



FONDAZIONEISTUD



# Programma Formativo del Piano

## “S.IN.TES.I. - piano di Sviluppo e INnovazione del TESsuto Imprenditoriale lombardo”

Ente Finanziatore: Fondimpresa  
ID Progetto AVT/55/09

Il Progetto è promosso da:

Assolombarda, Confindustria Alto Milanese, Organizzazioni Sindacali Territoriali e settoriali di CGIL, CISL, UIL.

e attuato da:

Fondazione ISTUD per la cultura d'impresa e di gestione (capofila A.T.S.), ASF - Associazione Servizi Formativi, Università degli Studi di Milano, CESIL- Centro Solidarietà Integrazione lavoro, Newpeople Team srl

## INDICE DEI CORSI

### **SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE**

COMUNICAZIONE E ASSERTIVITA'	4
CREATIVITA' IN AZIENDA	5
GESTIONE DEI COLLABORATORI	6
GESTIONE DEL TEMPO	7
LAVORARE IN MODO COLLABORATIVO	8
PUBLIC SPEAKING	9
LO SVILUPPO DELLE ABILITA' NEGOZIALI	10
LA DELEGA COME STRUMENTO DI GESTIONE DELLE RISORSE	11
I METODI DELLA FORMAZIONE	12
SELF-MANAGEMENT	13
FONDAMENTI DI CUSTOMER SERVICE	14
ANALISI ORGANIZZATIVA E PROCESS MANAGEMENT	15
BUSINESS ENGLISH	16
LA GESTIONE DELLE EMOZIONI	17

### **SVILUPPO DEI SISTEMI GESTIONALI**

CONTROLLO DI GESTIONE: I FONDAMENTALI	19
PROJECT MANAGEMENT	20

### **INNOVAZIONE NEL RAPPORTO CON IL MERCATO**

PROCESSO DI MARKETING	22
GESTIRE LA RELAZIONE DI VENDITA CON EFFICACIA	23
INNOVARE OLTRE IL PRODOTTO PER RINNOVARE L'IMPRESA	24

# SVILUPPO DELLE RISORSE UMANE



## COMUNICAZIONE E ASSERTIVITA'

### Obiettivi

Finalità generale dell'intervento è quella di aumentare la consapevolezza dei partecipanti rispetto alle caratteristiche, al funzionamento, alle dinamiche del processo comunicativo e fornire loro chiavi di lettura per migliorare la propria azione quotidiana.

Entro questa finalità, gli obiettivi specifici sono: comprendere la complessità della comunicazione interpersonale; aumentare la conoscenza dei *fondamentali* della comunicazione; aumentare il livello di consapevolezza circa le determinanti del proprio stile comunicativo, i suoi punti di forza e le aree di miglioramento; allenare capacità e strumenti comunicativi anche alternativo a quelli in uso.

### Contenuti

Il lavoro d'aula si focalizzerà sull'analisi e la sperimentazione di comportamenti efficaci in relazione alle situazioni di comunicazione aziendale più frequenti:

- Condividere obiettivi e informazioni (a due, in collettivo)
- Influenzare gli interlocutori (interni, esterni)
- Motivare gli interlocutori in situazioni difficili (a due, in collettivo)
- Costruire cooperazione e fiducia (a due, in collettivo)

Saranno nello specifico allenate le capacità di:

- Definizione di un obiettivo comunicativo realistico
- Progettazione e gestione di una comunicazione (contenuti, scaletta, strumenti di supporto e gestione delle dimensioni relazionali)
- Argomentazione
- Osservazione e ascolto
- Espressione verbale e non verbale
- Restituzione feedback

### A chi si rivolge

A chiunque sia interessato ad avere uno spazio di riflessione, in un'ottica di miglioramento, sulla propria capacità di comunicazione efficace.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## CREATIVITA' IN AZIENDA

### Obiettivi

Il seminario ha lo scopo di esplorare le dinamiche della creatività e di comprenderne la possibile applicazione di esse nella vita professionale. Attraverso una successione di esercizi creativi, i partecipanti sono portati a prendere consapevolezza dei propri processi cognitivi ed espressivi e ad integrarli in una visione più ampia ed efficace. In particolare, attraverso il confronto in gruppi si sperimenterà la creatività come un processo “plurale”, che necessita collaborazione, propositività e valorizzazione delle differenze.

### Contenuti

- Gli stili della creatività
- I meccanismi della creazione
- L'approccio logico-sequenziale e il pensiero laterale
- L'importanza della diversità nell'approccio creativo
- Gli spazi per la creatività nella vita professionale

### A chi si rivolge

A chiunque sia interessato a comprendere meglio e a fare proprie le dinamiche della creatività, sia come occasione di crescita personale, sia come occasione di maggior soddisfazione nella vita professionale.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## GESTIONE DEI COLLABORATORI

### Obiettivi

L'intervento formativo intende lavorare sulle principali competenze necessarie per un'efficace gestione dei collaboratori. In particolare il seminario intende:

- Esplorare i contenuti del ruolo di gestione delle persone e identificare le principali capacità ad esso relative
- Allenare la capacità di comprensione e gestione delle situazioni tipiche del ruolo di management dei collaboratori
- Identificare approcci per la gestione dei collaboratori adeguati, in relazione alle caratteristiche della situazione e dell'interlocutore.

### Contenuti

- Il ruolo manageriale nell'esperienza dei partecipanti
- Il coordinamento di un gruppo di lavoro
- La gestione della motivazione
- La valutazione e il dare feedback
- La delega
- La gestione del colloquio
- Lo sviluppo delle risorse

### A chi si rivolge

A chiunque abbia attualmente all'interno della propria organizzazione responsabilità di gestione di collaboratori diretti.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## **GESTIONE DEL TEMPO**

### **Obiettivi**

Il seminario ha l'obiettivo di rendere i partecipanti consapevoli delle dimensioni e degli elementi fondamentali relativi al fattore tempo e alla sua gestione, identificando modalità e possibili strumenti utilizzabili nell'esercizio dell'attività professionale. In particolare, gli obiettivi del seminario sono:

- Aiutare i partecipanti a identificare tutte le variabili coinvolte nella gestione delle proprie attività
- Sostenere i partecipanti nell'organizzazione in maniera efficace ed efficiente del proprio lavoro, nel rispetto dei vincoli organizzativi e delle risorse disponibili

### **Contenuti**

- Il concetto di tempo cronologico e tempo psicologico
- La gestione del tempo individuale in relazione al tempo dell'organizzazione
- La mobilitazione delle proprie energie ed il rapporto tempo personale/tempo di lavoro
- La definizione della propria scala valori per l'individuazione e gestione delle priorità
- La definizione personale degli obiettivi
- Il concetto di urgenza e importanza
- I ladri del tempo
- Uno strumento gestionale: la matrice manageriale
- L'organizzazione delle attività: le parti semplici e la complessità delle relazioni tra esse
- La delega come strumento di programmazione personale

### **A chi si rivolge**

A chiunque sia interessato ad avere uno spazio di riflessione, in un'ottica di miglioramento, sulla propria capacità di time management.

### **Durata**

Un modulo di 1 giorno

## LAVORARE IN MODO COLLABORATIVO

### Obiettivi

- Condividere le ragioni del lavoro cooperativo nelle organizzazioni
- Identificare gli ostacoli e le condizioni di efficacia per la cooperazione in un team di lavoro e nella relazione professionale “a due”
- Riflettere sulle principali dinamiche legate al lavoro cooperativo
- Allenare le capacità di collaborazione e di lavoro integrativo.

### Contenuti

- Perché cooperare nelle organizzazioni?
- La rappresentazione della cooperazione partendo dall’esperienza dei partecipanti
- Due macro ambiti della cooperazione: il gruppo e la relazione “a due”
- Le aree di presidio di un team: compito e relazione
- Mandato vs. obiettivo
- Gestire il compito: condivisione dell’obiettivo, del metodo di lavoro e dei ruoli del team
- Gestire la relazione: clima, fiducia, motivazione, comunicazione
- Gli ostacoli alla cooperazione nella relazione “a due”
- L’altra faccia della cooperazione: il conflitto
- Le condizioni di efficacia per la cooperazione in un team e nella relazione “a due”

### A chi si rivolge

A chiunque sia attualmente impegnato nell’esercizio della sua attività in gruppi di lavoro o sia chiamato a costruire e gestire relazioni cooperative con uno o più colleghi.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## PUBLIC SPEAKING

### Obiettivi

Il seminario intende accrescere nei partecipanti la consapevolezza delle dimensioni principali coinvolte nelle attività di presentazione in ambito professionale e allenare le competenze collegate. In particolare il seminario è finalizzato a sostenere i partecipanti nel comprendere come strutturare una presentazione sui bisogni degli interlocutori, nel riuscire ad usare efficacemente gli strumenti a propria disposizione, nel riuscire a riconoscere gli aspetti principali e più critici delle situazioni di public speaking.

### Contenuti

- Preparazione della presentazione
- Parlare in pubblico come processo comunicativo "uno a molti"
- Il pubblico-cliente (bisogni, aspettative, caratteristiche) come fattore orientatore della preparazione
- Il contenuto: obiettivo, metodo, strumenti
- Le fasi della presentazione e la loro corretta strutturazione
- La definizione dell'obiettivo, la strutturazione del discorso e la scelta del linguaggio, la scelta delle informazioni e degli strumenti di supporto, le azioni di "prova"
- Lo svolgimento della presentazione
- Le tecniche di presentazione e gli errori più comuni
- La gestione delle domande e delle obiezioni
- La flessibilità nell'interazione come chiave di successo
- La relazione: le sensazioni, l'atteggiamento, le emozioni
- La conclusione della presentazione
- Le azioni di verifica sull'obiettivo
- Lo spazio al cliente

### A chi si rivolge

A tutte le persone che usano le presentazioni come strumento di comunicazione in ambito professionale.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## LO SVILUPPO DELLE ABILITA' NEGOZIALI

### Obiettivi

L'intervento formativo è finalizzato a sviluppare ed allenare le capacità necessarie per gestire situazioni negoziali all'interno della propria realtà organizzativa. In particolare, le capacità oggetto di lavoro sono: riconoscere le principali situazioni negoziali, analizzare i comportamenti e le dinamiche cognitive ed emotive caratteristiche di una situazione negoziale, sviluppare una maggiore consapevolezza di sé e del proprio stile nella relazione negoziale.

Si suggerisce, prima dell'iscrizione a questo modulo, la partecipazione a "gestione dei conflitti" per ottimizzare l'acquisizione di strumenti e tecniche.

### Contenuti

- Il processo negoziale: come costruire una cornice negoziale e bilanciare gli interessi in gioco
- Il processo negoziale: dal problem setting al problem solving
- Le Tecniche creative, cenni su strumenti della PNL
- La negoziazione e la trattativa: differenze e peculiarità
- Gli stili di negoziazione e "il one shot"
- Introduzione alla trattativa in ambito internazionale e peculiarità

### A chi si rivolge

A tutte le persone che nell'esercizio del proprio ruolo devono gestire situazioni negoziali, di trattativa commerciale o di negoziazione su ruoli e/o governance. Impegnati ad integrare prospettive differenti per il raggiungimento dei propri obiettivi professionali.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## LA DELEGA COME STRUMENTO DI GESTIONE DELLE RISORSE

### Obiettivi

L'intervento formativo è finalizzato a sviluppare ed allenare le capacità di gestione del processo di delega. Potenziare gli strumenti per delegare efficacemente e in coerenza con gli obiettivi organizzativi.

Conoscere il proprio stile di delega, potenziare la capacità di responsabilizzare i propri collaboratori e offrire loro i mezzi per crescere individualmente, di incoraggiare l'iniziativa e allo stesso tempo guidare i collaboratori verso la loro autonomia operativa.

### Contenuti

- La delega nelle sue linee essenziali
- La pratica della delega: “dal definire gli obiettivi al negoziare le modalità e l'orientamento”
- Far conoscere, fare “aderire” e fare agire
- Accogliere e trattare le resistenze
- Fiducia, controllo e accompagnamento
- Il colloquio di delega e sua strutturazione

### A chi si rivolge

Dirigenti, project manager, responsabili, quadri, operatori che gestiscono risorse umane.

A tutti coloro che, nell'esercizio del proprio ruolo, gestiscono collaboratori e che desiderano potenziarsi nell'utilizzo dello strumento "delega".

Per tutti coloro che riconoscono l'esigenza di delegare in linea discendente o trasversale per ottimizzare i risultati organizzativi.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## I METODI DELLA FORMAZIONE

*Sviluppare le abilità didattiche per diventare formatori interni*

### Obiettivi

- Condividere le possibili visioni sul ruolo del Formatore in Azienda
- Esplicitare le finalità e le diverse tipologie di Formazione
- Analizzare il Processo della Formazione e i principali Attori coinvolti
- Allenare la capacità di micro progettazione di un intervento formativo
- Fare un focus sulla fase di EROGAZIONE (Apertura, Metodi, Criticità, Chiusura).

### Contenuti

- Il Ruolo di Formatore
- La Formazione in azienda: Finalità e Tipologie
- L'Apprendimento degli adulti: modalità (come apprendiamo) e Stili
- Il processo della Formazione: Fasi e Ruoli coinvolti
- La Microprogettazione
- La fase di Erogazione/gestione dell'aula
- I Metodi (didattici) della formazione
- Focus su alcuni metodi (le lezioni, le esercitazioni)
- Il Feedback dell'aula
- La gestione di Dinamiche d'aula, con particolare riferimento a Situazioni "Critiche"
- La Chiusura di un seminario.

### A chi si rivolge

Tutti coloro i quali oggi (preferibilmente) già svolgono o si apprestano a svolgere in prima persona attività di erogazione di attività formative all'interno della propria organizzazione.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## SELF-MANAGEMENT

*L'equilibrio personale e il piacere di lavorare*

### Obiettivi

Il corso fornisce ai partecipanti gli strumenti alla base di una corretta gestione delle proprie energie individuali sull'ambiente di lavoro. Il corso si pone l'obiettivo di fornire chiavi di lettura delle relazioni professionali per una maggiore serenità ed efficacia delle stesse. Attraverso la riflessione sui propri meccanismi comportamentali, i partecipanti saranno aiutati a prendere consapevolezza delle potenzialità e dei rischi insiti in essi e a raggiungere un migliore equilibrio tra la dimensione personale e quella professionale.

### Contenuti

Il corso è basato sui seguenti contenuti:

- Le relazioni e le motivazioni al lavoro secondo il modello dell'Analisi Transazionale
- Le emozioni e la loro gestione
- I riconoscimenti e l'equilibrio interiore
- Le relazioni tra vita professionale e vita privata

Il corso è caratterizzato da una forte interattività d'aula: grazie all'uso costante di esercizi e simulazioni, i partecipanti possono rielaborare le proprie abitudini comportamentali e relazionali predisponendo dei piani di miglioramento individuale.

### A chi si rivolge

È rivolto a tutte le persone la cui vita professionale è caratterizzata da una forte esposizione relazionale (frequenti rapporti con colleghi e/o clienti) e che a causa di ciò corrono il rischio di affaticarsi eccessivamente, diminuendo tanto la motivazione personale che la qualità delle proprie performance lavorative.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## FONDAMENTI DI CUSTOMER SERVICE

### Obiettivi

La cultura di orientamento al cliente, tipica del mondo anglosassone, è sempre più fondamentale per qualsiasi azienda.

Gli obiettivi del corso sono:

- Offrire ai partecipanti una prospettiva degli elementi sui quali si basa la relazione efficace con il cliente.
- Offrire un insieme di strumenti pratici per l'implementazione nella pratica quotidiana, sia per chi opera quotidianamente al contatto con il pubblico sia per chi ha invece rapporti con clienti interni o intermediari.

### Contenuti

Il corso parte dalla definizione di cliente e prende in esame le principali variabili associate alla gestione del cliente, con molti esempi e riferimenti ad aziende retail, business to business, di produzione e servizi.

Gli argomenti trattati includono la qualità del servizio ai clienti, la soddisfazione della clientela, la gestione del disservizio e la fedeltà.

Ampio spazio viene dedicato al tema della comunicazione con i clienti, sia verbale sia scritta. Sulla base degli spunti usati dal docente (esempi tratti da comunicazioni di aziende esistenti), partecipanti potranno condividere le proprie esperienze, confrontarsi e riflettere sul modo migliore di gestire i clienti nella propria realtà aziendale. In chiusura, sarà proposta un'esercitazione sotto forma di role play.

### A chi si rivolge

A impiegati e quadri a contatto con il pubblico o con i clienti, direttamente, al telefono o via mail, al personale di staff quale centralino, contabilità, servizio clienti etc e al personale tecnico che ha rapporti con il cliente finale o con clienti intermediari sia in aziende di servizi che di prodotti.

### Durata

Un modulo di 1 giorno

## ANALISI ORGANIZZATIVA E PROCESS MANAGEMENT

### Obiettivi

Il seminario si propone di sviluppare nei partecipanti le capacità di lettura e analisi del sistema organizzativo e delle diverse variabili di cui tale sistema si compone.

Intende inoltre sviluppare la capacità di lettura e analisi dei processi organizzativi e di fornire gli strumenti necessari per la valutazione e l'eventuale riprogettazione dei processi.

### Contenuti

- Analisi organizzativa
- Organizzazione per processi
- Ciclo del Process Management
- Gestione dell'innovazione e dei cambiamenti dei processi

### A chi si rivolge

Il seminario si rivolge a chi ricopre ruoli gestionali o manageriali e si occupa della gestione, monitoraggio e valutazione dei processi aziendali. Si rivolge inoltre a tutti coloro che, aspirando a ricoprire ruoli simili, vogliono possedere una visione integrata delle tecniche e delle metodologie di process management.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## BUSINESS ENGLISH

### Obiettivi

L'intervento formativo mira a trasmettere ai partecipanti una serie di competenze legate all'impiego della lingua inglese in contesti professionali. Non si tratta di un tradizionale corso di lingua ma di un seminario focalizzato sull'inglese come strumento di lavoro e in particolare sulla lingua parlata in contesti interculturali e nelle multinazionali. Si darà pertanto ampio spazio a esercitazioni e situazioni interattive, ricreando le circostanze tipiche della comunicazione in lingua inglese per chi opera in azienda.

### Contenuti

- L'inglese, una lingua "modulare" e in continua evoluzione
- I "falsi amici"
- Comunicazione scritta: Struttura, esposizione l'importanza della conclusione
- Comunicazione verbale: Regole generali, errori comuni, *case history*
- Conversazione, meeting, negoziazione: Struttura, linguaggio, gestione, ruoli
- Telefonata, teleconferenza: Struttura, linguaggio, gestione, ruoli
- Tendenze, slang e metafore aziendali

### A chi si rivolge

A manager, specialist e a tutti coloro che, nell'esercizio del proprio ruolo, devono gestire negoziazioni internazionali, partecipare a riunioni, trattare con interlocutori stranieri e che intendono proiettare un'immagine di professionalità e conoscenza della propria materia.

In fase di progettazione, sarà inviato ai partecipanti un questionario per misurare la loro competenza linguistica e le loro aspettative di apprendimento. Ogni corso è infatti tarato sul livello dei suoi partecipanti. L'iscrizione a questo modulo è consigliata a persone già in grado di parlare inglese a livello "intermediate". Nel caso di gruppi omogenei con un'ottima conoscenza dell'inglese, è anche possibile organizzare corsi "advanced".

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## LA GESTIONE DELLE EMOZIONI

### Obiettivi

- Apprendere un modello di riconoscimento e gestione delle emozioni.
- Riconoscere le emozioni per gestirle ed utilizzarle per migliorare le relazioni organizzative
- Riconoscere gli automatismi, le situazioni di stress nell'organizzazione e trovare strategie alternative.

### Contenuti

Il corso di formazione coniuga le conoscenze relative al funzionamento della mente con le scienze psicosociali e le neuroscienze per potenziare l'efficacia individuale e di gruppo operando in tre campi:

- Consapevolezza dei processi mentali
- Governo della relazione
- Sviluppo dell'organizzazione

Nello specifico i contenuti del corso sono i seguenti:

- Cosa sono le emozioni e a cosa servono
- Definizione delle emozioni più comuni e tecniche di riconoscimento
- Le emozioni nel conflitto, come riconoscerle e gestirle: livelli del conflitto
- Intuizione e pregiudizio nella gestione della relazione: conflitto e risorsa
- Gli automatismi e le emozioni parassite
- Emozione e ragione: Okness relazionale

### A chi si rivolge

A chiunque sia interessato ad avere uno spazio di riflessione, in un'ottica di miglioramento, sulla propria capacità di gestire efficacemente le emozioni.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

# SVILUPPO DEI SISTEMI GESTIONALI



## CONTROLLO DI GESTIONE: I FONDAMENTALI

### Obiettivi

Il seminario ha la finalità di aiutare i partecipanti a comprendere i documenti economico-finanziari e ad interpretare le informazioni sulla redditività e sugli aspetti finanziari presenti nei report aziendali, effettuando gli opportuni collegamenti con lo scenario finanziario attuale.

### Contenuti

- Il bilancio di esercizio e l'analisi di bilancio
- Il flusso di cassa e il fabbisogno finanziario
- Il margine di contribuzione e il punto di pareggio
- La programmazione e il budgeting
- Analisi dello scenario finanziario attuale.

### A chi si rivolge

A junior/senior manager di tutte le funzioni aziendali (addetti/non addetti ai lavori) che desiderano acquisire conoscenze di base nell'area economico-finanziaria.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## PROJECT MANAGEMENT

### Obiettivi

Il seminario si propone di:

- Illustrare gli aspetti fondamentali di un progetto
- Discutere gli approcci e i suggerimenti operativi per gestirne i punti chiave, anche in assenza di significative esperienze precedenti

### Contenuti

- Cos'è un progetto: tratti caratteristici
- L'ideazione del progetto
- La costruzione del gruppo
- Lo start-up del progetto
- La gestione e la chiusura del progetto

### A chi si rivolge

A professional e manager a cui l'azienda occasionalmente affida la responsabilità di gestione di progetti, che vogliono affrontare le principali tematiche collegate al project management.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

# INNOVAZIONE NEL RAPPORTO CON IL MERCATO



## PROCESSO DI MARKETING

### *Corso di marketing di base*

#### **Obiettivi**

Il seminario ha la finalità di presentare tutti i concetti di base del marketing come punti di partenza indispensabili per qualsiasi azione commerciale. Oltre all'analisi delle logiche del marketing strategico, vengono affrontate le tematiche tipiche del marketing operativo. Dallo sviluppo dell'orientamento al cliente fino al miglioramento della gestione delle relazioni per riuscire a dare e comunicare valore ai beni o ai servizi dell'impresa.

#### **Contenuti**

- Le leve del marketing mix
- Il marketing come processo alla base delle attività commerciali
- Il marketing strategico: dalla segmentazione al posizionamento
- Il marketing operativo: dal pricing al break even point fino alle decisioni distributive
- L'attività pubblicitaria e promozionale
- La costruzione del piano di marketing

#### **A chi si rivolge**

A giovani delle direzioni commerciali e marketing; professional e manager di altre direzioni che desiderano acquisire un'organica comprensione del linguaggio e dei processi operativi di marketing; imprenditori e direttori di imprese medio/piccole.

#### **Durata**

Un modulo di 2 giorni

## GESTIRE LA RELAZIONE DI VENDITA CON EFFICACIA

### Obiettivi

Fornire ai partecipanti gli strumenti concettuali e relazionali per gestire relazioni di vendita efficaci.

Gli obiettivi didattici del corso sono:

- Migliorare l'efficacia dell'azione di vendita
- Fornire ai partecipanti le chiavi di lettura del processo di vendita e nel colloquio di vendita
- Apprendere a monitorare lo svolgimento della relazione col cliente
- Sviluppare una maggior consapevolezza del proprio stile di relazione con il cliente

### Contenuti

- Le logiche di fondo della vendita e le condizioni di successo:
  - L'incontro domanda-offerta e la relazione stabile con il cliente (profittabilità nel tempo)
  - La logica win-win e le leve della persuasione
  - La preparazione della strategia di vendita: dalla logica product-oriented alla logica client-oriented
- Il colloquio di vendita:
  - Le fasi: l'apertura, le domande, la conoscenza del cliente, la chiusura
  - Gli strumenti: la gestione delle obiezioni; il linguaggio efficace; l'ascolto attivo e la vendita consulenziale
- Gestire la relazione di vendita: l'analisi del cliente complesso; lo sviluppo del portafoglio clienti

### A chi si rivolge

Il corso è rivolto a giovani figure commerciali che abbiano già intrapreso l'attività di gestione della clientela e vogliano acquisire strumenti e logiche professionali di gestione del cliente e/o migliorare la gestione della relazione con essi.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## INNOVARE OLTRE IL PRODOTTO PER RINNOVARE L'IMPRESA

### Obiettivi

L'innovazione è l'essenza stessa del business in un'economia reale che si basa sullo scambio di beni. Per innovare non sempre servono nuove tecnologie e prodotti rivoluzionari, spesso basta ripensare a come è fatto il proprio business e rimettere al centro il cliente/acquirente, cercando di dare benefici concreti e originali sia nel prodotto stesso sia in come lo si comunica e lo si offre.

### Contenuti

- L'innovazione come processo inevitabile per lo sviluppo del business, che si può organizzare e gestire come gli altri processi
- La dinamica di sviluppo delle tecnologie e dei modi di condurre il business: la matrice delle opportunità innovative in funzione della maturità dei mercati
- Osservazione delle persone e delle attività dove un prodotto o servizio potrebbe aiutarle. Concetti di product development
- L'innovazione aperta, la gestione della conoscenza e delle competenze, le forme organizzative per realizzare l'innovazione

### A chi si rivolge

Il seminario è rivolto a manager Marketing, R&D e Responsabili di prodotto.

### Durata

Un modulo di 2 giorni

## SCHEDA DI ISCRIZIONE AI CORSI INTERAZIENDALI

da inviare a Fondazione ISTUD per la cultura d’impresa e di gestione  
Corso Umberto I, 71 - 28838 Stresa (VB)  
Telefono 0323 933801 - Fax 0323 933805  
Paola Marchionini - pmarchio@istud.it

Azienda \_\_\_\_\_

associata al Fondo Interprofessionale FONDIMPRESA. N° Dipendenti \_\_\_\_\_

Referente aziendale \_\_\_\_\_  
(nome e cognome)

\_\_\_\_\_  
(tel., fax, e-mail)

TITOLO DEL CORSO	DATA DI INIZIO	COGNOME E NOME DEL PARTECIPANTE	RUOLO/POSIZIONE IN AZIENDA E TIPOLOGIA CONTRATTUALE

La partecipazione ai Corsi avverrà a titolo gratuito e comporterà l'adesione ai requisiti previsti nell'ambito della partecipazione al Progetto “S.IN.TES.I. - piano di Sviluppo e INnovazione del TEsuto Imprenditoriale lombardo” ID AVT/55/09.

Le informazioni raccolte nella presente scheda d’iscrizione saranno inserite nella banca dati della Fondazione ISTUD e utilizzate secondo quanto indicato nella nota informativa ([http://www.istud.it/up\\_media/nota.htm](http://www.istud.it/up_media/nota.htm)).  
Ai sensi della legge 196/03, qualora non si desideri l’introduzione delle suddette informazioni nella banca dati della Fondazione ISTUD e il loro trattamento-diffusione, barrare la casella a fianco.

Firma \_\_\_\_\_

Luogo e data \_\_\_\_\_

