzino
- Sviluppare un primo piano per l'azione

Contenuti:

- Il lead time è un fattore competitivo nel mio business?
- Concorrenti, lead time e vantaggio competitivo
- Il lead time è una costante?
- Strumenti e approcci per la riduzione del lead time
- La catena del valore come strumento analitico
- Dal BPR al BPR business oriented: attività a valore aggiunto e sprechi
- Non buttare il bambino con l'acqua sporca: dove aggredire senza rischi la catena del valore
- Riduzione del lead time e dinamiche nei costi/ricavi
- Gestione del magazzino e lead time: punto di disaccoppiamento
- I primi passi da compiere: una guida per l'azione

La gestione del cambiamento e dell'innovazione organizzativa in azienda

Destinatari:

Imprenditori, general manager, top e middle manager dell'area marketing, produzione, finanza e controllo di gestione, sistemi informativi, risorse umane. Project Manager, Project leader di progetti di innovazione in azienda

Durata del corso:

2,5 giornate

Obiettivi:

- Gestire managerialmente l'innovazione ed il cambiamento in azienda
- Coinvolgere ed utilizzare tutte le risorse aziendali per favorire e focalizzare le attività di innovazione
- Comprendere le peculiarità dei progetti di innovazione e di cambiamento organizzativo
- Comprendere e gestire vincoli interni ed esterni dei progetti di innovazione
- Pianificare attività di innovazione
- Formare e gestire il team dei progetti di innovazione
- Selezionare ed utilizzare al meglio i fornitori
- Comprendere le criticità del ruolo di Project Leader, Project Manager, Sponsor
- Identificare i fattori critici di successo delle attività di innovazione e cambiamento in azienda
- Controllare l'avanzamento dei progetti di cambiamento ed innovazione organizzativa
- Gestire contemporaneamente diversi progetti di cambiamento

Contenuti:

- Metodo manageriale e innovazione trasversale in azienda
- Caratteristiche dei progetti di innovazione
- Il sistema di obiettivi, gli indicatori di controllo e le relazioni con le strategie aziendali
- Il piano di progetto dei progetti di innovazione: specificità
- La gestione del tempo, la gestione dei colli di bottiglia, le risorse umane critiche
- Risorse critiche e risorse non critiche per il successo
- La gestione dei costi
- La gestione dei rischi
- Il concurrent engineering e l'integrazione funzionale
- L'innovation funnel
- Il ruolo del Project leader, del Project Manager e degli Sponsor nei progetti di innovazione
- La selezione e la gestione del team di innovazione e la gestione delle comunicazioni e delle riunioni
- I progetti di innovazione ed il contesto organizzativo: vincoli ed opportunità
- Multi project Management: gestire le priorità

L'integrazione funzionale come strumento competitivo: riprogettare la catena del valore ed i processi

Destinatari:

Imprenditori, general manager, top e middle manager dell'area marketing, produzione, finanza e controllo di gestione, sistemi informativi, risorse umane. Project Manager, Project leader di progetti di innovazione in azienda

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

- Valutare le aree di miglioramenti nei processi aziendali in relazione alle specificità del business e dei concorrenti
- Individuare e gestire le variabili critiche nei progetti di integrazione funzionale
- Individuare, selezionare e collaborare con i fornitori in modo integrato
- Operare sulle forze che aumentano le barriere tra le funzioni aziendali
- Sviluppare un piano operativo per affrontare il cambiamento organizzativo

Contenuti:

- L'analisi della catena del valore aziendale in relazione al business: punti di forza e punti di debolezza in relazione al business e al sistema competitivo
- Individuare aree di miglioramento mettendosi nei panni dei clienti
- Risorse tangibili ed intangibili e competenze
- La ricerca del vantaggio competitivo attraverso l'integrazione
- Ottimo locale ed ottimo globale
- Integrare con i fornitori
- Caratteristiche dei progetti di integrazione funzionale
- I numeri per controllare progetti di integrazione funzionale
- La gestione dei vincoli organizzativi
- Il superamento e la rottura delle specializzazioni e barriere funzionali
- Gestire il flusso, per il cliente
- Prepararsi a cambiare ancora
- Un piano per l'azione

L'impresa snella: ripensare i flussi operativi nel nuovo millennio

Destinatari:

Imprenditori, general manager, top e middle manager dell'area marketing, produzione, finanza e controllo di gestione, acquisti e logistica, sistemi informativi, risorse umane.

Durata del corso:

3 giornate

Obiettivi:

- Comprendere la valenza specifica dell'approccio snello alla gestione delle attività aziendali
- Comprendere ed analizzare i pilastri operativi dell'approccio snello
- Comprendere le potenzialità del pensiero snello in tutte le attività aziendali (produzione e staff)
- Valutare le differenze e similitudini tra l'approccio tradizionale (Code e magazzino, push) e l'approccio snello (flussi e pull)
- Comprendere la logica ed applicare strumenti snelli nei processi operativi aziendali
- Sviluppare un primo piano per l'azione e un piano di sviluppo

Contenuti:

L'approccio snello:

- Il pensiero snello e l'approccio tradizionale: caratteristiche a confronto
- Identificare il valore: mettersi dalle parte dei clienti e rimettersi in discussione
- Identificare il flusso di valore significativo per i clienti, in relazione al business
- Identificare il muda
- Catena del valore e flussi
- Rompere le barriere tra funzioni con la trasparenza

- Funzioni di staff e muda
- Il "batch & queue" è ineliminabile: confronti con l'approccio snello
- Dal Push al Pull
- Coinvolgere la filiera
- Dalla filiera al network snello

Gli strumenti snelli

- 5 s
- Visual factory
- Just in time
- Kanban

I primi passi da compiere: una guida per l'azione

Perseguire il miglioramento continuo

Marketing operativo, customer care e servizi di assistenza: un circolo virtuoso da progettare e controllare

Destinatari:

Imprenditori, general manager, top e middle manager dell'area marketing, vendite, customer care, operation, finanza e controllo di gestione, sistemi informativi, risorse umane di aziende della produzione e dei servizi. Tecnici e addetti dell'area customer care ed assistenza

Durata del corso:

3,5 giornate

Obiettivi:

- Focalizzare i processi critici aziendali verso la soddisfazione dei bisogni dei clienti attuali e potenziali
- Definire un approccio ed un linguaggio comune (il cliente e le sue esigenze) per tutto il personale coinvolto (tecnici, commerciali, manager)
- Progettare e pianificare le attività di customer service, coerentemente con le esigenze dei clienti e gli obiettivi aziendali
- Gestire manageralmente le commesse, sia in termini di pianificazione delle attività, che di gestione delle priorità, tempi, costi (multi project management)
- Pianificare e gestire simultaneamente attività a commessa e attività programmabili (processi)
- Controllare i risultati dell'attività di customer service, in termini di efficacia e efficienza, in relazione alle strategie aziendali
- Verificarne ed assicurare l'implementazione ed i progressi e strutturare le eventuali azioni integrative e correttive
- Favorire la capacità di proposta in relazione al miglioramento del servizio

Contenuti:

Marketing ed operation dei servizi di customer care ed assistenza

- Cosa vuole il cliente?
- Pianificare ed erogare il servizio
- Struttura organizzative dedicate
- Sistema informativo per il customer care e l'assistenza: indici chiave
- Controllare il servizio al cliente

Multi project management

- Commesse o processi? i fattori critici
- Il metodo manageriale per la gestione delle commesse
- Il ruolo degli stakeholder
- Gestione vincoli di risorse, tempi, costi
- La gestione delle priorità
- Decisioni in ambiente multi progetto
- Il ruolo del sistema informativo

Controllare e migliorare

- A che punto siamo?
- Analisi dei dati, indicatori, percezioni
- Analisi dei dati e sviluppo delle azioni conseguenti di miglioramento/integrazione/correzione



Human Resources

I corsi in aula:

- La comunicazione efficace
- Il Team Working
- Leadership e Coaching
- La gestione dei collaboratori
- Il processo motivazionale
- Change Management
- Il problem solving
- Time Management
- Public Speaking
- Train the Trainer

L'outdoor Training:

- "Make a Team!"
- "Ride the emotion"
- "One step ahead"
- "Codice d'onore"
- "Building of the Orchestra"
- "Actors"
- "Cooking"

La comunicazione Efficace

Destinatari:
Tutti i ruoli che all'interno di un'organizzazione, hanno l'esigenza di rendersi consapevoli della comunicazione quale fattore di successo relazionale

Durata del corso:
1 giornata

Obiettivi:
Per conoscere le diverse strutture della comunicazione, per evitare i processi d'interferenza nella comunicazione verbale e non verbale, per imparare ad utilizzare la tecnica dell'ascolto attivo quale strumento efficace di una relazione empatica.

Contenuti:

- Il modello della comunicazione
- Gli obiettivi della comunicazione
- Differenza tra informazione e comunicazione
- I fattori di interferenza
- La comunicazione efficace: assertività, empatia e ascolto attivo.
- Tecniche di comunicazione
- Le qualità del comunicatore efficace

Il Team Working

Destinatari:
Tutti i ruoli professionali che sono coinvolti in attività di gruppo

Durata del corso:
1 giornata

Obiettivi:
Per imparare ad adottare un approccio collaborativo al lavoro e per sviluppare le competenze necessarie a gestire i conflitti interni al team

Contenuti:

- Dal Team Building al Team Working
- Elementi costitutivi e funzionali del Team
- Il ruolo: obiettivi, aspettative e motivazione
- Orientamento al compito e alla relazione
- Dalla cooperazione alla collaborazione
- L'interdipendenza: fiducia, appartenenza e clima
- Comunicazione efficace, negoziazione, gestione del conflitto e problem solving

Leadership e Coaching

Destinatari:
Tutti coloro che in ambito aziendale hanno la responsabilità di gestire le risorse

Durata del corso:
2 giornate

Obiettivi:
Diventare il riferimento dei propri collaboratori sapendo scegliere lo stile di leadership più appropriato alle differenti situazioni e persone. Far condividere le strategie aziendali attraverso la comprensione e la motivazione delle persone.

Contenuti:

- Le caratteristiche di un Leader
- Le diverse tipologie di leadership
- Il modello di coaching
- Le tecniche del leader: pianificare, organizzare, controllare
- La mission del leader: le tre "E" (en vision, energize, enable)
- Il god setting: la motivazione come fluidificante, la gestione delle situazioni difficili, la scelta e lo sviluppo dei collaboratori, la delega
- Le competenze del Leader: intelligenza emotiva, passione, comunicazione, feed back e ascolto attivo
- Il leader e la gestione

La gestione dei collaboratori

Destinatari:

Persone che, all'interno di un'organizzazione, hanno la responsabilità di coordinare collaboratori

Durata del corso:

1 giornata

Obiettivi:

Comprendere le esigenze ed i comportamenti delle persone all'interno delle organizzazioni

Acquisire modelli e strumenti per la gestione efficace dei propri collaboratori che favoriscono il raggiungimento degli obiettivi

Attuare un percorso di valorizzazione e sviluppo delle persone

Contenuti:

- L'acquisizione delle risorse
- L'inserimento: l'imprinting organizzativo
- La definizione e l'assegnazione degli obiettivi
- La capacità di motivare i collaboratori
- La delega ed il controllo
- La valutazione delle prestazioni
- Ascoltare e dare feedback costruttivi e correttivi
- Il potenziale, lo sviluppo e la formazione

Il processo motivazionale

Destinatari:

Tutti i ruoli che aziendali che hanno l'esigenza di sviluppare un percorso d'auto analisi della propria motivazione al ruolo professionale

Durata del corso:

1 giornata

Obiettivi:

Sviluppare consapevolezza sulla propria motivazione attitudinale e sul valore aggiunto da attribuire alle competenze sviluppate nel tempo.

Contenuti:

- Teorie dei bisogni: la scala dei bisogni di Maslow
- Teorie del valore: il paradigma di McClelland
- La motivazione al ruolo
- Motivazione attitudinale ed incentivante
- La demotivazione
- Il processo automotivazionale

Change Management

Destinatari:

Tutte le risorse coinvolte in un processo di cambiamento organizzativo

Durata del corso:

1 giornata

Obiettivi:

Per acquisire consapevolezza sull'importanza di una gestione efficace del proprio ruolo professionale in relazione .ne e traguardi dell'individuo

Contenuti:

- Il cambiamento organizzativo: approccio ottimistico e pessimistico
- Perché accettare il cambiamento
- Gli stadi del cambiamento: negazione, resistenza, adattamento e coinvolgimento
- L'attribuzione della responsabilità: il Locus of Control
- La motivazione al cambiamento: analisi delle aspettative, obiettivi e scopi in relazione al ruolo professionale

Il problem solving

Destinatari:

Risorse impegnate in attività professionali che desiderino migliorare la loro abilità

Durata del corso:

1 giornata

Obiettivi:

Per imparare a definire una criticità, per imparare ad individuare il metodo e gli strumenti per risolvere il problema e scegliere la soluzione ottimale (Decision Making)

Contenuti:

- Il problem setting: la focalizzazione del problema
- Analisi e ricerca delle cause
- Ricercare le soluzioni
- Sviluppare approcci creativi
- Metodi per lo sviluppo della creatività
- Scelta della soluzione ottimale: il Decision Making
- Decidere e comunicare la soluzione
- Attuazione e controllo
- Come superare le resistenze all'implementazione di soluzioni innovative

Time Management

Destinatari:

Risorse la cui professione implichi una gestione efficace del tempo e/o una pianificazione delle attività lavorative.

Durata del corso:

1 giornata

Obiettivi:

Per imparare a gestire il proprio tempo in relazione al contesto lavorativo, per riconoscere ed evitare gli sprechi di tempo, per apprendere le tecniche efficaci ad ottimizzare la programmazione delle proprie attività.

Contenuti:

- Conoscere il proprio tempo
- Il tempo come risorsa
- Pianificare le attività: urgenza/importanza
- I fattori della perdita di tempo: analizzarli e prevenirli
- Tempo e motivazione
- L'errore di procrastinare
- Passato presente e futuro
- Cattivo uso del tempo
- Un nuovo modo di vivere il tempo

Public Speaking

Destinatari:

Tutti coloro che devono effettuare presentazioni in pubblico e/o intervenire in riunioni o dibattiti, all'interno ed all'esterno dell'organizzazione.

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

Fornire strumenti e tecniche finalizzate alla gestione efficace di una presentazione di fronte ad una platea, superando l'ansia da "palcoscenico".

Suscitare interesse, far capire le proprie idee.

Saper affrontare le situazioni polemiche e gestire le obiezioni.

Contenuti:

- I fondamenti della comunicazione
- Preparare l'intervento ed i materiali
- Gli strumenti audiovisivi, caratteristiche e loro uso appropriato
- Come ottenere l'attenzione
- Iniziare, sviluppare e concludere un discorso
- Gestire le interruzioni e le obiezioni
- Suggerimenti per la gestione dello stress
- La gestualità ed il rapporto con lo spazio

Train the Trainer

Destinatari:

Persone che devono sviluppare la capacità di gestione di un'aula di formazione comportamentale e/o tecnica

Durata del corso:

2 giornate

Obiettivi:

Per conoscere il proprio stile di conduzione della comunicazione in aula, per apprendere strumenti e strategie utili alla gestione delle criticità, della dinamica di gruppo e dello stress che rendono il trainer efficace in aula.

Contenuti:

- Le qualità del trainer efficace: ascolto attivo, stile assertivo, empatia
- La progettazione dell'azione formativa
- Le metodologie didattiche attive: la lezione, il lavoro di gruppo, il metodo dei casi, il role playing e le simulazioni
- Le tecniche di gestione dell'aula: il team building
- Il ruolo del formatore

L'Outdoor Training

Destinatari:

Il corsi di formazione esperienziale outdoor si svolgono all'aperto e coinvolgono i partecipanti sul piano fisico, cognitivo ed emozionale.

Si fondano sul presupposto che la modalità più efficace per apprendere concretamente e stabilmente nuovi comportamenti sia quella di sperimentarli in modo concreto.

Questa metodologia facilita la costruzione di reti relazionali stabili in grado di mantenere elevato nel tempo l'apprendimento del gruppo e la capacità di mettere in atto quanto appreso in termini di traguardo sia degli obiettivi organizzativi che di sviluppo individuale.

La metodologia outdoor si basa su un tipo di apprendimento che nasce, dunque, dall'esperienza e si sviluppa tramite la creazione di situazioni metaforiche.

L'aspetto ludico delle attività garantisce la spontaneità e la rimozione delle difese razionali, in modo tale da facilitare il raggiungimento di una maggiore consapevolezza di comportamenti e atteggiamenti di cui i partecipanti sono generalmente inconsapevoli.

"Make a team!"

"Noi facciamo in gruppo ciò che non siamo in grado di fare da soli"

Contenuti:

- Gli elementi fondamentali per creare fiducia
- L'impatto dell'ambiente sulle performance del team
- Le forze che generano performance e il loro utilizzo
- La coerenza come motore delle relazioni
- La competenza e la crescita del team
- Trovare senso di affidamento attraverso l'equilibrio personale
- La trasparenza e la gestione corretta del feedback
- Affrontare lo stress e i momenti difficili in team
- Differenze, vantaggi e limiti del coordinamento e della cooperazione
- Le sfide comuni: definire gli obiettivi e i ruoli
- Empowerment e senso di responsabilità
- Il vantaggio della fiducia in situazioni estreme
- Trasformare la competenza soggettiva in risorsa per il team

Caratteristiche generali del corso:

Per sviluppare un senso di fiducia ed affiatamento all'interno di un team di lavoro, di progetto, interfunzionale o di processo. Per migliorare le relazioni tra i membri per ottenere un coordinamento più efficace, relazioni più solide e uno spirito di team profondo e condiviso. Per comprendere quali sono i meccanismi che creano fiducia e generano rapporti produttivi nel team. La base del corso è presso una delle sedi riconosciute dalla Federazione Italiana Rafting. Nel giorno di training si vive l'emozione di cavalcare in team, a bordo di un gommone, un torrente in piena. Gli elementi di briefing e debriefing consentono di comprendere strumenti e strategie in modo approfondito e concreto trasformando le emozioni in strategie operative e gestionali.

Durata del corso: 1 giornata

"One step ahead"

"Come condividere i valori nel Team"

Contenuti:

- Comprendere e definire le competenze dirette ed indirette dei ruoli
- Lo sviluppo delle attitudini di lavoro in team
- Comprendere, definire ed individuare i talenti
- Gli strumenti di sviluppo dei talenti e di potenziamento del team
- I principi di delega e controllo e le diverse personalità
- Trattenerne i talenti e svilupparne le competenze: gratificazioni e formazione
- Utilizzare il talento per sviluppare le performance

"Ride the emotion"

"L'intelligenza emotiva come elemento di gestione efficiente"

Contenuti:

- Gestire elementi che richiedono capacità di interazione, comunicazione e persuasione
- Cogliere i segnali deboli e sviluppare una migliore gestione delle proprie emozioni
- Sviluppare senso di responsabilità e self leadership
- Comprendere i contesti ed entrare in sintonia con il team
- Migliorare la propria sensibilità manageriale, comprendere e sviluppare la capacità di gestire convinzioni e valori in modo da incrementare il potenziale individuale e quello del team

Caratteristiche generali del corso:

Il cavallo è, così come l'uomo, un animale sociale. Sono molte le cose che possiamo imparare osservando i suoi comportamenti, e dal rapporto che possiamo instaurare con lui. In un branco di cavalli vige la cooperazione, la leadership condivisa e la coesione di gruppo.

Siamo davanti ad un animale dotato, quindi, di una notevolissima intelligenza sociale in grado di interagire perfettamente con la nostra... a condizione che noi uomini si sia abbastanza attenti da saperla ascoltare. Affinché ciò si realizzi dobbiamo riuscire ad addentrarci sempre più a fondo nella sua mente, alla scoperta di un universo ancora parzialmente ignorato, compiere un viaggio che, aiutandoci a definire sempre meglio la natura di questo nostro misterioso compagno, potrà per riflesso insegnarci molto anche su noi stessi.

Durata del corso: 1 giornata

Caratteristiche generali del corso:

Gestire risorse in azienda significa avere la sensibilità di comprendere che questa è un organismo complesso e fatto di cose che si possono misurare e cose che non sono così facilmente definibili.

Tra le risorse fondamentali dell'azienda ci sono i cosiddetti "asseti intangibili" composti in gran parte dalle persone e dalle loro conoscenze.

Individuare i talenti e trattenerli è una dote fondamentale per un buon manager: un talento è colui che è in grado con la propria presenza di dare valore a tutta la squadra, sa giocare per la squadra ed elevare il livello dei propri compagni. In un'esperienza di rugby è possibile comprendere come andare avanti "passando la palla indietro" e come comprendere e coinvolgere i talenti rendendoli in grado di integrarsi nel team e svilupparne, in modo indotto, le performance.

Durata del corso:

1 giornata

“Codice d’onore”

“L’organizzazione strategica per la gestione efficiente”

Contenuti:

- Le strutture di comando e la gestione armonica dei team complessi
- L’integrazione interfunzionale ed interculturale: quali strumenti
- La riduzione attiva delle barriere tra reparti/uffici diversi e lo sviluppo della collaborazione
- La creazione del senso di appartenenza attraverso la definizione corretta della catena di comando
- Lo “sharing” delle competenze e lo sviluppo della comunicazione attiva
- Principi di delega e controllo efficaci

Caratteristiche generali del corso:

Tramite l’innovativa disciplina sportiva del Soft Air i partecipanti saranno immersi in un percorso di apprendimento sul campo, in situazioni che richiedono un completo coinvolgimento del soggetto (anche fisico) ed in condizioni non convenzionali, tali da richiedere al soggetto stesso l’utilizzazione di tutte le sue risorse, e la sperimentazione attiva in assenza di punti di riferimento stabili e rassicuranti. Condizioni di apprendimento estranee o poco familiari che permettano di sviluppare la capacità di gestire il team strutturando la catena di comando in modo efficace e affrontare la novità, il cambiamento e l’incertezza in tempo reale. Compiti reali legati a problemi concreti. In queste situazioni la definizione precisa della struttura di comunicazione, delega, controllo e responsabilità diviene fondamentale per sviluppare performance eccellenti.

Durata del corso:

1 giornata

“Building the Orchestra”

“Dove le parole finiscono inizia la musica”

Contenuti:

- Analizzare il materiale e percorrere in anticipo la via della realizzazione
- La sostenibilità dei processi innovativi
- I luoghi dell’innovazione, attori e spettatori
- Stimolare la trasformazione e sostenere l’innovazione: il processo di comunicazione
- Programmare l’innovazione: il metodo Toyota ed il problem solving

Caratteristiche generali del corso:

Per essere utile, la creatività deve essere trasformata in risorsa attraverso un processo sostenibile e attuabile. Le risorse non sono sempre così facilmente disponibili ed è utile capire quali sono i confini della realizzabilità. Proprio come nella musica: sette note per realizzare intere opere d’arte. Questo corso accompagna i partecipanti a comprendere gli strumenti e le metodologie utilizzate in campo musicale per realizzare opere immense con risorse limitate. Uno straordinario lavoro in team per trasformare un’idea in un prodotto vincente! I partecipanti si troveranno a vivere l’esperienza diretta di suonare in un gruppo musicale. Con l’aiuto di strumenti musicali a percussione e la guida di un team di esperti musicisti, si riuscirà a creare una vera e propria orchestra che suonerà ritmi a forte carica energetica e positiva, partendo da un livello di competenza specifica pressoché inesistente

Durata del corso:

1 giornata

“Actors”

“Indossate i costumi e...“fate tremare la terra!”

Contenuti:

- Miglioramento della gestione del tempo e delle risorse
- Annullamento della strategia dell’alibi
- Focalizzazione sull’obiettivo in situazioni di stress

Caratteristiche generali del corso:

Il progetto prevede la creazione di quattro importanti Compagnie, che “debutteranno” dopo un lungo lavoro di preparazione, sperimentando l’emozione dell’acting teatrale sotto l’attenta e spietata regia del tormentato scrittore/regista John Ethan.

Dopo l’ebbrezza del debutto, i novelli attori avranno modo di approfondire, attraverso un attento de-briefing, le dinamiche relazionali di rilevanza strategica per il team e per l’azienda. Chi non ha mai desiderato essere un attore intramontabile, una diva senza tempo e calcare con successo le tavole di un importante palcoscenico?

Chi non ha mai sognato il momento del grande debutto, l’ebbrezza del “chi di scena?”, l’attimo magico dell’ultima battuta, per esultare poi con la propria squadra, con la propria Compagnia, grazie agli eccitanti applausi di un pubblico delirante?

Ci credereste? Ora è possibile!

Durata del corso:

1 giornata

“Cooking”

“Le parole insegnano, gli esempi trascinano ma solo i fatti danno concretezza alle parole”

Contenuti:

- Dalla teoria alla pratica: gli elementi fondamentali dell’execution
- Il concetto di delivery
- La verifica dei task
- La misurazione dell’efficacia
- Gli scostamenti rispetto al progetto: la riduzione degli sprechi (muda)
- La gestione delle risorse e gli approvvigionamenti (kanban)
- Gli indicatori di performance (KPI)

Caratteristiche generali del corso:

Per cucinare occorre utilizzare risorse, organizzazione, competenze e metodi...come in azienda.

Il metodo consente di accettare la sfida, mettersi in gioco, far fronte agli imprevisti, in un contesto fuori dagli schemi abituali, accrescendo la consapevolezza dei propri punti di forza e aree di miglioramento ...

per trasformare le cose in realtà!

Attività speciali: ci sono alcune attività speciali che permettono al team di ottenere risorse supplementari per la preparazione della loro ricetta. Tutte le prove sono ovviamente legate al tema cucina, e sono connesse alla preparazione di piatti accessori rispetto al menu principale.

Durata del corso:

1 giornata

Adecco

Training

better work, better life

Direzione Generale

Milano

Tel. 02 88141
Fax 02 88142860
adeccotraining@adecco.it

Torino

Tel. 011 6929611
Fax 011 6929651
adeccotraining.torino@adecco.it

Gallarate (Va)

Tel. 0331 776107
Fax 0331 776813
adeccotraining.gallarate@adecco.it

Milano

Tel. 02 83105310
Fax 02 83105309
adeccotraining.milano@adecco.it

Bergamo

Tel. 035 241705
Fax 035 4179674
adeccotraining.bergamo@adecco.it

Padova

Tel. 049 8564001
Fax 049 8564257
adeccotraining.padova@adecco.it

Bologna

Tel. 051 6146613
Fax 051 6154574
adeccotraining.bologna@adecco.it

Roma

Tel. 06 54546
Fax 06 54546710
adeccotraining.roma@adecco.it

Pescara

Tel. 085 4228982
Fax 085 2058977
adeccotraining.pescara@adecco.it

adecco.it/training



**BUREAU
VERITAS**

La nostra società ha un Sistema di gestione per la Qualità certificato nel febbraio 2005 e conforme alla Norma UNI EN ISO 9001:2008

ASFOR
SOCIO ORDINARIO