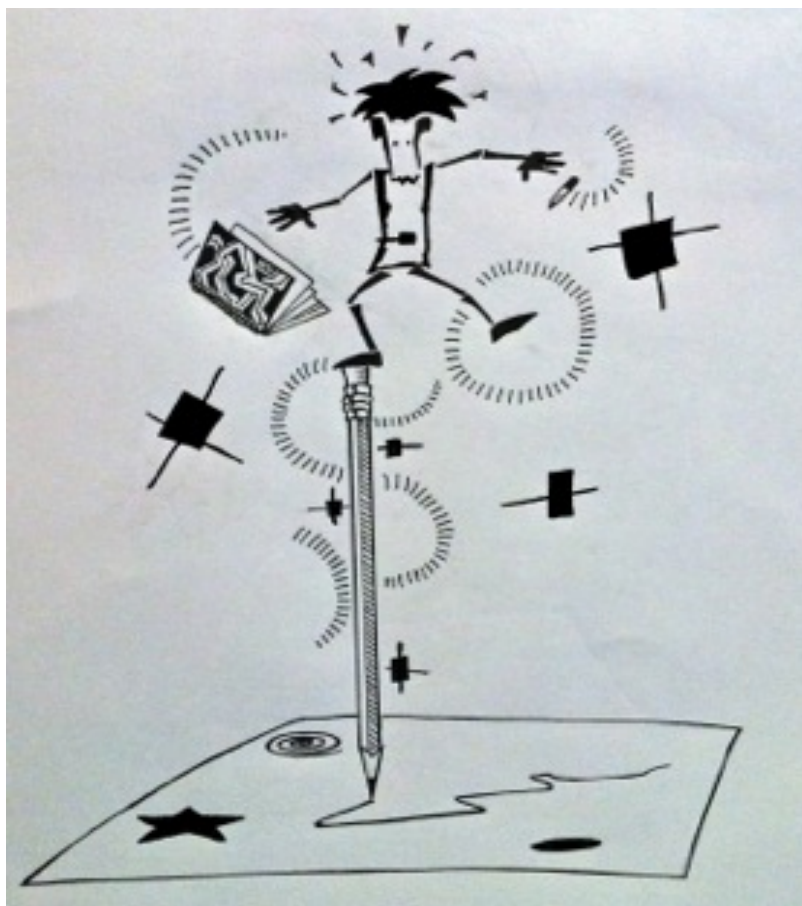


# INDICE



## PROGRAMMA FORMATIVO 2015

### *SVILUPPO PERSONALE*

Gestione del tempo	9
Creatività	9
Gestione delle riunioni	10
Programmazione Neuro Linguistica	10
Problem Solving e Decision Making	11
Pensiero creativo	11

### *MARKETING E VENDITA*

Tecniche di vendita	12
Psicologia della vendita	12
Elementi di marketing	13
Marketing emotivo	13

## **NEGOZIAZIONE**

Assertività	14
Negoziatore	14
Gestione del conflitto	15

## **COMUNICAZIONE**

Comunicazione interpersonale	16
Ascolto attivo	16
Comunicazione in pubblico	17
Comunicazione persuasiva	17
Comunicazione telefonica	18
Comunicazione scritta	18

## **RISORSE UMANE**

Gestione dei gruppi	19
Gestione Risorse Umane	19
Leadership base	20
Leadership avanzata	20
Motivazione	21

## **FINANZA E CONTROLLO**

La gestione dei rapporti con la Banca	21
Controllo dei costi in azienda	22
Budget d'impresa	22
Basilea 2 e la Finanza d'impresa	23

## **INFORMATICA**

Informatica di base	23
Word base	24
Word avanzato	24
Excel base	25
Excel avanzato	25
Access base	26
Access avanzato	26
Programmatore Java	27
Web editing	27

**“La fortuna è quel momento in cui  
la preparazione incontra l’opportunità”.**

***(Randy Pautsch)***

# SVILUPPO PERSONALE

## GESTIONE DEL TEMPO



*Il lavoro mi piace, mi affascina. Potrei starmene seduto per ore a guardarlo.  
(Jerome Klapka Jerome)*

*Non ho tempo da perdere  
Come non perdere tempo, ma vincerlo*

### OBIETTIVI:

Analizzare le tecniche di gestione del tempo per gestire efficacemente le proprie attività private e professionali.

### CONTENUTI:

- Il tempo e le sue differenti configurazioni
- Le abitudini
- L'organizzazione del tempo
- La gestione della giornata
- Gli strumenti per gestire le priorità
- Pianificazione e programmazione dei programmi di attività
- Esercitazioni

## CREATIVITÀ



*Non si tratta tanto di pensare di più,  
quanto di pensare diversamente.  
(Jean Marie Domenach)*

*Ho trovato!*

*Quando un cretino ha più successo di un creativo*

### OBIETTIVI:

Fornire le tecniche per sviluppare il processo creativo e per utilizzare il pensiero laterale.

### CONTENUTI:

- Le opportunità
- La fissazione di mete ed obiettivi
- Strategie di problem solving
- Il brainstorming
- Il pensiero lineare e quello laterale
- Le mappe mentali
- La creatività
- Esercitazioni

## GESTIONE DELLE RIUNIONI



*Quando il personale direttivo si trova a dedicare alle riunioni un quarto o più del suo tempo, si può essere certi dell'esistenza di un grave difetto di organizzazione.  
(Peter Drucker)*

### *Ordine del giorno: sopravvivere*

*Trasformare un raduno di sbandati  
in una riunione efficace*

#### OBIETTIVI:

Fornire gli strumenti e le strategie più adeguate per ogni riunione, ponendo attenzione a tempi, obiettivi e contesto in cui si opera.

#### CONTENUTI:

- La preparazione delle riunioni
- I partecipanti
- Apertura, svolgimento e chiusura di una riunione efficace
- Le relazioni
- La sequenza degli interventi
- La gestione delle negoziazioni

## PROGRAMMAZIONE NEURO LINGUISTICA



*Tutte le cose sono difficili prima di diventare facili.  
(Jonh Norley)*

### *Cos'è questa PNL?*

*Le basi della Programmazione Neuro Linguistica*

#### OBIETTIVI:

Fornire gli strumenti e le tecniche di base della Programmazione Neuro Linguistica, con particolare riferimento al miglioramento della propria comunicazione e delle tecniche di negoziazione personale.

#### CONTENUTI:

- I principi della comunicazione
- I fondamenti teorici e i presupposti della PNL
- La costruzione attiva dei modelli del mondo
- I sistemi rappresentazionali
- La calibrazione e il rispecchiamento
- Esercitazioni

## PROBLEM SOLVING E DECISION MAKING



*Se osservi abbastanza attentamente il tuo problema, ti accorgerai di essere parte del problema.  
(Arthur Bloch)*

### *Ho un problema*

*Sempre meglio che averne due...*

#### OBIETTIVI:

Analizzare i processi logici che permettono la presa di decisioni all'interno di team ed organizzazioni, anche in situazioni di incertezza.

#### CONTENUTI:

- Le problematiche dell'organizzazione aziendale
- Il concetto di "problema"
- Le decisioni
- Il circuito decisionale
- Il comportamento di fronte alle decisioni
- Decisioni in condizioni di rischio ed incertezza

## PENSIERO CREATIVO



*La differenza tra il genio e la stupidità è che il genio ha i suoi limiti  
(Albert Einstein)*

### *Stupido è chi stupido fa*

*Stupidità: da utilizzare ed evitare a piacimento*

#### OBIETTIVI:

Comprendere i meccanismi che portano ad avere comportamenti stupidi ed analizzare le strategie che la stupidità adotta: in natura, in azienda, in finanza ed in particolare in ambito lavorativo.

#### CONTENUTI:

- Rendere meno possibile la stupidità
- La stupidità ed alcune sue manifestazioni
- Le strategie di base della stupidità studiate all'interno della teoria dei giochi
- Incentivare l'intelligenza e disincentivare i comportamenti stupidi

# MARKETING E VENDITA

## TECNICHE DI VENDITA



*La goccia scava la pietra.  
(Lucrezio)*

### *Da vendimucche a venditori* **Incornare grandi vendite**

#### OBIETTIVI:

Fornire gli strumenti e le tecniche necessarie per affrontare un processo di vendita. Sviluppare metodologie utili al rapporto col cliente ed alla gestione di una trattativa.

#### CONTENUTI:

- Il ruolo del venditore
- Core competence del venditore
- La conoscenza del settore
- Il processo di vendita
- L'evoluzione della clientela
- Logiche e metodi per la creazione di partnership con il cliente
- La gestione di una trattativa di vendita
- Esercitazioni

## PSICOLOGIA DELLA VENDITA



*Le anatre depongono le loro uova in silenzio. Le galline invece schiamazzano come impazzite. Qual è la conseguenza? Tutto il mondo mangia uova di gallina  
(Henry Ford)*

### *Nella mente del cliente* **Entrare nella testa del cliente, cercando di capirci qualcosa**

#### OBIETTIVI:

Fornire le conoscenze necessarie per un'efficace gestione della trattativa commerciale tramite l'analisi dei clienti e delle fasi della vendita.

#### CONTENUTI:

- Le fasi della vendita
- Il cliente e le motivazioni d'acquisto
- Le obiezioni e le tecniche di risposta
- Il rapporto con il cliente
- La trattativa
- Tecnica dell'intervista e delle domande
- Simulazioni

## ELEMENTI DI MARKETING



*Le imprese non fanno acquisti,  
stabiliscono relazioni.  
(C. S. Goodman)*

### *Marketing?*

*Chi non "markeggia" è perduto*

#### OBIETTIVI:

Analizzare il concetto di marketing, con particolare attenzione al Marketing mix ed al ruolo ricoperto nella pianificazione strategica.

#### CONTENUTI:

- Definizione di marketing
- Le strategie di marketing
- Il marketing mix
- Ciclo di vita del prodotto
- La segmentazione del mercato
- L'offerta dei servizi
- La qualità del servizio
- La comunicazione al mercato
- L'immagine aziendale

## MARKETING EMOTIVO



*Nell'emozione del momento i  
sentimenti dominano gli uomini  
più fortemente dei pensieri.  
(Karl Von Clausewitz)*

### *Amo questa marca*

*Quando prodotti e servizi si sposano  
col cliente, convolando a nozze*

#### OBIETTIVI:

Analizzare la dimensione emotiva del marketing, sempre più centrale nel processo di acquisto di prodotti e servizi.

#### CONTENUTI:

- Il cliente e le emozioni
- L'influenza delle emozioni nel processo decisionale
- La comunicazione sensoriale
- Il ruolo dell'immagine
- Il brand emotivo



# NEGOZIAZIONE

## ASSERTIVITÀ



*Fermezza di fronte al destino, grazia  
nella sofferenza, non vuol dire  
semplicemente subire: è un'azione  
attiva, un trionfo positivo.  
(Thomas Mann)*

### *Il coraggio di essere se stessi*

*L'assertività: prendere posizione senza lasciarsi  
schacciare e senza picchiarsi*

#### OBIETTIVI:

Fornire gli strumenti adeguati per adottare comportamenti assertivi ed esprimere la propria posizione in maniera positiva, senza passività o aggressività.

#### CONTENUTI:

- Il concetto di assertività
- Il comportamento assertivo
- Come affermare la propria opinione, le proprie aspettative, i propri sentimenti o critiche
- La comunicazione verbale e paraverbale dell'assertività
- Il comportamento assertivo in ambito professionale
- Esercitazioni

## NEGOZIAZIONE



*Il meglio del meglio non è vincere cento  
battaglie su cento, bensì sottomettere il  
nemico senza combattere.  
(Sun Tzu)*

### *Veniamoci incontro*

*Negoziare evitando l'omicidio*

#### OBIETTIVI:

Fornire le tecniche per la gestione delle negoziazioni e delle trattative, sia per la gestione dei rapporti che per la cessione di beni o servizi.

#### CONTENUTI:

- Struttura della negoziazione
- Gli stili negoziali
- Le strategie negoziali
- Tecniche di negoziazione
- Il superamento del conflitto
- Simulazioni

## GESTIONE DEL CONFLITTO



*C'è chi dà ripetute martellate contro il muro e crede ogni volta di colpire il chiodo.  
(Johann Wolfgang Goethe)*

### *Vaffanculo!*

*Perchè mandare a quel paese è meno utile che andarci insieme*

#### OBIETTIVI:

Conoscere le tecniche esistenti per distinguere contrasto e conflitto e per gestirli efficacemente.

#### CONTENUTI:

- Il conflitto e il contrasto
- Le cause del conflitto
- Il ruolo del conflitto
- Le domande da porsi
- Strategie di gestione del conflitto
- Stili di ristrutturazione
- Simulazioni

