

2020 | CATALOGO formazione

MLC consulting

Per info e iscrizioni: Tel 0233220352 - Fax 0273960156

SviluppoManageriale.it

è un marchio di MLC Consulting Srl - Milano



**SVILUPPO
MANAGERIALE**

WWW.SVILUPPOMANAGERIALE.IT

T



Gentile Signora, Egregio Signore,

MLC Consulting è una realtà editoriale web che mira alla diffusione delle competenze tecniche e manageriali. Con le due testate sviluppomanageriale.it, specializzata nell'area manageriale e logisticaefficiente.it, incentrata sulla Supply Chain, veicola più di 1.000 articoli all'anno di alto contenuto e organizza eventi che ad oggi coinvolgono più di 1.200 persone ogni anno per i soli marchi di MLC Consulting.

Oltre a questo, MLC Consulting propone un ricco Catalogo di Formazione che comprende più di 50 corsi adatti a qualsiasi esigenza e contesto aziendale. Investire in formazione significa guadagnare in termini di competitività.

È necessario quindi essere innovativi come mentalità e allineati alle migliori pratiche come competenze. Questi obiettivi sono raggiungibili soltanto attraverso una formazione di qualità. La formazione, in ogni realtà aziendale, sia essa di piccole, medie o grandi dimensioni, rappresenta, infatti, un investimento sicuro sulle persone.

Al giorno d'oggi rimangono senz'altro fondamentali le competenze tecniche e operative del "saper fare" ma diventa in egual modo necessario sempre di più

"saper essere", e acquisire quindi capacità in ambito gestionale, comportamentale e attitudinale.

MLC Consulting è in grado di far fronte ad entrambe le esigenze. Ci proponiamo infatti come partner specializzato nella realizzazione di seminari interaziendali nell'area della Supply Chain a 360 gradi, attraverso il portale Logistica Efficiente, e nell'area più trasversale delle Vendite, Web, Marketing e Soft skills, con il nostro portale Sviluppo Manageriale.

Ci avvaliamo di docenti Senior Consultant che quotidianamente intervengono nelle aziende su progetti di rinnovamento e miglioramento.

Siamo certi che la specializzazione favorisca l'efficacia degli interventi formativi, e per questo, nell'ultimo anno abbiamo ulteriormente aggiornato ed arricchito le nostre proposte, nella ferma convinzione che solo investendo nello sviluppo delle risorse umane aziendali sia possibile una reale crescita per l'organizzazione.

Il Capitale Umano è una delle Risorse aziendali più importanti: noi possiamo aiutarti a svilupparlo

Alcuni dei nostri principali Clienti:

INTERROLL, GI GROUP, GUCCI, AEFPE, MIP POLITECNICO MILANO, ONIT, CEZANNE, AYMING, SKILLS MANAGEMENT, BRIDGE PARTNERS, TALENTIA, ERGON GROUP, ANGELINI, KIKO, THUN, YAMAMAY, LEONARDO, LA RINASCENTE, GRANAROLO

La formazione in house

MLC Consulting, oltre alla formazione a catalogo, offre la possibilità di progettare interventi formativi in house. **Tutti i nostri corsi infatti possono essere erogati presso la sede del cliente e progettati e realizzati sulle sue specifiche esigenze** e in base al suo settore di appartenenza.

La formazione in house consente di personalizzare e concordare nel dettaglio:

- i contenuti,
- la durata,
- le metodologie didattiche,
- il numero dei partecipanti,
- gli aspetti organizzativi legati alla logistica conciliando le date dei corsi con la disponibilità dei partecipanti e con le esigenze aziendali.

Compito principale del docente MLC Consulting è valutare l'“as is” e proporre il “to be” più adeguato alle necessità, aspettative e, non per ultime, disponibilità economiche del cliente.

L'obiettivo di questi progetti è quello di accrescere le competenze e la motivazione del personale creando percorsi didattici che abbiano un forte e duraturo impatto, che incidano sulla cultura aziendale comune e sul senso di appartenenza.

I servizi proposti in house da MLC Consulting sono:

ASSESSMENT DELLE COMPETENZE

È un progetto di consulenza che permette di individuare le competenze richieste dai ruoli, analizzare le capacità tecniche e/o relazionali delle persone, individuarne i punti di forza e di debolezza, proporre i percorsi formativi idonei a riequilibrare i gap di competenze.

FORMAZIONE D'AULA

La più classica delle metodologie formative. Le sessioni d'aula sono arricchite con metodologie interattive che comprendono esercitazioni, role playing, coinvolgimento e interazione dei partecipanti; costante confronto e rapporto diretto con il docente.

SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Percorsi di sviluppo di competenze specifici che prevedono l'utilizzo integrato di molteplici modalità formative: formazione d'aula, assessment, ricerche sul campo, affiancamenti, etc.

TUTORING IN AZIENDA

L'acquisizione di nuove forze in azienda, non implica solo un adeguato percorso formativo ma anche un'attenta fase di inserimento. Un nostro consulente esperto, dopo aver scelto con la Direzione il tutor interno, progetterà assieme a quest'ultimo il piano di inserimento e affiancamento della nuova risorsa.

Per progettare insieme il corso di formazione più adatto alle vostre esigenze:

MLC Consulting – Segreteria Corsi

Tel 02 33220352 - contatti@mlcconsulting.it

Elenco dei nostri corsi suddiviso per area

SALES da pag 5

- La negoziazione commerciale
- La vendita al telefono: relazione e strategia
- La vendita di servizi e soluzioni complesse
- Tecniche e strategie per una vendita efficace
- L'Export Manager
- L'Area Manager
- Chiudere la vendita
- Migliorare l'efficacia relazionale del personale tecnico-commerciale
- Come motivare e gestire la forza vendita
- Key Account management:
- La soddisfazione e fidelizzazione del cliente
- Presentare la propria offerta
- Riepire la vostra Pipeline

WEB - MARKETING da pag 18

- Web marketing: introduzione e principi base
- Il Content marketing: posizionarsi ai primi posti sui motori di ricerca
- Marketing operativo: strumenti e metodi
- Scrivere per il web e i Social network
- Il marketing strategico
- Web Analytics e strategie digitali di promozione aziendale
- Il marketing 4.0
- La Social Media Strategy

CONTABILITÀ E FINANCE da pag 26

- Analisi di Bilancio per non esperti
- Programmazione, Budgeting e Scostamenti
- Contabilità Direzionale e decisioni aziendali
- Finanza aziendale: analisi e gestione

SVILUPPO COMPETENZE da pag 30

- Parlare in Pubblico-Public Speaking
- Accompagnare il team al raggiungimento degli obiettivi
- La negoziazione manageriale: l'importanza dell'intelligenza emotiva
- Problem Solving e decision making
- Problem Solving Strategico: Solution Focus Organizzativo
- L'Assistente di Direzione
- Empowerment personale
- Il Business Coaching
- Time Management
- La Leadership Emozionale
- leadership e potere di ruolo
- Le tecniche di coaching come leva di gestione del

team

- Team Working: saper lavorare in squadra
- Team Assessment e Evolution
- La Gestione dei conflitti in azienda
- La Relazione Positiva ed Efficace
- La gestione dello stress
- Gestione del team nel cambiamento
- Imparare a delegare efficacemente
- Come condurre riunioni efficaci
- Change Management
- Power Point: conoscenze base per presentazioni efficaci
- Excel: Analisi dei dati
- Excel: uso delle Tabelle Pivot

GESTIONE AZIENDALE da pag 54

- Costruzione di un bilancio delle competenze e degli skills aziendali
- Trasformare i dipendenti in Brand Ambassador
- Il processo di decision making - Ingegneria della Decisione e la teoria del Nudge
- Strumenti di Design Thinking collaborativo per la revisione dei processi

SUPPLY CHAIN da pag 58

- Il gestore del magazzino
- Gestione della logistica: fondamenti
- La gestione degli inventari
- Avete un cruscotto logistico? Costruiamolo
- Analisi del lavoro
- Diminuire i costi della logistica distributiva
- L'organizzazione del posto di lavoro: le 5 S
- Come progettare un magazzino moderno
- Miglioramento rapido in produzione: Quick Kaizen Lean production
- Outsourcing: come gestire in modo efficace la gara d'appalto
- Ridurre i costi di trasporto
- Come assegnare un appalto ad una cooperativa di servizi logistici
- Guidare e orientare la logistica attraverso il controllo di gestione
- Logistica per l'e-commerce
- L'analisi delle scorte
- L'addetto di magazzino
- Gestione dei rapporti di lavoro del personale (diretto e indiretto) nell'ambito della Supply Chain
- Metodi e strategie per migliorare il processo di acquisto
- Tempi e metodi per l'industrializzazione

La negoziazione commerciale

Le tecniche negoziali per un'approccio di vendita win-win

Le peculiarità del rapporto commerciale B2B richiedono un approccio win/win (dove entrambi escono vincitori) e per costruire partnership e non lasciarsi manipolare dall'interlocutore, sono particolarmente utili gli strumenti negoziali messi a punto nelle più importanti scuole ed esperti di negoziazione al mondo (Harvard Business School, R.P. Cialdini, R. Bandler, Zig Ziglar). La "relazione commerciale" poi, va gestita come uno scambio reciproco e continuo dove ogni azione ha un suo preciso ritorno e dove tutto è importante nel determinare l'esito favorevole e vantaggioso della contrattazione di vendita.

PROGRAMMA

Strategie classiche di Negoziazione e relativi "antidoti"

- Esercizio: negoziazione dura
- Mercanteggiare Vs. negoziare

Il dilemma del prigioniero ed implicazioni nel business

- Esercizio: il dilemma del prigioniero
- Analisi di gruppo

Le fasi negoziali

- Esercizio: costruzione delle domande di passaggio fra le fasi

Le "trappole" negoziali più diffuse ed i loro antidoti

- Esercizio: gioco di gruppo "trova il punto debole"

Carisma e dinamiche di influenza

- Il metodo di vendita relazionale
- Esercizio: La relazione di vendita ed il valore aggiunto della vendita

Gli strumenti "cloud" e "mobile" per la gestione della relazione con il cliente ed il monitoring di tutte le fasi operative post vendita.

- Navigazione guidata fra gli strumenti

OBIETTIVI

- Acquisizione delle tecniche innovative della negoziazione applicate al rapporto commerciale Business-to-Business
- Simulazione di business cases negoziali

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 29 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La vendita al telefono: relazione e strategia

Come strutturare una comunicazione vendente attraverso la relazione telefonica

Il telefono è il mezzo che ha conosciuto nel nuovo millennio il maggior numero di upgrade ed integrazioni possibili. La relazione di vendita attraverso il telefono ha conosciuto momenti di grande entusiasmo e momenti di critica e ripensamento. In realtà, la relazione telefonica è un mezzo di incredibile efficacia nel post-vendita come nella tentata vendita e possederne i principi e le tecniche fondamentali offre una opportunità concreta di business a tutti coloro che mettono al centro il cliente.

Lo scopo di questo corso è mettere a disposizione il know-how per costruire la corretta strategia e mettere in campo le tecniche di scripting efficaci per costruire il proprio approccio all vendita telefonica.

PROGRAMMA

L'approccio relazionale alla vendita telefonica

- Cos'è la relazione rispetto alla comunicazione
- Siamo il mezzo, il pacchetto o il prodotto?

La pro-attività e la respons-abilità come strategie di conduzione della trattativa di vendita

- Esercizio: Setting degli obiettivi
- L'esempio è una strategia?

Le tecniche di rapporto nel setting emotivo della telefonata

- Esercizio: ricalco e guida del para-verbale

Il Ns. Ruolo ed il Valore Aggiunto che generiamo

- Come generare "Potere di Ruolo"
- Esercizio: Stabiliamo in nostro valore aggiunto

Base strategica e Meta-script della vendita telefonica

- Fasi delle vendita telefonica

Cold Call ed i primi 9 secondi

- Simulazione delle tecniche di apertura
- analisi dei bisogni e ristrutturazione
- Esercizio: domande aperte, chiuse e di ristrutturazione

Tecniche di chiusura telefonica

- Simulazione ed auto-casi

OBIETTIVI

- Costruire relazione e utilizzarla al meglio
- Chiudere le vendite positivamente
- Saper ristrutturare le obiezioni
- Pianificare strategie e meta-script

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 15 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La vendita di servizi e soluzioni complesse

La gestione delle vendite ad elevato valore unitario

Nelle vendite complesse il processo di vendita di un'azienda descrive il percorso che si segue per vendere un prodotto o un servizio, ed è rappresentato dalla successione delle fasi che servono per motivare ed accompagnare i clienti potenziali ad acquistare prodotti o servizi (per il beneficio di entrambi). Le vendite complesse, ovvero le vendite che hanno per oggetto beni o servizi dall'elevato valore unitario, richiedono che i venditori acquisiscano competenze tali da intervenire e influenzare il comportamento dei compratori.

PROGRAMMA

- Il processo decisionale del cliente
- La strategia di ingresso sul cliente
- Come riconoscere le esigenze del cliente
- Influenzare le scelte del cliente
- La strategia competitiva
- La negoziazione
- La fidelizzazione

OBIETTIVI

- comprendere le esigenze del cliente e con quale strategia approcciarlo per arrivare ad una negoziazione win-win

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 29 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Tecniche e strategie per una vendita efficace

Come passare dalle teorie della vendita alla pratica realmente efficace

In questo percorso, prevalentemente pratico, facciamo esperienza, in simulazione, delle migliori tecniche operative realmente spendibili in vendita. Il percorso è pensato partendo da un'approccio alle vendite consulenziale, prevalentemente orientato al BtoB, tuttavia, il programma si adatterà alle esigenze ed alle tipologie commerciali presenti in aula. I partecipanti faranno esperienza diretta delle tecniche di raccolta informazioni, lettura del cliente ed eliminazione dei suoi bisogni e problemi e gestione del feedback emozionale.

PROGRAMMA

Il venditore ed il proprio ruolo

- Il "Potere di Ruolo" percepito dal cliente
- L'esercizio del Ruolo e il raggiungimento degli obiettivi aziendali
- Pratica: Testing degli obiettivi aziendali
- Pratica: T.O.T.E. per determinare i KPI nel lavoro commerciale
- Vendita con un fine e convinzioni limitanti
- Pratica: Identificazione del proprio "fine" nella vendita

- La prevenzione e la gestione pro-attiva delle obiezioni
- Pratica: simulazione di vendita e discussione di gruppo
- Tecniche di chiusura
- Pratica: simulazione di vendita e discussione di gruppo

Consolidare la vendita ed il valore aggiunto

- Il post vendita e le attività di consolidamento ad allargamento del volume di affari

Stili e meta-strategie di vendita

- Differenza fra tattiche e strategia di vendita
- Identificazione degli elementi base della strategia
- Pratica: Leadership sistemica e vendita

Strumenti di preparazione e progettazione della negoziazione commerciale

- Negoziazione di posizione Vs. negoziazione integrativa
- Pratica: la raccolta di informazioni e la scheda cliente
- Customer Experience Management

Saper porre le domande di apertura, ricapitolazione, ristrutturazione e chiusura

- Tecnica dell'analisi dei bisogni espliciti e impliciti
- Pratica: simulazione di vendita e discussione di gruppo

OBIETTIVI

- Analizzare i principali stili e tecniche di vendita
- Simulare con esercizi ogni processo di vendita

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 13 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

L'Export Manager

Generare e consolidare la presenza sui mercati esteri

Affrontare i mercati esteri e la domanda internazionale sono diventati obiettivi fondamentali per molte aziende. Diventa quindi fondamentale conoscere le logiche dell'export management.

PROGRAMMA

- I mercati esteri: la globalizzazione, la domanda internazionale, tipologie di domanda
- Le ricerche di mercato
- Il marketing internazionale
- Le strategie di marketing internazionale
- La politica di vendita all'estero
- L'Export Management

OBIETTIVI

- Comprendere come approcciare nuovi mercati, con quali strategie e competenze

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 17 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

L'area manager: gestire con successo l'area commerciale

Governare le aree di vendita in periodi di crisi

Il corso curerà gli aspetti operativi del Capo Area, pertanto verranno alternati dei momenti d'impostazione e autovalutazione a simulazioni di situazioni, nel corso delle quali i partecipanti decideranno interventi specifici e mirati. Ogni partecipante si confronterà con le proprie scelte e decisioni e comprenderà cosa fare in futuro davanti a situazioni simili, formandosi un modello professionale di supervisione.

PROGRAMMA

Il ruolo dei Capi area

- Gli stili di leadership

La motivazione

- Team building

La formazione sul campo

- La gestione delle prestazioni

L'affiancamento Esercitazioni:

- Esempi pratici, analisi, prove e discussione.

OBIETTIVI

- Impostare le abilità di base dei Capi Area per l'addestramento dei collaboratori nell'area
- Far acquisire ai capi Area una visione completa del loro ruoli

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 6 ottobre 2020
Orario: 9.00 – 17.30
QUOTA EURO 400,00 + IVA
Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Come motivare e gestire la forza vendita

Come alimentare l'auto-motivazione e la pro-attività nel team commerciale

Una delle richieste formative ricorrenti in molte realtà commerciali è la necessità di acquisire strumenti di motivazione dei venditori che non passino solo per le leve individuali e gli incentivi meramente economici. Contemporaneamente, al Team commerciale, sono richieste nuove competenze e nuove modalità relazionali che delineano e rendono effettivo l'orientamento al cliente nel sistema organizzativo allargato. Le competenze trasversali e le abilità specifiche, se integrate e coordinate, permettono di delineare una nuova Pro-Attività, costruita intorno all'Obiettivo ed in grado di rispondere alle nuove sfide commerciali.

PROGRAMMA

Il modello dell'Alfa Leadership applicato all'Accounting

- Esercizio: Mappatura della strategia di account

Il processo relazionale che porta alla Partnership

- Case-histories: individuali, di gruppo e aziendali

La gestione delle riunioni e gli strumenti di allineamento

- Esercizio: Stand-up meeting da 5 min

Il Feedback continuo e gli strumenti di controllo orizzontale come alleati nella gestione della motivazione

Utilizzare il CRM come effettiva "leva" dell'azione strategica del team

- Esercizio: Engagement e gamification nel team di vendita

OBIETTIVI

- Trasferire ai singoli il vantaggio strategico dell'ottica pro-attiva nella gestione del cliente esterno/interno
- acquisire strumenti di conduzione delle riunioni operative e di analisi in plenaria dei casi di successo, così come delle criticità

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 6 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Key account management

La gestione dei clienti strategici

I clienti strategici, o key account, sono coloro con cui le aziende ovvero il personale di vendita, devono stabilire stretti rapporti non solo per il loro peso nel settore in cui operano e per cosa rappresentano o possono rappresentare in termini di fatturato, ma perché, in un mercato in rapida evoluzione, avranno un ruolo determinante per le loro capacità d'anticipare le esigenze, d'innovare tecnologie e prodotti, di soddisfare nuovi bisogni.

PROGRAMMA

Il key account management: storia e concetti base

- Acquisire nuovi clienti

Lo sviluppo delle vendite con il marketing diretto

- Il customer database

La gestione dei clienti strategici

- La marca come identità aziendale e relazione con i clienti

Strategie e strumenti per la comunicazione B2B con i clienti strategici

OBIETTIVI

- Capire come gestire i grandi clienti o i clienti complessi durante la propria attività di vendita

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 7 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Chiudere la vendita

Strategie e Tattiche per Chiudere Senza Paura

Una delle principali difficoltà rilevata nella forza Vendita è riuscire a Chiudere in modo sistematico le trattative Commerciali. La Chiusura è infatti la parte più importante della Vendita, ma sono molte le persone che si occupano di relazioni commerciali a riscontrare difficoltà nella chiusura nei tempi previsti per varie ragioni, tanto individuali che organizzative. In questo corso i partecipanti impareranno le tecniche per una migliore chiusura, lavoreranno sulle resistenze che li allontanano dal completamento della trattativa e faranno esperienza diretta di quanto appreso tramite esercizi svolti in aula. Il corso ha un forte aspetto pratico ed esperienziale.

PROGRAMMA

Le difficoltà nella Chiusura e come Superarle

- Le Convinzioni Limitanti sulla Chiusura
- Approfondimento delle Convinzioni
- Sette errori principali che allontanano la chiusura

Le Modalità di Chiusura

- Struttura della Vendita
- Come è cambiato il modo di Chiudere
- Tecniche di Chiusura
- Equilibrio tra spinta alla Chiusura e Relazione con il Cliente

Gestire le aspettative e migliorare la Chiusura

- Le Fasi di una corretta Chiusura
- L'Aspettativa del Cliente e del Venditore
- 10 Impegni necessari per Chiudere la Vendita
- Esercizi svolti su casi reali o proposti dai partecipanti

Monitorare chiusura ed esiti delle trattative

- Controllare lo stato delle trattative
- Verificare le performance di chiusura
- Gestire le problematiche
- Dalla chiusura alla riapertura

OBIETTIVI

- Scoprire e superare le difficoltà che rendono difficile la Chiusura
- Apprendere tecniche per portare le trattative alla Chiusura senza sforzo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 17 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Migliorare l'Efficacia Relazionale del Personale Tecnico Commerciale

Tecnici si nasce, Comunicatori si diventa

Il personale Tecnico Commerciale non sempre ha competenze relazionali all'altezza delle competenze tecniche espresse. Questo può portare problematiche nella gestione delle comunicazioni con i Clienti, tanto nel supporto alla Vendita che nel Post Vendita.

In questo corso i partecipanti apprenderanno le modalità di una corretta comunicazione con i clienti, lavoreranno sulla riduzione delle problematiche relazionali e faranno esercizi per sviluppare quanto appreso.

PROGRAMMA

Le difficoltà nella Comunicazione con il Cliente per il personale Tecnico

- Cosa rende difficile la Comunicazione
- Convinzioni Limitanti e Comunicazione
- Superare gli Errori della Comunicazione

La Comunicazione Empatica

- Gli Assiomi della Comunicazione
- Stili di Comunicazione
- La magia del Rapport
- Esercizi di Comunicazione a gruppi

Sviluppare una Migliore Comunicazione

- Guidare la Relazione
- Comunicazione Verbale e Non Verbale
- Migliorare la propria Efficacia Relazionale
- Esercizi svolti su casi reali o proposti dai partecipanti

Mantenere i miglioramenti della propria comunicazione

- Il Feedback per l'efficacia della Comunicazione
- Gestire problemi e reclami
- Comunicare meglio in Team
- Attenersi ad un piano di miglioramento

OBIETTIVI

- Scoprire le difficoltà relazionali per il personale tecnico
- Apprendere tecniche per sviluppare le Capacità comunicative

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 29 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La soddisfazione e fidelizzazione del Cliente

Perché un Cliente Soddisfatto è la migliore forma di pubblicità

In un mondo ad alta densità di offerta la soddisfazione del Cliente è una delle principali leve della motivazione all'acquisto.

Ma sono molti gli elementi che portano ad una migliore Customer Satisfaction e Fidelizzazione del Cliente, dalla fase di Proposizione e Vendita all'esperienza al supporto Post Sales.

In questo corso i partecipanti apprenderanno le modalità per sviluppare una migliore soddisfazione della clientela e le azioni più idonee per fidelizzarla.

Il corso si baserà su esercitazioni pratiche ed avrà un forte aspetto pratico ed esperienziale.

PROGRAMMA

La Soddisfazione del Cliente nell'Età Digitale

- Il Customer Journey
- Le Aspettative del Cliente in un mondo connesso
- Cinque Errori che ostacolano la Customer Satisfaction

Valutare la Soddisfazione del Cliente

- La Reputazione: quello che gli altri dicono di te quando non ci sei
- Monitorare i Momenti della Verità
- Come Rilevare la Customer Satisfaction

Migliorare la Customer Satisfaction

- Tecniche di Miglioramento della Soddisfazione
- La Gestione dei Problemi con i Clienti
- Esercizi svolti su casi reali o proposti dai partecipanti

La Fedeltà del Cliente

- Fidelizzazione: da Cliente a Fan
- Strategie per Agevolare la Fidelizzazione
- I prossimi passi per sviluppare la Soddisfazione dei Clienti

OBIETTIVI

- Scoprire cosa rende Soddisfatto il Cliente
- Sviluppare una attitudine allo sviluppo della Soddisfazione del Cliente
- Comprendere come verificare e migliorare la Customer Satisfaction

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 30 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Presentare la propria Offerta

Non esiste una seconda possibilità di dare una buona prima impressione

La Presentazione dell' Offerta è una fase cruciale di ogni negoziazione commerciale. E' importante prepararla adeguatamente per riuscire a valorizzare i propri prodotti davanti al Cliente. In questo corso i partecipanti si eserciteranno nello svolgere le loro presentazioni, apprenderanno le tecniche per prepararle e migliorarle, vedranno casi di studio e faranno esercizio per migliorare la loro esposizione dell'offerta. Il corso ha un forte aspetto pratico ed esperienziale.

PROGRAMMA

Presentare l'Offerta

- Esercizio di Presentazione
- I Fallimenti nella Presentazione dell'Offerta
- La Valutazione dell'Audience

L'Offerta e i Clienti

- La Sola Ragione per cui ci ascoltano
- Cosa si aspettano i Clienti
- Esempi di Presentazione
- Preparare un'Offerta per punti

L'Offerta e il Presentatore

- Chi parla e perché
- Storie di successo
- Chiusura della Presentazione e CTA
- Esercizi svolti su casi reali o proposti dai partecipanti

Esito della Presentazione

- Prossimi passi: dalla Presentazione alla Trattativa
- Feedback della Presentazione
- Gestire le domande
- Sviluppare un modello espositivo

OBIETTIVI

- Scoprire le problematiche nella presentazione dell'offerta
- Apprendere strategie per migliorare l'esposizione dell'offerta
- Esercizi per applicare le tecniche apprese

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 12 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Riempire la vostra Pipeline

Non puoi raccogliere là dove non hai seminato

Avere un costante flusso di attività e vendite è una sfida per ogni venditore e professionista. Questo perché implica lavorare a più livelli: sia al livello delle offerte che si chiudono a breve, ma anche a preparare nuove e continue attività per i mesi successivi.

In questo corso i partecipanti impareranno a strutturare meglio la propria attività per cercare continuamente nuovi clienti e offerte, a gestire le attività in corso e pianificare quelle future, e faranno esperienza diretta di quanto appreso tramite esercizi svolti in aula.

Il corso ha un forte aspetto pratico ed esperienziale.

PROGRAMMA

Introduzione all'approccio 5S

- perché applicarlo
- quando applicarlo
- dove applicarlo
- come applicarlo

Le 5 S: il percorso operativo da seguire

- Seiri: Separare
- Seiton: Sistemare
- Seiso: Pulire
- Seiketsu: Standardizzare
- Shitsuke: Seguire le regole

La gestione a vista (GAV) sul posto di lavoro

- Differenze tra comunicazione tradizionale e GAV
- Perché la GAV sul posto di lavoro
- Tecniche e strumenti di applicazione della GAV sul posto di lavoro
- Esempi di applicazione della GAV

Esercitazione: l'applicazione delle 5S nella propria azienda

OBIETTIVI

- Scoprire perché la Pipeline si asciuga e quali rimedi sono necessari
- Apprendere tecniche per cercare nuovi clienti e nuove opportunità
- Come mantenere attiva la propria Pipeline

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 14 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Web marketing: introduzione e principi base

Acquisire le conoscenze necessarie per impostare una strategia vincente

L'obiettivo del corso è metterti nelle condizioni di capire, di avere quella visione d'insieme che ti consenta di poterti muovere in ogni contesto, maturare una tua personale visione e venire a conoscenza di quelle regole fondamentali applicabili in ogni situazione e finalmente fare chiarezza, chiarezza, chiarezza.

Non è un corso di approfondimento per esperti, è un corso per chi si vuole avvicinare al web marketing e vuole un trampolino di lancio verso una nuova professione.

PROGRAMMA

Web Marketing Overview

- elementi di successo
- come funziona Google, la Google golden area e la coda lunga
- la cruda realtà
- entrare dal retro
- coerenza e buonsenso
- nuovi campi di battaglia
- gli strumenti e tanto altro

Esercitazioni:

- esempi pratici, analisi, prove e discussione.
Come rapportarsi coi clienti e vendere i servizi di web marketing.

Seo: Buongiorno vorrei il mio sito nella prima pagina di Google!

- Basi di HTML mirate a comprendere le attività seo
- Scoprire se un sito è ottimizzato e fare un'analisi
- elementi Seo
- Ottimizzare un sito per i motori
Web master tool, errori di scansione, sitemap XML, File robots ecc ecc
- Google analytics
- Ottimizzare e riottimizzare

Content writing: come scrivere in modalità seo per aumentare le visite

- Mappe mentali
- Concetto di keywords
- Priorità
- le 5 spiagge più belle d'Italia
- ogni articolo è una landing page
- Gli articoli come soldati di un reggimento, come ottenere il massimo da loro

OBIETTIVI

- Capire le potenzialità del web marketing
- Fornire gli strumenti iniziali per poter operare in ambito web

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 30 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Content marketing: posizionarsi ai primi posti sui motori di ricerca

Strategie ed esercitazioni per sfruttare al massimo il web

La scrittura di articoli (copy writing, content writing) è una delle strategie più affidabili per posizionare un sito web ai primi posti dei motori di ricerca. E' un'attività importantissima all'interno di una strategia di web marketing e tutte le grandi aziende ne fanno uso in maniera massiccia. Nell'ambito del web marketing il copy writing incide sul successo di un sito web in maniera preponderante soprattutto in casi di siti web che operano in un regime di concorrenza.

PROGRAMMA

Content Marketing, copy writing, facciamo chiarezza

- Perché il content marketing è così importante
- Content marketing gli esempi delle grandi aziende, trucchi e strategie

Tutti i contenuti del web sono frutto di strategie con obiettivi precisi

- Cosa scrivere
- studiare un piano editoriale
- Le mappe mentali
- Il seo
- Il linguaggio,
- Cenni di neuromarketing

Esercitazione

- Dove scrivere
- Cosa fare dopo aver scritto
- Sfruttare gli articoli, Social, forum, guest post.
- Content marketing con i CMS Joomla e Wordpress

Esercitazione e riepilogo

OBIETTIVI

- Fornire elementi conoscitivi e metodologici legati al content marketing per ottimizzare la visibilità dell'azienda sul web

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 16 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Marketing operativo: strumenti e metodi

Come conoscere e agire nel mercato

L'analisi passa attraverso tutte le fasi che caratterizzano il marketing operativo ovvero le sue funzioni, la segmentazione, il posizionamento di prodotto, il marketing mix, la politica di prodotto, di prezzo, di distribuzione, di comunicazione e di promozione, la pianificazione.

PROGRAMMA

- Dalla strategia di Marketing al Marketing plan
- Definire target e obiettivi
- Comunicare in maniera efficace
- La comunicazione integrata off line e on line
- La sinergia marketing e vendite

OBIETTIVI

- Costruire un piano marketing efficace, utilizzando tutte le leve di marketing (dalle 4 p alle 7 p) e creando un piano multicanale

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 1 ottobre 2020
Orario: 9.00 – 17.30
QUOTA EURO 400,00 + IVA
Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Scrivere per il web e i social network

Competenze di content management e di storytelling

Il web ed in special modo i social media, sono il luogo in cui arriva per prima la comunicazione, sono diffusi e rappresentano un enorme risorsa per quelle aziende che intendono comunicare e vendere in un mercato globalizzato. Anche per quelle aziende con non si occupano di comunicazione, l'esigenza di comunicare efficacemente online si è imposta a partire da questa semplice constatazione: l'unica maniera di farti trovare dai tuoi clienti è differenziarsi con la qualità dei contenuti distribuiti (algoritmi di indicizzazione dei motori di ricerca), partecipare sui social network alle discussioni che ti riguardano direttamente ed indirettamente e utilizzare efficacemente gli stessi canali utilizzati dai clienti.

PROGRAMMA

Principali caratteristiche e peculiarità della comunicazione 2.0 (es. brevità, velocità, viralità, orientamento al racconto, ecc.)

Dove e quando comunicare online

- Esercitazione: costruzione di un calendario editoriale

Cosa dire e cosa ci piacerebbe far dire"

- Scelta del canale in funzione del messaggio
- Stimolo della relazione con il destinatario

I punti di vista ed il "rumore" del canale nella comunicazione online

- Esercitazioni di scrittura dello stesso messaggio con diversi punti di vista applicati in una mail, su whatsapp, sul blog aziendale, su facebook, in un articolo per un portale tematico

Principi base dello storytelling online

- Esercitazioni pratiche di racconto

Strategia integrata di comunicazione

- Esercizio: Costruzione di una matrice strategica

OBIETTIVI

- Aumentare la propria competenza nella scrittura dei contenuti pubblicati nel proprio sito web o nei canali (blog, riviste online, portali verticali ecc.)

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 15 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Il Marketing Strategico

Perchè è fondamentale una pianificazione strategica a lungo periodo

La pianificazione strategica delle attività è fondamentale per tutti i soggetti che operano nel mondo delle imprese. Il marketing strategico, nello specifico, è programmazione di ampio respiro.

Ogni azienda, infatti, ha necessità di pianificare obiettivi di lungo periodo, che tengano conto della redditività globale e del proprio portfolio di prodotti/servizi, mirando alla massimizzazione del fatturato ed al conseguimento di risultati di successo.

PROGRAMMA

- Il marketing strategico
- L'analisi strategica
- L'analisi SWOT
- Le strategie di marketing mix
- Strategie per obiettivo
- La pianificazione e il controllo strategico

OBIETTIVI

- Comprendere il ruolo del marketing strategico, individuando l'analisi strategica che sta alla base, la ricerca dei vantaggi competitivi fino all'adozione delle decisioni strategiche vere e proprie

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 10 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Web analytics e strategie di promozione aziendale

Le strategie digitali di promozione aziendali

Fuori da ogni dubbio che il web, i social network e le campagne promozionali online rappresentano un campo (se non "il" campo) di eccellenza per promuovere la propria attività e la propria comunicazione. La competenza di saper leggere, interpretare ed impostare i dati di feedback provenienti dai propri canali online e dalle proprie campagne promozionali è diventata una "leva" irrinunciabile per orientare ed ottimizzare l'approccio strategico al web.

PROGRAMMA

Le basi del SEO

L'analisi e l'ottimizzazione della navigazione

- Le principali piattaforme di analisi statistica delle pagine web

La lettura dei risultati e dei principali KPI

- esercizio: costruzione del cruscotto di analisi web aziendale

L'ottimizzazione dei contenuti delle pagine web aziendali

I principali social network professionali

Il Social Reputation Management

- l'analisi degli strumenti avanzati di monitoring dei canali social aziendali

La costruzione e l'ottimizzazione di una strategia integrata e multicanale.

OBIETTIVI

- Comprendere le principali attività chiave che consentono di valorizzare i canali di promozione e comunicazione aziendali

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 29 ottobre 2019

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Il marketing 4.0

Dal tradizionale al digitale

Nel marketing tradizionale la comunicazione era a senso unico e dall'alto al basso: l'azienda parlava ad un cliente passivo; oggi, con l'avvento del marketing digitale, è bidirezionale, caratterizzata da un dialogo continuo e reticolare: il cliente può interagire e conoscere l'azienda da diversi canali.

PROGRAMMA

Le tendenze:

- il potere va verso i clienti connessi
- i paradossi del marketing
- le sottoculture digitali
- il marketing 4.0 nell'economia digitale

Come approcciare il marketing in nuovo contesto:

- il nuovo vantaggio del cliente
- le metriche del marketing
- archetipi di settore

Applicazioni tattiche del marketing nell'economia digitale:

- il marketing umanistico
- il content marketing
- il marketing omnichannel
- engagement marketing

OBIETTIVI

- Comprendere come si stia evolvendo il marketing in seguito alla rivoluzione digitale.
- Comprendere nuovi modelli di comportamento dei consumatori

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 23 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La social media strategy

Come utilizzare i social a vantaggio del tuo business

Social media strategy significa scegliere i social adeguati in funzione del business e degli obiettivi aziendali, significa creare contenuti adeguati e divulgarli con modalità e tempi corretti in funzione del target di riferimento.

PROGRAMMA

Social Media Strategy : concetti e definizioni

Quali social media?

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- LinkedIn
- Google +

Casi aziendali

OBIETTIVI

- Il corso è rivolto a coloro che vogliono comprendere come funzionano la social media strategy e quali social adottare in funzione del proprio business.
- Capire cosa scrivere, quando e con quale stile.

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 28 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Analisi di bilancio per non esperti

Siamo equilibrati? se no, perché?

Il presente corso rappresenta il primo passo di un progetto di formazione modulare indirizzato a tutti coloro che devono o desiderano approfondire iniziare oppure approfondire i temi del controllo di gestione.

Inoltre è il punto di partenza per quanti invece volessero indirizzarsi verso la professione di analista, sia interno sia esterno, per una specifica azienda ed è propedeutico per affrontare temi più complessi quali la “compliance” ed il “risk management” che sono sempre più attuali e fondamentali per la gestione aziendale.

Ovviamente gli argomenti trattati presuppongono la conoscenza degli aspetti generali relativi al bilancio.

PROGRAMMA

Processo di riclassificazione del bilancio

- Processo e fasi
- Revisione attendibilità
- Lettura nota integrativa
- Schema delle variazioni

Analisti e loro ruoli

- Interni (C.d.G.)
- Esterni (mercati e borse)
- Credito bancario

Strutture di riclassificazione

- Stato Patrimoniale secondo criteri finanziari
- Conto Economico a valore aggiunto
- Conto economico a ricavi e costo del venduto
- Cosa rappresentano
- Legami col bilancio civilistico ed altre situazioni contabili

Esercitazioni

Analisi per margini

- Tipologie e calcolo
- Informazioni desumibili
- Giudizi complessivi

Analisi per indici

- Tipologie e calcolo
- Informazioni desumibili
- Giudizi complessivi
- Indici sintetici

Analisi per flussi

- Tipologie e modelli
- Metodologia
- Giudizi

OBIETTIVI

- Riorganizzare i dati puramente contabili in strutture atte a comprendere l'andamento gestionale individuando le aree critiche dai punti di vista patrimoniale, economico e finanziario per trarre spunti di miglioramento destinati alla direzione aziendale.

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 17 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Programmazione, budgeting e scostamenti

Mapa e bussola dal passato al futuro

Tale corso ti porrà al centro del processo aziendale del controllo di gestione. Ti permetterà di apprendere le logiche, i metodi e le tecniche necessarie per occupare in modo cosciente il tuo ruolo di “consulente interno” relativamente ai temi della gestione economica a cavallo tra passato, presente e futuro dell’azienda. In altre parole questo passo formativo integra il precedente capitolo dell’analisi di bilancio a completamento della comprensione e valutazione dell’andamento della gestione dell’impresa.

PROGRAMMA

Processo

- Struttura
- Logica
- Organizzazione

Pianificazione e strategie

- Organi
- Analisi SWOT
- Analisi concorrenza
- Catena del valore
- Scelte di fondo

Programmazione

- Budgeting
- Processo
- Fasi
- Modelli e dati
- Sistema organizzativo e responsabilità
- Budget settoriali
- Budget complessivi

Controllo di gestione

- Organizzazione
- Sistema informativo aziendale

Confronto actual vs budget e scostamenti

- Volume
- Prezzo
- Efficienza
- Mix

Reporting

Business plan

Esercitazioni

OBIETTIVI

- Apprendere le logiche e le tecniche di analisi e valutazione degli andamenti gestionali ed il loro collegamento con il sistema dell’organizzazione e delle decisioni aziendali

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 24 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Contabilità direzionale e decisioni aziendali

L'azienda al microscopio

Con il presente corso imparerai ad analizzare dati aziendali elementari e specifici. Ti impotterai delle tecniche e metodi necessari per utilizzare gli strumenti atti ad individuare e comprendere i possibili fenomeni negativi che minano la salute dell'organismo che nel nostro caso è rappresentato dall'azienda. Dopo tale fase potrai apprendere l'uso delle informazioni ottenute per valutare le più opportune scelte di intervento e le più vantaggiose alternative di sviluppo strutturando i dati raccolti in schemi logicamente elaborati per adottare decisioni consapevoli.

PROGRAMMA

Sistema informativo

- Contabilità generale
- Contabilità analitica
- Strutture e funzioni

Contabilità analitica

- Oggetti delle misurazioni
- Finalità
- Classificazione dei costi
- Costi ed organizzazione aziendale

Configurazioni di costo

- Strutture
- Obiettivi
- Margini di contribuzione

Metodologie di calcolo

- Direct costing
- Centri di costo e ricavo
- Full costing a base unica
- Full costing a base multipla
- Processi aziendali
- Activity based costing
- Activity based management

Supporto alle decisioni aziendali

- Accettazione nuovi ordini
- Make or buy
- Mix
- Eliminazione prodotto in perdita

- Analisi differenziale

Break even point

- Logica
- Applicazioni
- Quantità di pareggio
- Prezzo di pareggio

Esercitazioni

OBIETTIVI

- Individuare le diverse tipologie di costi ed i differenti metodi per elaborarli ottenendo le informazioni necessarie per rispondere alle fondamentali esigenze delle scelte gestionali.

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 12 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Finanza aziendale: analisi e gestione

Un essenziale fattore produttivo: IL DENARO

Come indica il sottotitolo, in questo corso ci occuperemo di una risorsa vitale per l'azienda nel corso di tutta la sua esistenza- Ciò significa che errori nella sua gestione possono essere letali sia per sopravvivenza sia per lo sviluppo dell'idea imprenditoriale e dell'organizzazione che ha generato. La finanza aziendale richiede pertanto l'apprendimento di strumenti analitici specifici oggetto di questo corso.

Particolare importanza assumono in tale ambito due aspetti: la distinzione organizzativa e funzionale tra gestione della finanza e della tesoreria e la valutazione, in termini di tecniche e metodi, degli investimenti e dei rischi. Con riferimento a questi ultimi, essi troveranno una più completa contestualizzazione nel prossimo corso dedicato al Risk Management.

PROGRAMMA

Finanza aziendale

- Definizione
- Equilibri aziendali

Analisi dei flussi: strumenti e concetti

- Flussi reddituali
- Flussi PCN o CCN
- Flussi monetari

Finanza e tesoreria

- Ruoli e finalità
- Mercati finanziari
- Strumenti finanziari
- Forme tecniche di finanziamento a breve termine a medio lungo termine

Investimenti

Valutazioni

Capital budgeting

Esercitazioni

OBIETTIVI

- Apprendere l'analisi e la valutazione dei temi e problemi finanziari dal breve al lungo termine nonché le relative soluzioni offerte dai mercati specifici, sia finanziario sia monetario, attraverso le relative istituzioni e strumenti

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 3 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Parlare in Pubblico-Public Speaking

Come proporre, chiedere, convincere, far immaginare ed emozionare il tuo pubblico

Il corso, eminentemente pratico, ha lo scopo di trasferire alcune competenze base per strutturare e sostenere discorsi, riunioni e presentazioni pubblicamente. Le tecniche di public speaking si sono evolute moltissimo negli ultimi anni, perché è cambiato il pubblico, la capacità attentiva e l'abitudine a processare le informazioni. Le teorie e le tecniche a supporto di questo corso sono innovative e proiettate ad ottenere l'efficacia indipendente dallo stile e dalle caratteristiche caratteriali del presentatore. Attenzione particolare è data alle tecniche di gestione dello stress ed all'utilizzo delle consapevoli delle emozioni. Le simulazioni videoregistrate sono la base del lavoro pratico, ma non mancheranno anche altri esercizi (respirazione, ancoraggio spaziale, ecc.)

PROGRAMMA

Scopi e tipi di presentazioni in pubblico

- Gestire l'obiettivo a livello sub-conscio

Tecniche respiratorie per la gestione dello stress

- Controllo del para-verbale e del non-verbale

Il ritmo e l'intensità nel discorso

- L'utilizzo degli spazi nell'ancoraggio degli stati del pubblico

Come strutturare il discorso per massimizzarne l'efficacia

- Pianificazione dell'intervento e gestione dell'imprevisto

Strumenti tecnici ed informatici per gestire la presentazione

OBIETTIVI

- Vincere resistenze e rigidità nel parlare davanti ad un pubblico;
- Verranno simulati i principali tipi di discorso e presentazioni;
- Studiare le tecniche dei migliori oratori del mondo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 21 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Accompagnare il Team al raggiungimento degli obiettivi

Condividere l'obiettivo in maniera efficace ed opportuna

Impostare ed ottenere i propri obiettivi è, già di per se, piuttosto articolata come competenza... raggiungere in team gli obiettivi prefissati è decisamente ad un più alto livello di complessità. Negli ultimi decenni si sono sviluppati nuovi approcci alla pianificazione e realizzazione degli obiettivi che consentono un maggior livello di successo ed una forte propensione "al fare". Lo scopo di questo percorso è fornire i fondamentali per condividere passo dopo passo, insieme al proprio team, la road map verso gli obiettivi condivisi.

PROGRAMMA

- La logica SMART e PEPSI: definire obiettivi
- Vision Board ed elevator Pitch
- SWOT Analysis
- PESTEL Analysis
- Risk Analysis e contromisure
- Kanban Board
- Ottica Lean start-up

OBIETTIVI

- Condurre il team verso l'obiettivo condiviso
- Saper fare una analisi SWOT ed una PESTEL Analysis oltre che un bilanci rischi/vantaggi per ciascuna delle attività possibili per raggiungere l'obiettivo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 12 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La negoziazione manageriale: l'importanza dell'Intelligenza Emotiva

Sistematizzare il modo di condividere lo stati di avanzamento delle negoziazioni in corso

Il canvas della negoziazione empatica è un metodo con il quale, singolarmente o meglio nel team, si costruisce una strategia negoziale basata sulla capacità di assumere punti di vista negoziali differenti e poi ricavarne il know-how strategico utile a costruire una piattaforma negoziale condivisibile dalle parti coinvolte.

Un esercizio di team che aiuta ad impostare delle "delegazione negoziali", oppure ad immaginarsi in anticipo le scelte e le strategie messe in campo dalle altre istanza organizzative direttamente coinvolte.

PROGRAMMA

Come raccogliere le informazioni rilevanti e

comporle in team attraverso la Lean Canvas

Come prepararsi alla negoziazione con simulazioni

- Come ricomporre gli attriti possibili fra colleghi o con i partner interni ed esterni all'organizzazione

Come giocare il proprio ruolo negoziale

- La differenza fra il mercanteggiare e la negoziazione
- Le tecniche generative nella negoziazione
- L'empathic negotiation canvas e la sua compilazione in maniera cooperativa

Esercitazione per la compilazione

Simulazione della negoziazione secondo lo schema

OBIETTIVI

- Sviluppare un pensiero laterale e strategico
- Sviluppare il lavoro di preparazione alla fase negoziale in maniera condivisa

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 18 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Problem solving e decision making

Il problem solving: l'arte di risolvere i problemi

Oggi la capacità di problem solving è sempre più richiesta perchè ad essa è correlate la possibilità di offrire performance eccellenti, permettendo di focalizzarsi e raggiungere l'obiettivo, che di fatto deve essere chiaro e delineato. Il corso fornisce un modello strutturato per affrontare e gestire una situazione di criticità in maniera razionale con l'ausilio del pensiero divergente o laterale. Le metodologie insegnate hanno un ampio spettro di applicazione indipendentemente dalla tipologia di problemi cui vengono applicate.

Ciò rende il corso di utilità e applicabilità generali, perchè il problema viene affrontato con il giusto approccio dinamico e strategico.

PROGRAMMA

Il problem solving

- Definizione di "problema": Popper e l'approccio filosofico
- Problemi chiusi, aperti, convergenti e divergenti

L'analisi del problema

- Individuazione e riconoscimento del problema
- Riconoscimento analitico delle cause
- Il diagramma di Ishikawa
- Individuazione degli obiettivi

Creatività e problem solving

- Pensiero verticale e laterale
- Le basi della creatività: uscire dagli schemi utilizzando il pensiero divergente
- Il metodo Scamper
- Brainstorming

L'analisi delle possibilità

- Identificazione delle soluzioni alternative
- Esercizio: il metodo 6/3/2

Il processo decisionale

- L'approccio pragmatico
- L'approccio metodologico
- Valutazione dei rischi e delle conseguenze
- Attuazione e verifica della soluzione.

Problemi di gruppo

- Case study: esercitazioni e role play per la gestione del gruppo e del problema in gruppo

OBIETTIVI

- Trasformare il problema in opportunità
- Utilizzare strumenti per anticipare, identificare e risolvere un problema

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 3 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Problem Solving Strategico: Solution Focus Organizzativo

Uscire dall'ottica del problema per orientarsi verso la soluzione

Saper risolvere problemi e raggiungere obiettivi rappresentano le due attività peculiari per le quali un manager può essere valutato e quindi retribuito e premiato.

In questo corso si esplora l'approccio metodologico Solution Focus nella sua applicazione ai contesti organizzativi. La sua efficacia e la semplicità di utilizzo lo rendono uno degli approcci al problem solving più importanti da conoscere ed applicare nella pratica manageriale. Il Solution Focus Approach è anche utile nella pratica di consulenza o di coaching dei gruppi di lavoro.

PROGRAMMA

- Come analizzare il problema con gli approcci analitici
- Euristiche d'analisi e trappole mentali
- Il Solution Focus Approach
- Il SF Charter
- La Time Line ed il metodo "delle scale"
- Il backlog dei primi passi operativi

OBIETTIVI

- Avere un "cassetto degli attrezzi" che ci aiuti ad analizzare ed affrontare le sfide organizzative
- Diffondere un cultura orientata al risultato

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 25 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

L'assistente di direzione

Trasformare l'attitudine e la competenza in eccellenza organizzativa

Quello che un tempo era un ruolo di supporto alla funzione direttiva in genere, oggi si è trasformato in una attività sempre più vicina al settore in cui si opera. In funzione delle necessità specifiche di settore il ruolo, infatti, si declina verso, il marketing, la comunicazione, l'amministrazione, ecc. In molti casi l'Assistente di Direzione diventa il punto di riferimento per team di lavoro misti (dipendenti, consulenti, fornitori esterni); capace di tenere traccia delle comunicazioni, dei documenti, dell'organizzazione degli spazi e dei tempi. Il corso ha la funzione di preparare i partecipanti alle nuove modalità di interpretare ed agire questo ruolo, fornendo strumenti avanzati che consentano, pro-attivamente, di gestire i processi organizzativi più complicati e complessi.

PROGRAMMA

Il ruolo dell'Assistente di direzione Dare il nostro Valore Aggiunto oltre a ciò che ci si aspetta dalla funzione

La gestione dei momenti in multitask e protezione dei momenti di focus nostri e della direzione

- Gestione dei tempi e delle attività altrui
- La gestione dei tempi "digitale" e quella "analogica"

Il goal settign e l'assegnazione delle priorità

- Simulazione: come si analizzano obiettivi e come si scompongono in attività priorizzabili

La comunicazione: La gestione del telefono, delle mail, dei social network esercizio: comunicazione P.e.p.s.i. e S.m.a.r.t.

Saper ottenere e filtrare le informazioni utili

- Esercizio: creiamo relazione
- Esercizio: usiamo le domande aperte e domande chiuse la negoziazione delle priorità

Lavorare sul nutrimento della relazione con i propri interlocutori interni

- Esercizio: feedback, fiducia ed autonomia

Gestione dello stress: riconoscere i segnali di stress in se stessi e negli altri

- Esercizi: come influenzare positivamente lo stato psico-fisico

OBIETTIVI

- Rafforzare il proprio "potere di ruolo" e la capacità di negoziare le priorità
- Saper comunicare nei differenti contesti
- Innovare le pratiche e mantenere flessibile il proprio approccio operativo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 10 novembre 2020

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

L'empowerment personale

Il potenziamento di sé per una crescita manageriale e personale

La crescita personale è alla base dello sviluppo manageriale: per sostenere sfide e responsabilità crescenti è necessario avere un bagaglio di risorse interne e capacità strutturate, conoscendone punti di forza e di debolezza e facendo piani d'azione concreti per svilupparli vicendevolmente.

La complessità aziendale e sociale è in continuo aumento e al manager sono richieste sempre più competenze che si possono sviluppare solo con la consapevolezza interiore e l'impegno intenzionale. Durante il corso affronteremo, in modo pratico, il metodo per accrescere la consapevolezza di sé e mettere in atto piani di crescita personali efficaci.

PROGRAMMA

Cosa significa empowerment personale:

- La volontà e l'intenzionalità nel lavoro di sviluppo

Definire degli obiettivi e un piano di crescita individuale:

- Esercitazioni sul potenziamento della volontà e sulla chiarificazione degli obiettivi individuali

La mappa della crescita:

- Esercitazione sul metodo di lavoro in azione

Potenziare le risorse individuali:

- Usare i punti di forza a proprio favore in modo consapevole

Affrontare ostacoli e difficoltà:

- La call to action interiore. Esplorare possibilità e favorire il Sé emergente.

Interiorizzare un approccio "growing mind"

OBIETTIVI

- Chiarire cosa significa crescita personale
- Individuare le risorse individuali
- Trasferire un metodo di lavoro per la crescita e l'autosviluppo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 18 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Il Business Coaching

Come migliorare le proprie performances

Tutti coloro che fanno parte di una organizzazione aziendale, che siano essi impiegati, quadri, dirigenti, top management, sono chiamati a fornire la propria performance lavorativa. La qualità e quantità della performance determinano la carriera del performer. La performance lavorativa è influenzata negativamente dalle interferenze (intese come eventi, circostanze o situazione negative, nell'ambito lavorativo e/o extralavorativo) che ne limitano le potenzialità.

Il corso si ripropone di fornire ai partecipanti degli strumenti di base per autovalutare le proprie performance, con l'ausilio del coach, e per pianificare le azioni che possono migliorarle.

PROGRAMMA

Definizione di performance

Le interferenze

- Stato di fatto: accertare e valutare quali sono le attuali prestazioni
- personale;
- aziendale generale;
- aziendale esterno;
- aziendale interno

Determinazione e definizione delle caratteristiche soggettive che incidono sulla performance:

- Leadership
- Carisma
- Credibilità
- Autorevolezza
- Comunicazione in pubblico
- Comunicare in modo persuasivo
- Gestione del tempo
- Gestione del cambiamento
- Gestione dello stress
- Gestione delle obiezioni
- Gestione delle decisioni
- La delega
- Gestire e motivare il team
- Come ci percepiscono gli altri
- Trovare la concentrazione
- Trovare l'ispirazione
- Benessere fisico e mentale

Fase progettuale:

- Definizioni di linee guida
- Elaborazioni di valori e regole
- Visione, missione, ambizione
- Definizione obiettivi
- Piano di azione
- Risorse necessarie

Fase esecutiva:

- determinazione del tempo occorrente per eseguire il piano di azione e cronoprogramma
- annotazione delle azioni su intervalli di tempo variabili
- Bilancio provvisorio (a metà del periodo che si è determinato)
- Bilancio definitivo

OBIETTIVI

- Prendere coscienza della propria situazione reale attuale
- Definire delle linee guida
- Definire degli obiettivi

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 7 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Time management

Dalla gestione alla valorizzazione del proprio tempo

Il tempo è la risorsa più importante che un leader possiede. Saper gestire bene il proprio tempo è uno dei segreti più importanti per ottenere successo, professionale e personale. Per essere padroni del proprio tempo, e non farsi schiacciare dalle richieste di inevitabili "ladri di tempo", è importante focalizzarsi su ciò che per noi è più importante, all'insegna dell'equilibrio tra le diverse aree esistenziali, così da stare bene con noi stessi ed entrare in sintonia con le persone con cui viviamo e lavoriamo.

Il corso intende offrire ad ogni partecipante delle tecniche pratiche per gestire al meglio le proprie azioni nel tempo, in modo da orientarsi verso i propri obiettivi e raggiungere più rapidamente risultati importanti.

PROGRAMMA

Che cos'è il tempo?

- La diversa percezione del tempo
- Cosa si intende per "gestire il tempo"
- Approccio mentale alla gestione del tempo

L'importanza degli obiettivi

- Potere del focus mentale
- Le caratteristiche di un buon obiettivo
- Pianificazione strategica degli obiettivi

Focus sulle priorità

- Urgenza e Importanza
- Classificare le attività
- Organizzare le attività
- Il modello delle "5 P"

Organizzazione delle attività nel tempo

- Gestione delle interruzioni e degli imprevisti
- I "ladri di tempo": come riconoscerli e come eliminarli
- Regole pratiche per recuperare tempo

La gestione della delega

- Che cosa delegare
- La pianificazione della delega
- La scelta della persona giusta
- L'assegnazione della delega
- Come preparare i collaboratori alla delega

OBIETTIVI

- Sviluppare un approccio mentale atto a valorizzare la risorsa tempo
- Apprendere una metodologia per esprimere dei comportamenti orientati alla gestione efficace del tempo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 27 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Leadership emozionale

Agire sulla motivazione del proprio team ogni giorno

La motivazione e la coesione del team sono due leve fondamentali per la gestione del gruppo di lavoro; un leader consapevole stimola e coinvolge usando la propria intelligenza emotiva in modo sapiente.

PROGRAMMA

Il leader Emotivo

- Cenni e spunti da D. Goleman

L'intelligenza emotiva

- Consapevolezza e espressione delle emozioni.
- Riconoscere le emozioni nominarle, collocarle e riconoscere il loro ruolo.

La motivazione intrinseca e estrinseca

- Filmati
- Riflessioni sulle teorie più recenti.
- "Purpose, mastery and autonomy". I tre pilastri della motivazione.
- Neuroscienze e motivazione. Dove risiede la nostra personale spinta interiore

La condivisione emotiva di vision e mission

- Esercitazioni e role play

"The culture code" Daniel Coyle

- Il segreto dei gruppi di successo. Case study
- Favorire il dialogo e il confronto: la strada per una condivisione autentica

Conclusioni

OBIETTIVI

- Individuare le competenze del leader
- Valorizzare la leva della relazione
- Sviluppare la propria intelligenza emotiva
- Agire sulla motivazione: approccio e metodo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 16 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Leadership e “potere di ruolo”

Gli strumenti del approccio sistemico al servizio del Leader

Il Leader è tale in Relazione al contesto, l'obiettivo e i followers. È nella relazione con questi elementi che si esercita la Leadership. Il Leader con un approccio sistemico e delle competenze relazionali sa leggere il contesto, pianificare gli obiettivi e trasferire il proprio “potere di Ruolo” ai propri collaboratori. La propria attitudine e personalità rappresentano un valore aggiunto che caratterizza lo stile della leadership senza influenzarne l'efficacia. Nel nostro training svilupperemo la sensibilità e gli strumenti di intervento per risvegliare il valore aggiunto nei nostri collaboratori. In fine, apprenderemo come utilizzare la squadra per potenziare e consolidare la nostra leadership ed il potere di ruolo.

PROGRAMMA

Opportunità Vs. Problema

- esercizio: Ristrutturazione delle convinzioni limitanti

Allineare gli obiettivi a medio termine con quelli a lungo termine

- esercizio: Allineamento dei livelli logici

Tecniche di gestione del Carisma (interesse, rispetto e fiducia degli interlocutori)

- esercizio: convinzioni carismatiche
- esercizio: gli stati emotivi del carisma

La leadership e il potere di ruolo

- esempio: Auto-caso ed analisi in gruppo

La comunicazione aziendale

Gli strumenti del guidare: mapping, metafore ed intervizione e timeline

OBIETTIVI

- Gestire al meglio il carisma personale
- Delegare, supportare e valorizzare
- Rendere efficienti ed allineati gli sforzi del team
- Acquisire chiarezza negli obiettivi

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 22 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Le tecniche di coaching come leva di gestione del team

Un corso operativo per la gestione del team di lavoro

Il coaching è un approccio sempre più indispensabile nella gestione dei collaboratori e del team, aiuta a stimolare le persone, a sviluppare autonomia e senso di responsabilità. Per un Manager è indispensabile acquisire capacità e tecniche di coaching affinché il proprio team cresca costantemente e ottenga risultati brillanti.

PROGRAMMA

Il coaching

- Cos'è, dove nasce
- Come viene applicato
- Il modello GROW

La definizione degli obiettivi e il processo di coaching

- Il modello SMART
- Esercitazioni e role play di sperimentazione delle tecniche di coaching
- Le convinzioni limitanti
- L'espressione del potenziale del proprio team

Il manager come coach

- Approccio
- Competenze
- La capacità di ascolto e osservazione.
- Case study
- Stimolare la motivazione con il coaching: autonomia e maestria dei propri collaboratori
- Costruire una relazione efficace con il coaching

Il coaching e l'intelligenza emotiva

- Sperimentazioni

OBIETTIVI

- Cos'è il coaching
- Come utilizzare il coaching con il proprio team
- Come trarre beneficio personale e organizzativo con il coaching

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 4 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Team Working: saper lavorare in squadra

Le caratteristiche di un teamworking vincente

Recenti analisi sul mercato del lavoro lo affermano chiaramente: la diversità è una ricchezza. Competenze diversificate consentono di analizzare una stessa questione da diversi punti di vista, permettendo di sviluppare molteplici idee al fine di trovare la soluzione migliore. Il lavoro di team amplia le prospettive, allarga le visioni. Saper lavorare in squadra è la competenza chiave per le persone all'interno delle organizzazioni: sinergia, coesione e efficacia sono temi essenziali per ottenere risultati e performances desiderati.

PROGRAMMA

Il lavoro di squadra

- Dalle parole ai fatti
- Sinergia e cooperazione
- Dinamiche di gruppo e sperimentazione attiva

Le competenze per lavorare in gruppo

- Ascolto
- Comunicazione
- Cooperazione
- Flessibilità

La ricchezza della squadra

- Dalla valorizzazione del singolo alla cooperazione
- Abbattere le barriere per raggiungere risultati eccellenti
- Esercizi

Comunicare efficacemente.

- Attività pratica e confronto fra i partecipanti
- La comunicazione empatica. Il gruppo come luogo di confronto e scoperta reciproca

The "culture code", D. Coyle

- Il segreto dei gruppi di successo
- Case Study

OBIETTIVI

- Conoscere le competenze chiave per un efficace lavoro di squadra
- Mettere il team al centro del processo di lavoro
- Stimolare dialogo e cooperazione

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 17 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Team Assessment & Evolution

Capire come gestire e pianificare la crescita dei team e dell'attitudine al lavoro in team dei singoli

Nelle aziende organizzate a matrice o per team operativi è facile riscontrare il problema di come tenere traccia della crescita e della evoluzione del team e delle persone lo compongono.

Le performance o gli obiettivi sono relativamente più facili da rilevare ed assegnare, diversamente lo sviluppo e la maturità del team, seppure molto significativi ed impattanti nell'organizzazione, sono concetti che vanno capiti e condivisi. Con questo percorso formativo si vogliono offrire le basi per capire e saper rilevare le dinamiche di miglioramento continuo e di crescita individuale (sia sulle core che sulle soft skills).

PROGRAMMA

- L'importanza strategica del miglioramento continuo
- Come si costruiscono dei team performanti e si mantengono in crescita
- Costruzione di un Portfolio della attività
- Indicatori e misure della capacità di miglioramento ed innovazione nei team
- Costruiamo un griglia di competenze
- Costruzione di un sistema di auto-rilevazione delle stesse interno al team

OBIETTIVI

- Sviluppare la leadership individuale nei gruppi di lavoro
- Come costruire una griglia di indicatori utili allo sviluppo di un percorso di sviluppo

SEDE - DATA - COSTI

Milano -20 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La gestione dei Conflitti in azienda

Come riconoscere e risolvere le relazioni conflittuali sul lavoro

Studi recenti riportano che il conflitto è una delle principali fonti di stress nelle organizzazioni. Il clima e le relazioni interne sono sempre più fonte di disagio e tensione e il benessere delle persone ne risente. Una efficace gestione dei conflitti interni può aiutare a vivere la vita aziendale con maggior serenità portando risultati migliori.

PROGRAMMA

Il Conflitto

- Dalla natura umana alla capacità di risoluzione.
- Le "mappe" personali e la capacità di accogliere punti di vista differenti.
- Esercitazioni

Aspetti emotivi e relazionali.

- L' "Iceberg" del comportamento.
- Ascolto ed empatia
- Focus su emozione e contatto umano
- I bisogni alla base delle emozioni umane

Le modalità di risoluzione del conflitto

- Ascoltare, comunicare, negoziare
- Esercitazioni.
- Il feedback e la risoluzione costruttiva

OBIETTIVI

- Comprendere le dinamiche conflittuali
- Sviluppare capacità di ascolto e apertura all'altro
- Apprendere tecniche di risoluzione efficace del conflitto

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 2 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La relazione positiva ed efficace

Strategie per costruire e sviluppare relazioni efficaci

Ogni giorno siamo coinvolti in rapporti umani, professionali e personali. Le relazioni che abbiamo creato e che intratteniamo con gli altri vanno considerate come dei veri e propri tesori. Quando i rapporti sono sani, aperti e di reciproca soddisfazione, ci arricchiscono e ci danno sostegno nei momenti difficili.

Ma gli scambi interpersonali sono fragili e richiedono attenzione. Coloro che si dimostrano capaci di creare e preservare rapporti positivi solitamente godono di carriere di maggior successo e di vite personali più gratificanti. Il corso costituisce un'occasione per imparare l'arte della comunicazione e della relazione interpersonale efficace.

PROGRAMMA

Che cosa significa realmente comunicare?

- I pilastri della comunicazione efficace
- Gli assiomi della comunicazione
- I canali della comunicazione

Il modello dell'assertività

- Il modello del comportamento assertivo
- Modalità comportamentali non efficaci
- I 5 livelli dell'assertività

L'importanza dell'ascolto attivo

- I 3 livelli di ascolto
- Come migliorare le proprie capacità di ascolto

Comunicazione e contesti organizzativi

- La filosofia "win-win"
- Sviluppare rapporti positivi con colleghi, capi e collaboratori
- Mettere in pratica la teoria della reciproca gratificazione

L'intelligenza emotiva

- Le aree dell'intelligenza emotiva
- Imparare a gestire i propri stati emotivi

OBIETTIVI

- Acquisire consapevolezza personale nel rapporto con gli altri, individuando i propri punti di forza e le proprie aree di miglioramento
- Imparare a gestire l'ascolto attivo e la verifica degli effetti della comunicazione sugli interlocutori

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 13 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

La gestione dello stress

Conoscere lo stress e il proprio modo di affrontarlo, per un maggior benessere personale e professionale

Il corso si propone di comprendere lo Stress nelle sue componenti costruttive e distruttive (Eustress e Distress), conoscere le conseguenze sulla salute personale e sul contesto in cui si opera, riconoscere i segnali dello stress personale tramite tecniche di consapevolezza corporea (esercizi pratici). Inoltre verranno approfondite tecniche di contenimento e trasformazione dello stress (Esercizi di respirazione, Mindfulness, Meditazione camminata, esercizi tratti da arti marziali come Tai Chi, Aikido). Si imparerà ad affrontare lo stress organizzativo e individuare delle possibili azioni di intervento, per sé e per il gruppo (es. conflittualità, disorganizzazione; caos e indeterminazione).

PROGRAMMA

Lo stress: cenni teorici su cosa sia lo stress e come agisce a livello psico-fisico

- Approfondimento sulle proprie modalità di affrontare la giornata lavorativa e non: comportamenti e automatismi che incrementano la sensazione di stress-

Riflessioni e condivisioni di gruppo

Focus sulle 3 componenti dell'essere vivente: Fisica, emotiva e razionale.

Separazione consapevole dei tre piani

- Esercitazioni in coppie per individuare le proprie caratteristiche, i punti di forza e i punti critici nelle tre dimensioni
- Esercizi corporei per identificare gli effetti delle tensioni sul proprio fisico (contratture, dolori, malesseri) e per superarli
- Esercizi di identificazione delle emozioni alla base degli stati di stress.

Nominare, sentire e riconoscere le emozioni per acquisire consapevolezza su come superare gli effetti negativi.

- Esercizi di identificazione dei propri valori e delle proprie convinzioni alla base di situazioni di stress.
- Esercitazioni pratiche per gestire - e superare pensieri e emozioni che influiscono negativamente sul proprio benessere: la

mindfulness e la sua efficacia per un maggior equilibrio dei tre elementi e per la pratica della "presenza".

- Esercitazioni ispirate da discipline come Yoga, Tai Chi o Aikido per un allenamento costante della "presenza".

OBIETTIVI

- Comprendere lo Stress nelle sue componenti costruttive e distruttive (Eustress e Distress)
- Conoscere le conseguenze sulla salute personale e sul contesto in cui si opera
- Affrontare lo stress organizzativo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 24 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Gestione del team nel cambiamento

Mantenere motivazione e spirito di squadra durante i processi di trasformazione aziendale

Oggi i contesti organizzativi sono in continua trasformazione, necessaria e auspicabile vista la dinamicità e imprevedibilità dei mercati. Processi e persone sono sempre più frequentemente nel caos del cambiamento e la sfida manageriale è quella di riuscire a sostenere la motivazione delle persone, il senso di appartenenza, la resilienza e la capacità progettuale, personali e di team.

Durante il corso ci focalizzeremo sulle competenze necessarie per affrontare questa sfida, esercitandoci sul potenziamento delle stesse.

PROGRAMMA

Il cambiamento in azienda:

- Un processo in continuo divenire. Dal mercato all'organizzazione un domino di accadimenti da gestire.

Da evento eccezionale a routine:

- Oggi il cambiamento è continuo e ciò che si costruisce in poco tempo richiede di essere trasformato. I processi e le persone si trovano a volte nel caos

Le competenze del leader: disegno la mappa

La gestione del Team nel cambiamento:

- Elementi di continuità e di rottura. Su quali particolari competenze posso contare?

Come allenare queste competenze?

- Esercizi di potenziamento

Come individuare gli agenti del cambiamento e assegnare loro un ruolo

L'importanza della comunicazione nel cambiamento:

- Esercizio

OBIETTIVI

- Individuare le competenze del leader
- Focalizzare quelle competenze necessarie nel cambiamento
- Allenare queste competenzaa

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 15 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Imparare a delegare efficacemente

Delegare con fiducia e raggiungere gli obiettivi

Delegare o assegnare compiti a collaboratori o fornitori per raggiungere gli obiettivi richiede un metodo rigoroso. Occorre costruire un duraturo rapporto di fiducia, comprendere caratteristiche e limiti delle persone. Saper spiegare obiettivi e attività. Fornire le informazioni utili. Fissare le scadenze. Stabilire le verifiche. L'approccio vincente, insomma, è di mettere i collaboratori in grado di realizzare gli obiettivi assegnati, dando tutto il supporto necessario.

PROGRAMMA

Le persone come risorse chiave

- La fiducia (reciproca)
- Condivisione

I diversi compiti

- Attività semplice
- Attività complesse
- Collaboratori interni ed esterni
- Coinvolgere
- Dirigere

Le 4 fasi

- Obiettivi, compiti, attività, verifica
- Le criticità e la gestione degli imprevisti
- Flessibilità
- Pazienza

Riscoprire la parola "grazie"

L'arte di ringraziare

- Case Study
- Esercitazioni pratiche su casi reali

Il metodo basato su persone e processi

OBIETTIVI

- Costruzione di un solido know-how sulla gestione dei collaboratori
- Imparare e delegare e assegnare compiti e realizzare obiettivi
- Gestione delle risorse interne ed esterne

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 10 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Come condurre riunioni efficaci

Gestire e portare al risultato desiderato i tuoi meeting

Le riunioni sono una occasione straordinaria per consolidare lo spirito di squadra e realizzare progetti e iniziative. Ma possono anche risultare lunghe, noiose o inconcludenti se non diventano addirittura un ring che esaspera i conflitti. Organizzare e condurre riunioni efficaci richiede metodo, pianificazione, flessibilità e doti diplomatiche. Il tempo è un fattore chiave, spesso trascurato, così come il follow up successivo. Insomma occorre un mix di ingredienti per rendere le riunioni efficaci e piacevoli.

PROGRAMMA

I partecipanti come risorse

- Obiettivi, tempi, fiducia e rispetto

I vari tipi di riunione

Le 4 fasi: ideazione, preparazione, azione, follow up

L'attività preparatoria e la prevenzione dei conflitti

- L'agenda e i materiali
- Il ruolo del coordinatore
- Chi farà cosa

Case Study: Dos e don'ts

Il metodo basato su persone e processi

OBIETTIVI

- Costruzione di un solido know-how sulla gestione e la partecipazione alle riunioni
- Sviluppare la capacità di organizzare riunioni brevi, efficaci e piacevoli
- Creare spirito di squadra e gestire i conflitti

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 30 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Change management

Affrontare i cambiamenti personali e aziendali

“Tutti sperano di cambiare l’umanità ma nessuno pensa a cambiare sé stesso”, ammoniva Lev Tolstoj. Nonostante l’incessante evoluzione tecnologica e organizzativa sul lavoro, le persone spesso resistono ai cambiamenti. Eppure prepararsi ai cambiamenti continui o addirittura anticiparli è un fattore chiave per il successo delle persone e delle imprese. Un approccio positivo verso il cambiamento va coltivato ogni giorno. Nelle grandi e piccole cose. E produce grandi risultati per sé e per l’azienda.

PROGRAMMA

Il cambiamento come sfida continua

- I fattori e i pregiudizi che fanno da freno
- L’approccio costruttivo al cambiamento

Le 4 fasi: comprensione, preparazione, strategia, cambiamento

- Pensare digitale, agire umano
- Proiettarsi nel futuro con i piedi per terra
- Il cambiamento nei rapporti con capi, colleghi, collaboratori, clienti, business partner
- Case Study: esercitazioni e test sul cambiamento

Tradurre i cambiamenti in vantaggi per l’impresa

Il metodo Chang+e basato su persone e processi

OBIETTIVI

- Costruzione di un solido approccio al cambiamento continuo
- Sviluppare la capacità di adattarsi e innovare
- Creare spirito di squadra e gestire i conflitti

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 2 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Power point: conoscenze base per preparare presentazioni efficaci

Acquisire le conoscenze di base necessarie per essere operativi

In una società che si basa sempre più sull'impatto visivo e mediatico che l'informazione porta con sé, un programma come Microsoft Power Point si rende assolutamente necessario per comunicare idee in maniera immediata e accessibile a tutti. La conoscenza di questo classico programma di presentazione permette a qualsiasi utente di effettuare delle presentazioni adatte a qualsiasi uso.

PROGRAMMA

Utilizzo dell'applicazione

- Lavorare con le presentazioni (aprire, chiudere, salvare, ...)
- Migliorare la produttività (opzioni di base del programma, ...)

Sviluppare una presentazione

- Visualizzare le presentazioni (modalità di visualizzazione, ...)
- Diapositive (layout, sfondi, copia, ...)
- Schemi diapositiva Testi

Grafici

- Usare i grafici
- Organigrammi

Oggetti grafici

- Inserire, manipolare (figura, immagine, disegno, ...)
- Disegnare oggetti

Preparazione alla presentazione

- Preparazione (Inserire, eliminare effetti di transizione e animazione, ...)
- Controllo ortografico e rilascio (controllo ortografico, stampa, ...)

OBIETTIVI

- Creare e modificare una presentazione
- Lavorare con il testo e con gli effetti grafici
- Personalizzare una presentazione
- Stampare e proiettare una presentazione

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 13 novembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Excel: Analisi dei dati

Come sfruttare al meglio Excel per il proprio lavoro

Excel è un efficace strumento di gestione per analizzare e interpretare i dati in ottica di business intelligence. La conoscenza approfondita del programma offre la possibilità di ottimizzare il tempo e di disporre di dati completi e affidabili. Il corso permette di acquisire le funzioni logiche e di ricerca, indispensabili per lavorare con informazioni provenienti da uno o più file.

E' necessaria una conoscenza di Excel a livello Intermedio.

Non adatto a coloro che hanno conoscenze minime di formule e calcoli.

PROGRAMMA

Nidificare funzioni per realizzare tabelle dinamiche

- Funzioni statistiche condizionate: SOMMA.PIÙ.SE, CONTA.PIÙ.SE
- Funzioni logiche: SE (semplice e a cascata), E, O, SE.ERRORE
- Funzioni di ricerca: CERCA.VERT, CERCA.ORIZZ, CONFRONTA, INDICE
- Funzioni di data e ora: ADESSO, DATA, MESE, ANNO, ...
- Funzioni di testo: ANNULLA.SPAZI, CONCATENA, DESTRA, SINISTRA, STRINGA.ESTRAI, RICERCA
- Funzioni informative: VAL.VUOTO, VAL.ERR, VAL.NON.DISP, VAL.TESTO
- La funzione SUBTOTALE
- La nidificazione di più funzioni

Strumenti per personalizzare dei dati

- La formattazione avanzata del foglio per dare particolare visibilità a porzioni di report
- Formattazione condizionale basata su formule
- Criteri di convalida delle celle

Collegare dati provenienti da più report

- Definire il flusso di dati attraverso fogli e file
- Creare formule con celle che provengano da più fogli e file

OBIETTIVI

- Acquisire le sintassi delle principali funzioni logiche e di ricerca
- Sapere costruire formule
- Ottimizzare i tempi collegando dati fra più fogli/tabelle/report

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 2 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Excel: uso delle Tabelle Pivot

Perchè il loro utilizzo è una scelta vincente

Il foglio di calcolo Excel, ed in particolare le tabelle pivot, offrono strumenti a tutto il personale che in azienda svolge attività amministrative e contabili, di elaborazione dati, di elaborazione statistiche. Per questo rappresentano un valido strumento di lavoro, che troppo spesso non è conosciuto a sufficienza o non approfondito.

E' necessaria una conoscenza di Excel a livello Intermedio.

Non adatto a coloro che hanno conoscenze minime di formule e calcoli.

PROGRAMMA

Concetti base della tabella pivot

- Importazione dati in Excel da file esterni; concetti di database, di tabella e di campo
- Generazione tabella pivot da un foglio Excel

I dati in tabella pivot

- La configurazione della Tabella Pivot; dati in colonna, dati in riga come organizzarli
- Impostazione del valore dei campi; i campi calcolati; i grafici pivot

Le Dashboard con le Tabelle Pivot

OBIETTIVI

- Generare report professionali su Database Excel utilizzando le Tabelle Pivot
- Progettare semplici Dashboard utilizzando esclusivamente le Tabelle Pivot
- Strutturare un Database Excel

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 30 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Costruzione di un bilancio delle competenze e degli skills aziendali

Come creare “dal basso” un sistema di valutazione condiviso e rispettoso delle peculiarità organizzative

Il Percorso trasforma in pratica, la riflessione sulle competenze e sugli skills aziendali utili alla valutazione ed al processo di miglioramento organizzativo. Il corso è un “condensato” della tecnica consulenziale della costruzione del bilancio delle competenze partendo “dal basso”, cioè, ad opera dei partecipanti, in gruppo, attraverso la supervisione ed il coaching del facilitatore.

PROGRAMMA

Differenze e similitudini delle competenze “hard” e degli skills organizzativi

- Le principali competenze “soft” o “trasversali” e la loro reale importanza nel percorso di miglioramento organizzativo

Il funzionamento del percorso valutativo (cosa, come, perché valutare)

- Il metodo: “Client Oriented Train” per scegliere cosa osservare e come valutare

Gestione dei momenti di restituzione e valutazione

- Come impostare il “miglioramento continuo” nel processo valutativo

Strumenti informatici e tecniche utili alla registrazione della performance

- Come utilizzare le informazioni raccolte nel documento valutativo

I “nemici” della valutazione, l’ansia valutativa e le “trappole” della standardizzazione

OBIETTIVI

- Costruire una prima bozza operativa di un bilancio delle competenze
- Gestire il flusso di dati e la registrazione dei momenti valutativi in maniera efficace e standardizzabile

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 30 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Il processo di Decision Making e la Teoria del Nudge

Adottare metodologie condivisibili e basate su un'approccio che permetta di rintracciare eventuali errori valutativi

Questo percorso formativo si pone l'obiettivo di contemplare due approcci per il decision making apparentemente distanti: quello ingegneristico metodologico e quello della "spinta gentile" del Nudge.

La scelta di contemplare entrambe è legata principalmente alla necessità manageriale di prendere decisioni sia nell'area tecnica che nell'area relazionale della propria attività.

PROGRAMMA

- Grid analysis
- Paired Comparison Analysis
- Applicazione degli alberi decisionali
- La teoria del Nudge e resistenze al cambiamento
- Il paternalismo libertario, esempi e funzionamento psicologico
- Tecniche e strumenti soft

OBIETTIVI

- Saper fare un'analisi del campo decisionale che protegga dai pregiudizi e dagli errori di valutazione
- Far pratica di decision making applicando differenti metodologie

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 14 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

Strumenti di Design Thinking Collaborativo per la Revisione dei Processi

Passare dalla condivisione di una visione comune ed una lista di cose da fare

Il Design Thinking è la disciplina di product e process innovation che sta avendo una incredibile crescita e sviluppo in tutti i contesti organizzativi.

Il Design thinking rende possibile, in maniera creativa e collaborativa, sviluppare soluzioni, prodotti o addirittura re-inventare i propri modelli di business. I principali strumenti del design thinking sono alla portata di qualsiasi team operativo ed è realmente vantaggioso conoscerli ed applicarli ogni volta che possono tornare utili.

PROGRAMMA

- Come esprimere concetti complessi in modo semplice ed intuitivo
- La Vision Board
- Le canvas board per il cambiamento ed il Business Model
- L'identificazione della Journey e delle sue componenti fondamentali
- L'elevator pitch e la creazione della metafora visiva
- La ri-definizione dei processi o l'ideazione di nuovi prodotti o esperienze

OBIETTIVI

- Acquisire le pratiche del visual thinking applicato al mando organizzativo
- I principi del design thinking
- L'applicazione degli strumenti collaborativi
- Il concetto della journey e la sua applicazione

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 17 settembre 2020

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE01 - Il gestore del magazzino

Gestire il magazzino tra produttività, livello di servizio e costi

Il magazzino è diventato un elemento strategico del network logistico e le Aziende ne ricercano una costante crescita del livello di servizio ed una sempre maggiore efficienza operativa, con l'obiettivo di contenerne i costi. Il magazzino è quindi oggi un sistema complesso, che richiede la presenza di personale qualificato in grado di integrare al meglio risorse umane e tecnologiche alle quali vengono chieste elevate prestazioni. La formazione è uno degli strumenti migliori per qualificare e motivare il personale nella gestione di magazzini modernamente organizzati ed il seminario si pone proprio l'obiettivo di formarne uno dei cardini operativi: il Responsabile del magazzino.

PROGRAMMA

La logistica e il magazzino

- Le necessità e i costi
- L'importanza e gli obiettivi del servizio
- Gli indicatori di prestazione

L'analisi dei processi

- La ricerca delle attività NVA
- L'analisi del lavoro
- I dati da ricercare e i KPI da gestire

La gestione efficiente delle operazioni di magazzino

- Le principali tecnologie in uso
- Lo scarico, il ricevimento, l'identificazione delle merci, la messa a dimora, il picking, l'allestimento dell'ordine, la spedizione e l'inventario

Risparmiare risorse e spazio in magazzino

- Master Plan e layout ottimale
- Le giacenze e l'unità di carico
- I carrelli e i sistemi di movimentazione e stoccaggio
- Quando conviene l'automazione (cenni)

Gli strumenti informatici a supporto del magazzino

- I sistemi di identificazione automatica: dal bar-code all'RFID
- La trasmissione dei dati (radiofrequenza, pick-to-light, voice picking,...)
- Il sistema di gestione operativa (WMS) ed i nuovi strumenti di gestione

La sicurezza in magazzino (cenni)

- Gli adempimenti base per gli addetti operativi
- L'obbligo di manutenzione delle scaffalature
- Il locale ricarica batterie
- Il magazzino e la sicurezza: principali aspetti da non sottovalutare

Le risorse umane in magazzino

- L'organigramma, il mansionario e le procedure operative
- Gestire il cambiamento

Il ruolo del responsabile del magazzino

- Il rapporto con i collaboratori
- Il setting della squadra, il feedback e la delega
- Il carisma, il ruolo e la leadership sistemica

OBIETTIVI

- Quale livello di servizio eroga il magazzino ai Clienti
- Quali sono i costi del magazzino e gli strumenti per migliorare la gestione operativa Come misurare le prestazioni del magazzino

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 13 ottobre 2020

Orario: 9.00 - 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE02 - Gestione della logistica: fondamentali

Concetti base dei processi logistici

Il seminario è destinato alle persone che devono cominciare a confrontarsi con le problematiche inerenti le attività di magazzino e, più in generale, con la gestione logistica.

Partendo dal concetto di logistica integrata vengono introdotti tutti gli aspetti fondamentali relativi agli elementi che costituiscono il sistema logistico: dalla gestione degli approvvigionamenti e delle scorte alle fasi di produzione e distribuzione.

PROGRAMMA

La logistica oggi

- L'evoluzione della logistica
- Il processo logistico e il vantaggio competitivo
- Il servizio al cliente
- L'integrazione interna ed esterna: l'Azienda estesa
- La supply chain

I segmenti della logistica

- Gli approvvigionamenti
- La gestione delle scorte
- La pianificazione e la programmazione della produzione
- L'evasione dell'ordine e la struttura distributiva
- I trasporti

Le attività e le strutture logistiche

- Il ricevimento delle merci e lo stoccaggio
- Le differenti tipologie di magazzino
- Il picking
- La distribuzione fisica

Il monitoraggio delle prestazioni e dei costi

- Il rapporto costo-servizio
- La misurazione delle prestazioni (KPI)
- L'indagine sul livello di servizio
- L'Activity Based Costing
- Il benchmarking
- Il reporting e i cruscotti

L'Information Technology e la gestione delle informazioni

- I sistemi integrati di comunicazione e gestione
- L'Identificazione automatica e la trasmissione delle informazioni
- I software di gestione operativa (WMS)

L'outsourcing logistico

- I perché della terziarizzazione
- La progettazione e la realizzazione della terziarizzazione
- Le tendenze

OBIETTIVI

- Fornire gli strumenti conoscitivi di base per affrontare i principali problemi connessi alle fasi operative

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 20 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE03 - La gestione degli inventari

La gestione degli inventari in magazzino è una attività che ha un forte impatto sul livello di servizio al cliente

La correttezza degli inventari è un buon indice della qualità delle prestazioni di un magazzino e delle procedure utilizzate dall'azienda nella relazione reparti/servizi con il magazzino.

Le differenze inventariali hanno rilevanza sia sulla situazione contabile che operativa dell'azienda e segnalano la necessità di una profonda revisione delle procedure, dei ruoli e delle competenze del personale addetto.

PROGRAMMA

La rilevanza economica-finanziaria delle giacenze di magazzino (cenni)

- Influenza delle giacenze sulla redditività dell'azienda
- Influenza delle differenze inventariali sul costo del venduto e sul bilancio

Le metodologie di controllo inventariale a magazzino e dei materiali in corso di lavorazione

- L'inventario annuale
- L'inventario a rotazione
- Metodi per l'esecuzione dell'inventario a magazzino
- Metodi per l'esecuzione dei materiali in lavorazione

L'analisi delle differenze inventariali

- Classificazione delle differenze inventariali
- Differenze inventariali per buona o cattiva fede
- Errori gestionali, scarti, danneggiamenti, scadenze, obsolescenza, furti, ...
- Valorizzazione delle differenze inventariali

Le implicazioni operative derivanti dalle differenze inventariali

- Le differenze inventariali come misura della validità della gestione del magazzino e dei clienti interni
- Le implicazioni a livello di magazzino, programmazione, fornitori, clienti

I metodi per migliorare la gestione del magazzino

- L'autodiagnosi
- Verifica delle procedure di relazione con il magazzino
- Verifica dei ruoli e delle competenze del personale di magazzino
- Il progetto di miglioramento

OBIETTIVI

- Evidenziare l'influenza delle giacenze negli ambiti economico-finanziari
- Fornire le metodologie di controllo e gli strumenti per migliorare la gestione degli inventari

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 27 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE04 - Avete un cruscotto logistico? Costruiamolo

Cosa sta succedendo alla mia logistica e perché? Il giudizio sulla qualità delle prestazioni della logistica si deve basare su dati oggettivi ed inconfutabili

Il giudizio sulla qualità delle prestazioni della logistica non può essere soggettivo ma si deve basare su dati oggettivi ed inconfutabili: per questo è necessario misurare. Tra l'altro, l'esperienza dimostra che ogni volta che si attiva un rilevamento delle prestazioni si ottengono dei duraturi vantaggi operativi: perché è possibile migliorare solo ciò che si misura. Durante il corso alterneremo in modo continuo la presentazione di metodi ed esemplificazioni di carattere applicativo al fine di fornire ai partecipanti le giuste leve operative per affrontare concretamente la costruzione di un cruscotto logistico. applicazione.

PROGRAMMA

Il processo decisionale ed il contesto competitivo

- Le decisioni nei contesti organizzativi
- La misurazione e il reporting: loro evoluzione
- La misurazione dei fenomeni logistici in Italia

Indicatori di performance

- L'evoluzione dei metodi di monitoraggio, analisi e gestione
- KPI: individuazione e caratteristiche
- KPI tipici del processo logistico

Le performance delle scorte

- Livello di servizio
- Lead time Clienti e fornitori
- Rotazioni e coperture

Le performance del magazzino

- Produttività per processo
- Lead time interni
- Correlazioni e profilo ordini

Le performance dei trasporti

- Organizzazione dei trasporti (aggregazione dei viaggi, saturazione, tender, etc.)
- Livello di servizio (tempi di resa, puntualità, servizi accessori)
- Costi e criteri di fatturazione

La struttura dei costi logistici

- L'articolazione dei costi: Housing & Handling
- L'articolazione per processo
- L'Activity Based Costing

La costruzione di un Sistema di controllo delle performance logistiche

- I Sistemi Informativi come sorgenti dati
- ETL e Data Warehousing
- La struttura e l'articolazione dei report

OBIETTIVI

- Identificare gli elementi per una concreta analisi costi/prestazioni/servizio
- Fornire un metodo per la verifica delle performance logistiche per il miglioramento delle prestazioni

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 6 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE05 - L'analisi del lavoro

Metodi e strumenti per introdurre il miglioramento continuo in azienda

Rendere più competitivo il proprio magazzino? Ottenere un incremento di produttività riducendo i costi interni? Ottimizzare il rapporto tra risorse impiegate e risultati ottenuti? Il seminario risponde a queste domande presentando l'analisi del lavoro come uno degli strumenti più pratici e convenienti per recuperare efficienza attraverso l'esame dei principali processi di magazzino (ricevimento, stoccaggio, prelievo, spedizione), lo studio dell'organizzazione del lavoro e delle modalità con cui viene eseguito, lo sviluppo di un metodo operativo migliorato e la sua implementazione in azienda.

Il seminario fornirà le nozioni teoriche di base relative ai concetti di produttività ed efficienza.

PROGRAMMA

Il magazzino moderno

- Efficienza e produttività
- I principali indicatori (KPI) da controllare
- Le risorse da ottimizzare in magazzino
- Principi di lean warehousing (alcuni esempi)

La logistica e l'analisi Tempi e Metodi

- Il magazzino
- I principali processi da analizzare
- Ridurre gli sprechi in magazzino
- Studio dei Tempi
- Studio dei Metodi
- Sistemi premianti
- Le competenze necessarie per svolgere lo studio

Come svolgere l'Analisi Tempi e Metodi

- La selezione dell'attività
- La descrizione dell'attività
- Definire il dettaglio dello studio
- Le tecniche di osservazione
- Il foglio di rilievo
- L'analisi dei dati
- Individuazione dei tempi morti
- Migliorare le fasi a valore aggiunto
- Individuazione relazione tempo attività
- La scelta del metodo migliore
- Applicare il nuovo metodo

Casi aziendali

- Applicazioni reali di studio Tempi e Metodi

OBIETTIVI

- Fornire gli elementi per acquisire una preparazione essenziale in materia di analisi del lavoro
- Definire un metodo di analisi
- Descrivere tecniche e tecnologie impiegabili

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 4 novembre 2020

Orario: 9.00 - 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE06 - Diminuire i costi della logistica distributiva

Come individuare i costi, quantificarli, interpretarli e diminuirli

Rendere più competitivo il proprio magazzino? Ottenere un incremento di produttività? Nonostante molte aziende affermino che ridurre i costi logistici sia una priorità aziendale, in molti casi non conoscono nemmeno a quanto ammontino e come siano articolati. "Misurare la logistica" è indispensabile sia per prendere decisioni consapevoli, soprattutto per determinare il giusto equilibrio fra costi e servizio espresso, sia per avviare un processo di miglioramento continuo. Determinare la struttura del costo ed associarla ad eventi chiave permette di attivare una revisione dei processi finalizzata a migliorare la competitività aziendale. Non è sufficiente rilevare ed analizzare in modo saltuario ma bisogna realizzare un sistema efficace, affidabile ed economico.

PROGRAMMA

I costi della logistica distributiva

- Supply Chain, logistica, distribuzione fisica e l'azienda moderna
- L'incidenza dei costi della logistica distributiva sul fatturato
- Distribuzione e livello di servizio: una sfida che bisogna vincere

Il network distributivo

- Nodi ed archi (ruolo e relazioni) della struttura distributiva
- Strutture monolivello e multilivello
- I principali driver di costo e le relazioni tra di loro

Articolazione dei costi della distribuzione fisica

- Naturale classificazione dei costi
- L'ABC costing (importazione ed esempi)
- Possibili articolazioni dei costi
- Le prassi collaborative di filiera per la riduzione dei costi

I costi di magazzino

- Individuazione e classificazione
- I costi di housing e i costi di handling (esempi di calcolo)
- Le principali leve per la riduzione dei costi: innovazione e miglioramento continuo
- Dove intervenire

I costi delle scorte

- Le componenti e la valorizzazione dei costi di mantenimento
- I principali indicatori da tenere sotto controllo
- La previsione della domanda e gli strumenti IT per migliorare

I costi dei trasporti

- L'audit dei trasporti per conoscere le proprie necessità e individuare i punti di debolezza
- L'analisi dei costi e della tariffa attuali
- Come impostare un tender per ottenere dei risparmi
- L'impiego di strumenti informatici per la riduzione dei costi

Monitorare i costi e le prestazioni della distribuzione

- La misurazione e il reporting: importanza e loro evoluzione
- La costruzione di un Sistema di controllo dei costi e delle performance (KPI)
- La struttura e l'articolazione dei report (fonte dei dati ed esempi)

OBIETTIVI

- Identificare i costi e i principali driver
- Relazionare i costi alle prestazioni
- Identificare le principali azioni per la riduzione dei costi logistici

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 29 ottobre 2020

Orario: 9.00 - 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE07 - L'organizzazione del posto di lavoro: le 5s e la gestione a vista

Un corso operativo per la gestione a vista ed il mantenimento degli standard di efficacia, efficienza, ordine e pulizia.

Per il miglioramento dell'ordine e pulizia sul posto di lavoro, la metodologia di riferimento è quella delle 5S (Five S), messa a punto in Toyota. Attraverso l'adozione delle 5S e del principio "un posto per ogni cosa ed ogni cosa la suo posto" e sviluppando le diverse forme di gestione e comunicazione a vista, si possono ottenere vantaggi concreti in termini di miglioramento dell'efficienza e qualità operativa.

PROGRAMMA

Introduzione all'approccio 5S

- Perché applicarlo
- Quando applicarlo
- Dove applicarlo
- Come applicarlo

Le 5 S: il percorso operativo da seguire

- Seiri: Separare
- Seiton: Sistemare
- Seiso: Pulire
- Seiketsu: Standardizzare

Shitsuke: Seguire le regole

La gestione a vista (GAV) sul posto di lavoro

- Differenze tra comunicazione tradizionale e GAV
- Perché la GAV sul posto di lavoro
- Tecniche e strumenti di applicazione della GAV sul posto di lavoro
- Esempi di applicazione della GAV

Esercitazione: l'applicazione delle 5S nella propria azienda

OBIETTIVI

- Fornire le conoscenze sugli approcci e le tecniche per ottenere e mantenere un posto di lavoro ordinato e pulito, senza sprechi e dove potremo avere "un posto per ogni cosa ed ogni cosa al suo posto"

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 17 settembre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE08 - Come progettare un magazzino moderno

Metodi, idee ed esperienze

Rendere più competitivo il proprio magazzino? Ottenere un incremento di produttività nonostante molte aziende affermino che ridurre i costi logistici sia una priorità aziendale, in molti casi non conoscono nemmeno a quanto ammontino e come siano articolati. "Misurare la logistica" è indispensabile sia per prendere decisioni consapevoli, soprattutto per determinare il giusto equilibrio fra costi e servizio espresso, sia per avviare un processo di miglioramento continuo.

Determinare la struttura del costo ed associarla ad eventi chiave permette di attivare una revisione dei processi finalizzata a migliorare la competitività aziendale.

PROGRAMMA

Quali sfide per il magazzino moderno? Tendenze e obiettivi

- La definizione di magazzino
- Il mercato come influenza il magazzino
- Le tendenze per i prossimi anni

Il progetto del magazzino

- Un corretto approccio al problema
- Metodo e fasi del progetto
- I dati: ricerca, elaborazione, risultati
- Gli errori da non commettere

L'Audit

- Gli obiettivi dell'audit
- Il metodo e i punti da analizzare

Lo Studio di Fattibilità

- Le fasi progettuali
- I dati: ricerca, elaborazione, risultati
- Sviluppo soluzioni alternative
- Scelta della soluzione ottimale

Il Progetto di Dettaglio

- Le risorse coinvolte
- Le tempistiche
- Principali attività e deliverables
- La simulazione dinamica

Gli acquisti

- La scelta dei fornitori
- Il capitolato tecnico per la richiesta d'offerta
- La tabulazione tecnica ed economica

Management della realizzazione

- La realizzazione del progetto: risorse, temp, qualità
- Il collaudo in fabbrica (FAT)
- Il cantiere e i montaggi
- L'avviamento
- I collaudi sul sito di installazione (SAT)

Miglioramento continuo

- Dall'eliminazione sprechi alla Lean Warehousing
- L'organizzazione in magazzino e le risorse umane
- Analisi tempi e metodi e mappature

OBIETTIVI

- Fornire elementi conoscitivi e metodologici legati all'organizzazione, alle tecnologie, alla realizzazione e alla messa in esercizio del magazzino
- Simulare alcune fasi di progettazione magazzino

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 22 ottobre 2020

Orario: 9.00 - 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE09 - Miglioramento rapido in produzione: quick kaizen

Approccio innovativo ispirato a principi e tecniche di Lean Production e TPS

Il Quick Kaizen è un approccio innovativo per raggiungere miglioramenti rapidi nell'ambito dei processi produttivi. Tale approccio si ispira ai principi della "Lean Production" ed alle tecniche di miglioramento facenti parte del modello "Toyota Production System". Le caratteristiche di questo nostro approccio, sono: analisi veloci finalizzate alla identificazione degli sprechi e delle attività non a valore aggiunto; focalizzazione su interventi operativi di miglioramento; utilizzo di risorse dedicate al miglioramento; interventi di formazione "on the job".

PROGRAMMA

Il processo di miglioramento in azienda e le metodologie più utilizzate

- Il processo di miglioramento aziendale
- Le metodologie di miglioramento più utilizzate (PDCA, DMAIC, ecc.)
- Le tecniche e gli strumenti per il problem solving
- La rivoluzione "lean" ed il suo impatto sui processi di miglioramento aziendale

Il miglioramento rapido in ottica "lean": l'approccio Quick Kaizen

- Le caratteristiche dell'approccio Quick Kaizen
- Le 5 fasi operative di un progetto Quick Kaizen
- L'organizzazione e preparazione del progetto:
 - individuare le possibili aree di intervento
 - definizione macro-obiettivi del progetto (es. riduzione tempi di attrezzaggio, riduzione scorte e spazi, riduzione scarti e difettosità prodotto, ecc.)
 - definizione dell'organizzazione e delle modalità operative del progetto (scelta del team, individuazione team leader, linee guida e vincoli)
 - predisposizione del meeting point e preparazione della fase realizzativa
- La realizzazione del progetto (settimana kaizen)
 - programma operativo della settimana kaizen
 - analisi del processo attuale ed individuazione delle inefficienze e sprechi nel processo
 - analisi delle cause
 - individuazione delle soluzioni

- definizione dei nuovi standard operativi
- Reporting e Follow up
- monitoraggio dei risultati
- come consolidare ed estendere il miglioramento in azienda.

Gli aspetti chiave da considerare per ottenere un miglioramento rapido dei processi produttivi

- Il commitment e la condivisione degli obiettivi e dei risultati attesi
- La focalizzazione delle persone
- La formazione sulle metodologie e tecniche da utilizzare
- Il coordinamento dell'azione di miglioramento
- La gestione a vista come forma di comunicazione

Lavoro di gruppo: l'impostazione di un progetto

OBIETTIVI

- Condividere le logiche con cui organizzare il processo di miglioramento in produzione coerentemente con i principi della "lean production"

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 6 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE10 - Lean production

Modello per ottenere importanti miglioramenti di costi e prestazioni

La competitività di un'impresa industriale é oggi sempre più legata alla sua capacità di reagire ai cambiamenti del mercato e dei clienti ed alla sua rapidità di attuare progetti di innovazione e miglioramento continuo del proprio sistema logistico-produttivo.

Il modello della "Lean Production" si basa su un importante principio: effettuando un'analisi accurata del flusso e del tempo di attraversamento dei prodotti emergeranno gli sprechi e le attività non a valore aggiunto da eliminare. L'eliminazione di questi sprechi ed il relativo miglioramento dell'efficienza del flusso produttivo, porterà l'Azienda ad ottenere importanti miglioramenti in termini di costi e prestazioni del processo produttivo.

PROGRAMMA

Gli obiettivi e le priorità per la "Lean Production"

- Gli obiettivi della Lean Production
- Le tre priorità operative:
 - sincronizzare il flusso produttivo con la domanda del cliente
 - ridurre il tempo di attraversamento dei prodotti
 - individuare ed eliminare le attività non a valore aggiunto (sprechi)

Lavoro di gruppo: gioco/simulazione finalizzata a comprendere e sperimentare concretamente i vantaggi della produzione continua ed il suo impatto sulla riduzione del WIP e sull'efficienza complessiva di un processo.

L'analisi del processo produttivo attuale e la valutazione del Lead Time

Gli strumenti di analisi del flusso produttivo:
i diagrammi di flusso e il Value Stream Map

Lavoro di gruppo: Analisi di un flusso produttivo finalizzata a quantificare il tempo totale di attraversamento di un prodotto ed individuare le possibili aree di miglioramento dell'efficienza di flusso.

Gli sprechi da eliminare per la "Lean Production"

- La classificazione degli sprechi, i 7 muda: produzione anticipata, tempo, scorte...

Le tecniche e gli strumenti "lean" per eliminare gli sprechi

- KANBAN: come tirare e livellare il flusso produttivo
- SMED: come raggiungere cambi produzione rapidi
- TPM: come mantenere gli impianti/attrezzature nelle condizioni ottimali
- 5S: come garantire ordine e pulizia sul posto di lavoro (un posto per ogni cosa ed ogni cosa al suo posto)
- VISUAL MANAGEMENT: come garantire una comunicazione efficace sul posto di lavoro
- MISTAKE PROOFING: come prevenire ed impedire gli errori sul posto di lavoro

Lean Performance Indicators

- Gli indicatori da tenere sotto controllo per la Lean Production
- Come impostare un monitoraggio efficace del processo di sviluppo della Lean Production in azienda

Lean Organization (cenni)

- Come cambia il modello organizzativo di produzione con l'introduzione dei principi della Lean Production

OBIETTIVI

- Fornire ai partecipanti la conoscenza generale dei principi e delle tecniche di base per un'efficace implementazione di un modello di "Lean Production";
- Comprendere l'applicabilità di queste tecniche

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 23 settembre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE11 - Outsourcing: come gestire in modo efficace la gara d'appalto

Vantaggi e rischi di una scelta strategica

L'outsourcing logistico è una scelta strategica che comporta la valutazione dei vantaggi e dei rischi legati all'esternalizzazione di un fattore riconosciuto ormai come critico per il successo in un mercato spesso saturo, livellato dal punto di vista della qualità del prodotto ed estremamente aggressivo sul fronte dei prezzi.

Tuttavia esistono elementi di rischio da non sottovalutare, che richiedono pertanto una metodologia di supporto alla realizzazione di una soluzione di successo.

PROGRAMMA

Cos'è la terziarizzazione: quando, come, perché terziarizzare

- L'evoluzione del mercato e della logistica
- Il mercato della logistica conto terzi
- Outsourcing: vantaggi e rischi
- L'impresa snella
- Forme di terziarizzazione e innovazione: Commodity Outsourcing e Strategic Outsourcing

Conoscere i propri costi

- L'entità dei costi logistici
- La struttura dei costi logistici: housing, handling e trasporto
- Individuare i driver di costo
- Come calcolarli
- Confrontare i propri costi con quelli di una 3PL

Conoscere il servizio e le necessità effettive

- Strategie di costo e servizio
- Il servizio programmato, atteso e realizzato
- Le aspettative del cliente

La selezione del partner logistico

- Il percorso metodologico e le scelte di fondo
- I documenti per la scelta
- La struttura della tariffa e i requisiti della tariffa
- La definizione dei Service Level Agreement (SLA)
- La scelta della rosa delle 3PL da coinvolgere
- L'audit dei fornitori e dei siti proposti
- Qualità degli strumenti utilizzati dall'operatore

logistico per pianificare, eseguire e controllare le operazioni

- Tabulazioni e scelta del partner

Attivazione e manutenzione del processo di outsourcing

- Fasi e pianificazione delle attività di trasformazione
- Definizione delle interfacce informatiche
- Il controllo delle prestazioni
- Il miglioramento continuo

Casi Aziendali

OBIETTIVI

Rispondere concretamente a quesiti quali:

- Outsourcing logistico: quando conviene?
- Terziarizzazione o partnership?
- Come selezionare il fornitore?
- Come e quali prestazioni monitorare?

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 12 novembre 2020

Orario: 9.00 - 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE12 - Ridurre i costi di trasporto

Raggiungere gli obiettivi attraverso una metodologia efficace e strumenti adeguati

Le tradizionali modalità di gestione del trasporto, basate sulla leva della contrattazione coi fornitori per spuntare prezzi più bassi, non sono più in grado di produrre ulteriori risparmi. Il prezzo dei carburanti, le crescenti aspettative oggettive e soggettive di servizio da parte dei Clienti, la complessità del mercato di fornitura ed i recenti interventi normativi tenderanno a far crescere l'incidenza dei costi del trasporto, che attualmente rappresentano la quota più significativa dei costi logistici. Una innovativa gestione del trasporto impone un continuo aggiornamento delle metodologie e degli strumenti per la definizione dell'assetto logistico ottimale, per la corretta articolazione del piano tariffario, per il controllo dei costi e del servizio erogato.

PROGRAMMA

La logistica e l'evoluzione del mercato

- Evoluzione del mercato
- I fattori critici per le aziende
- Le strategie di costo e di servizio

L'autotrasporto

- Le caratteristiche dell'attività di autotrasporto
- Gli elementi definitori
- Le caratteristiche e le tipologie degli automezzi

La definizione dell'assetto logistico

- Gli obiettivi del network distributivo
- Costi Vs livello di servizio nella progettazione del network
- Le tipologie di reti
- Esempi e casi aziendali

Come effettuare un tender

- La scelta del fornitore
- Le fasi del progetto
- Gli errori da non commettere
- Esempi e casi aziendali

Il controllo dei costi e del servizio

- Perché misurare?
- Il ciclo di controllo
- Fattori di costo e di servizio da misurare nei trasporti
- Realizzazione di un cruscotto dei trasporti
- Esempi e casi aziendali

Gli strumenti software per l'organizzazione dei trasporti

- Transportation Management System
- Software per l'ottimizzazione delle percorrenze
- Intelligent Transportation System
- Altri sistemi di supporto

La green logistics

OBIETTIVI

Rispondere ai quesiti:

- come calcolare, prevedere e consuntivare i costi di trasporto?
- quali sono gli strumenti per la pianificazione, il monitoraggio ed il controllo del servizio?

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 5 novembre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE13 - Come assegnare un appalto ad una cooperativa di servizi logistici

Aspetti giuridici, modalità operative, mezzi d'opera, sicurezza e prestazioni

Il seminario è destinato ad illustrare agli operatori del settore, qualunque sia il loro ruolo nella filiera dell'appalto (committenti, appaltatori o subappaltatori), un quadro normativo e di casistica concreta utile alla corretta gestione dell'appalto, sia sotto il profilo squisitamente giuridico - e, in particolare, giuslavoristico - che da un punto di vista pratico.

PROGRAMMA

Le cooperative: aspetti civilistici

- Definizione, natura e finalità delle cooperative
- La figura del socio lavoratore: le vicende del rapporto di lavoro e del vincolo associativo - la Legge n. 142/2001
- Segue, la figura del socio lavoratore: gli orientamenti giurisprudenziali anche alla luce del nuovo "rito Fornero"

L'appalto: aspetti civilistici

- Gli elementi costitutivi: i soggetti, la causa, l'oggetto e la forma
- La differenziazione con le altre fattispecie giuridiche: le conseguenze
- Le modalità di esecuzione ed il regime di responsabilità
- Lo scioglimento

L'appalto: aspetti giuslavoristici

- L'organizzazione dei mezzi e delle risorse - gli appalti "labour intensive"
- La gestione ed il rischio di impresa
- Gli appalti endoaziendali
- Le vicende dell'appalto: il subappalto e la terzizzazione
- Indici di "genuinità" dell'appalto: la posizione del Ministero del Lavoro e gli orientamenti giurisprudenziali
- Le conseguenze dell'appalto illecito
- Le conseguenze dell'appalto lecito: il nuovo

regime di responsabilità del committente, dell'appaltatore e del subappaltatore sotto il profilo retributivo, contributivo e fiscale

L'appalto: la sicurezza

Come si costruisce un contratto di appalto

- La verifica della professionalità e serietà dell'appaltatore
- La corretta identificazione dell'oggetto
- La corretta determinazione del corrispettivo
- Le modalità di gestione dell'appalto e del subappalto
- Le garanzie: la compensazione, la fideiussione e la clausola di manleva, tra efficacia ed opportunità

La sicurezza nell'appalto

Come impostare il Service Level Agreement

- KPI: individuazione e caratteristiche
- La clausola premi e penali
- Controllo delle prestazioni

OBIETTIVI

- Fornire strumenti necessari a gestire i rapporti contrattuali nell'ambito dell'appalto
- Fornire gli strumenti necessari a gestire i rapporti con il personale impiegato nell'appalto.

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 28 ottobre 2020

Orario: 9.00 - 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE14 - Guidare e orientare la logistica attraverso il controllo di gestione

Monitorare e migliorare la logistica attraverso le tecniche di controllo di gestione

Ogni azienda ha la vitale necessità di governare la propria gestione sia da un punto di vista operativo che economico. La declinazione delle principali tecniche di controllo di gestione all'area funzionale logistica offre la grande opportunità di comprendere le implicazioni economiche finanziarie dell'operatività logistica, di installare quindi un sistema di controllo volto al monitoraggio e alla valutazione dell'operatività e, contestualmente, di sfruttare l'effetto "leva" verso il miglioramento delle performance che le medesime tecniche possono garantire.

PROGRAMMA

Il controllo delle scorte

- I costi delle scorte
- Business case: keep or scrap?
- Gli indici di gestione delle scorte: da indicatore di performance a strumento previsionale e di monitoraggio

Controllo dei Costi e cash generation

- Il posizionamento dei costi logistici nel conto economico
- Costi diretti e indiretti, fissi e variabili
- Il ruolo della logistica nel cash generation
- L'ABC dei flussi logistici

Il budget logistico distributivo

- Alcuni strumenti: analisi serie storiche / trend / stagionalità / interpolazione
- Costruzione di un budget logistico distributivo
 - Presentazione di un business case e suo svolgimento
 - Identificazione dei cost driver e loro validazione
 - La formulazione del modello di budget
 - La riconciliazione del dato actual
 - Principali criticità dei modelli ed eventuali rettifiche

La valutazioni delle performace della propria struttura logistica

- La balance scored card nella supply chain
 - La prospettiva del cliente
 - La prospettiva dei processi interni
 - La prospettiva dell'innovazione e dell'apprendimento
 - La prospettiva finanziaria
- L'impatto delle decisioni logistiche sulle prestazioni finanziarie di un'impresa

Il controllo interno nella funzione logistica

- Dalla mappatura dei processi alla identificazione dei controlli
- Detective control e preventive control
- Business case: il control framework nella gestione del magazzino prodotto finito

OBIETTIVI

- Comprendere le implicazioni economico/ finanziarie delle transazioni logistiche
- Identificare gli strumenti più utili alla propria struttura logistica
- Costruire e riconciliare un budget distributivo

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 4 novembre 2020

Orario: 9.00 - 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE15 - Logistica per l'e-commerce

Pianificare le operations distributive per supportare un canale di vendita in tumultuoso sviluppo

Le vendite on line continuano a crescere a doppia cifra sia in Italia che nel mondo. Tutte queste vendite riguardano beni tangibili, che devono essere acquistati, gestiti in magazzino, prelevati, confezionati e poi trasportati. Grazie a più di 20 anni di esperienza di vendite "dirette", analizzeremo le caratteristiche e specificità del commercio elettronico, approfondiremo gli aspetti logistici, discutendone le varie scelte possibili e le migliori strategie adottabili; vedremo come misurare le performances, la customer satisfaction e come ridurre i costi di gestione.

PROGRAMMA

La logistica e l'evoluzione del mercato e-commerce

- Evoluzione del mercato
- Definizione di «e-commerce»

Il processo d'acquisto via Internet

- Il Customer Journey
- Il processo d'acquisto
- Il modello di Kano
- Il ruolo della logistica
- L'ordine la spedizione e consegna
- Il reso la sostituzione il rimborso

I fattori chiave logistici per un e-commerce di successo

- L'approvvigionamento e disponibilità merce
- Il magazzino: efficacia ed efficienza
- La consegna delle merci
- La logistica inversa

Come impostare una strategia distributiva per e-commerce

- Individuare e calcolare i principali KPI ed i driver di costo tipici del canale
- Gli obiettivi del network distributivo
- Le tipologie di reti: esempi e casi aziendali
- Quando, come e perché terziarizzare

Come avere sempre prodotti disponibili

- La classificazione ABC e suoi utilizzi
- Il processo di previsione e pianificazione della domanda
- Utilizzare le informazioni di marketing per il demand planning

- La forecast accuracy: come ridurre gli errori di previsione
- Monitorare gli indici prestazionali di scorte

Come fare un picking da e-commerce e ... sopravvivere

- Come affrontare il progetto di un magazzino per l'e-commerce
- I principali dati di progetto per un'analisi esaustiva
- Tipologie di Prelievo: per ordine, massivo, per batch
- Uomo alla merce vs. merce all'uomo, sistemi misti
- Le attività complementari al picking l'imballaggio
- I sistemi informativi e il WMS

Come pianificare e gestire il trasporto

- Evoluzione del sistema di consegna
- Punto di consegna vs punto di ritiro
- La scelta del fornitore e del servizio che può offrire
- Le voci di costo di trasporto: la tariffa e i costi accessori
- Integrazione informatica con i corrieri
- I KPI da monitorare

La reverse logistic croce e delizia dell'e-commerce

- La reverse logistic
- Le normative esistenti e le condizioni contrattuali
- Gestione delle richieste e organizzazione di raccolta dati
- Gestione della merce resa e reporting

OBIETTIVI

- Comprendere le logiche di acquisto e vendita del canale on line
- Come impostare una strategia e-commerce
- Gestire e pianificare il trasporto

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 22 ottobre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE16 - L'analisi delle scorte

Le tecniche per valutare ed ottimizzare le vostre scorte di magazzino

È necessario saper vedere i propri immobilizzi di magazzino secondo tanti specifici punti di vista e misurare in modo oggettivo e sistematico, lo sforzo profuso (costo degli immobilizzi, costo degli acquisti) e i risultati effettivamente conseguiti.

Scopo di questo workshop è fornire gli strumenti da utilizzare nell'operatività quotidiana per la corretta valutazione e per indirizzare, quindi, gli interventi di miglioramento.

PROGRAMMA

Le scorte: funzioni e costi correlati

Gli strumenti per il controllo delle scorte

- Indici di rotazione e copertura dello stock
- Analisi ABC degli articoli (legge di Pareto)
- Le matrici di analisi ABC incrociate "scorte/fatturato"
- Le matrici di analisi ABC-XYZ: "scorte/frequenza della domanda"
- L'utilizzo di sw di Business Intelligence per l'analisi

La gestione delle scorte: modelli e politiche

- Classificazione delle politiche di gestione delle scorte
- Analisi delle logiche gestionali push/pull
- Modello a punto fisso di riordino
- Modello di riordino ad intervalli fissi
- Scorte di sicurezza e livello di servizio

Casi di studio

OBIETTIVI

- Correlare l'efficacia (livello di servizio) all'efficienza (costi) nella gestione delle scorte
- Identificare i principali parametri (KPI) - strategici ed operativi - da tenere sotto controllo
- Identificare un modo "razionale" per determinare il livello ottimale delle scorte

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 18 novembre 2020

Orario: 9.00 - 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE19 - L' addetto di magazzino

Concetti base dei processi logistici

L'introduzione di tecnologie sofisticate e l'enfasi posta su efficienza e livello di servizio comportano una sempre più necessaria qualificazione di coloro che con esse quotidianamente hanno a che fare. Per non vanificare quindi gli investimenti nella tecnologia, diventa fondamentale per l'azienda una adeguata formazione dell'addetto di magazzino. Oltre all'analisi delle nuove mansioni, dei problemi inerenti all'hardware e al software, questo corso affronterà anche i temi relativi al rispetto della qualità nel magazzino e delle norme di sicurezza. Il seminario, darà ampio spazio ad esempi pratici, a video e ad esercitazioni.

PROGRAMMA

Il flusso logistico e attività di magazzino

- L'evoluzione della logistica: dal magazzino alla supply chain
- Il ruolo del magazzino nella catena logistica
- Il magazzino ai raggi X
- La gestione del magazzino ed i suoi obiettivi

Conoscere bene le aree del magazzino

- Le aree di magazzino interne
- Le aree di magazzino esterne
- Suddivisione dell'area di stoccaggio e di prelievo secondo la logica ABC
- I flussi all'interno del magazzino

Le attrezzature all'interno del magazzino

- Apparecchi di sollevamento
- Attrezzature per l'area di carico/scarico camion
- Chiusure industriali
- Carrelli elevatori e loro attrezzature
- Convogliatori e sistemi di trasporto e Scaffalature
- Impianti di stoccaggio e di prelievo automatici
- Pallet, contenitori e cassette
- macchine e accessori per area imballo

Gli strumenti informatici a supporto del magazzino

- L'identificazione automatica
- I sistemi di trasmissione dati
- I terminali
- I software per la gestione operativa del magazzino

L'importanza dell'addetto nel magazzino moderno

- Gli obiettivi dell'azienda e gli obiettivi individuali
- La tensione al miglioramento continuo

I processi operativi: le attività di magazzino e le regole per non commettere errori

- Le attività all'interno del magazzino
- Le regole per essere buon magazziniere
- Come non commettere errori

L'importanza dell'organizzazione del lavoro

- L'organigramma e il mansionario
- Le procedure: un aiuto per le attività di tutti i giorni
- La sicurezza e l'ergonomia del lavoro
- Gli infortuni in magazzino e le relative cause
- Il corretto utilizzo dei mezzi di lavoro
- La sicurezza antinfortunistica
- L'importanza dell'ergonomia

OBIETTIVI

- Chiarire la funzione degli addetti all'interno del processo
- Focalizzare i possibili inconvenienti della operatività

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 22 settembre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE20 - Gestione dei rapporti di lavoro del personale (diretto e indiretto) nell'ambito della supply chain

Il modello tradizionale dell'appalto alla luce delle nuove recenti normative

L'apporto di lavoro nell'ambito della supply chain è generalmente demandato a terzisti, che operano in regime di appalto, in modo da garantire un'organizzazione quanto più possibile flessibile e specialistica.

PROGRAMMA

Il modello tradizionale dell'appalto

- L'organizzazione del lavoro nell'ambito dell'appalto,
- La responsabilità solidale nell'appalto
- La somministrazione irregolare di manodopera
- L'esternalizzazione

Il Jobs Act ed i Decreti Attuativi

Il Decreto Legislativo 23/2015

- Il contratto a tutele crescenti
- L'offerta di conciliazione

Il Decreto Legislativo 81/2015 ed riordino della disciplina dei contratti di lavoro:

- Il contratto a tempo determinato
- Il contratto di somministrazione
- Il contratto di lavoro part time
- La nuova disciplina sulle mansioni

Conclusioni

OBIETTIVI

- Fornire una panoramica sui nuovi istituti contrattuali introdotti dal job act

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 5 novembre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE21 - Metodi e strategie per migliorare il processo di acquisto

Il ruolo del buyer e le competenze chiave nel processo di acquisto

Gestire il processo di acquisto in maniera strutturata implica la definizione del corretto approccio alla negoziazione, il completamento di analisi economiche finanziarie, la comprensione di come chiudere e formalizzare l'accordo con i fornitori. Finalità del corso è quella di fornire una panoramica sulle diverse prospettive e capacità che il buyer deve possedere e coltivare per poter gestire il processo di approvvigionamento in maniera adeguata, sempre più efficace ed in linea con le difficoltà sempre crescenti di diversi mercati.

PROGRAMMA

Definire lo scopo della strategia di acquisto e

l'analisi del portfolio fornitori

- Le differenti fonti dei dati
- Identificare i differenti Stakeholder
- L'analisi del portfolio fornitori
- L'analisi economico/finanziaria dei fornitori
- L'analisi delle preferenze del fornitore

Identificare e testare la strategia

- Esiste un solo prezzo?
- La costruzione del prezzo di acquisto
- Approccio tattico o approccio strategico alla politica dei prezzi?

Finalizzare/contrattualizzare l'accordo

- Differenti tipologie di negoziazioni
- L'implementazione di una negoziazione: dalla preparazione alla chiusura
- La stesura del contratto

Implementazione degli accordi/relazione con i fornitori

- Misurare la qualità del rapporto con i fornitori
- Il confronto tra la relazione "ideale" e quella "reale" con il fornitore

OBIETTIVI

- Definire la migliore strategia di acquisto
- Apprendere le tecniche di analisi dei fornitori
- Apprendere le varie tipologie di negoziazione e le differenti tattiche/strategie negoziali

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 30 settembre 2020

Orario: 9.00 – 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

LE22 - Tempi e metodi per l'industrializzazione

Studio delle metodologie di lavoro

Troppo spesso si pensa solo ai "Tempi" quando questi non sono che una diretta conseguenza dei "Metodi", sia degli operatori diretti che dei servizi aziendali. Uno studio delle metodologie, partendo dalla Preventivazione, passando dalla Progettazione, Industrializzazione, Tempi e Metodi, Controllo Qualità, Produzione, Servizi ed arrivando alla Consuntivazione.

PROGRAMMA

Nascita dei "Tempi e Metodi"

Definizione di:

- Produttività
- Efficienza
- Metodo

Attività dell'Ufficio Tecnico:

- Progettazione
- Prototipazione
- Test di Qualità
- Costificazione

I quattro documenti indispensabili:

- Scheda Tecnica
- Scheda di Metodo
- Scheda di Qualità
- Distinta Base

Lancio in Produzione

Tempi e Metodi:

- Sequenza operazioni
- Flusso dei materiali
- Utensili ed attrezzature
- Posto di lavoro

Definizione del Ritmo di lavoro

Valutazione della Saturazione:

- Metodo cronometrico
- Work sampling o rilevazioni istantanee

Fattori di maggiorazione:

- Affaticamento
- Necessità fisiologiche
- Ambiente di lavoro

Il concetto di Tempo

Tecniche di Preventivazione:

- Rilevazione cronometrica
- Tempi predeterminati
- Parametrica

Tempi di "Setup" o Cambio di produzione

OBIETTIVI

- Invitare i partecipanti all'organizzazione del Lavoro secondo la logica del: "Se misuro conosco e se conosco gestisco"

SEDE - DATA - COSTI

Milano - 4 novembre 2020

Orario: 9.00 - 18.00

QUOTA EURO 400,00 + IVA

Include il materiale didattico, coffee break e light lunch

SCHEDA DI ISCRIZIONE

Spedire via email o via fax la seguente scheda di iscrizione debitamente compilata.

Seminario:
Rif.: Data: Quota di partecipazione:+ IVA

Desideriamo iscrivere il seguente partecipante:

Nome Cognome
Funzione.....
Cellulare - E-mail (a cui verrà inviata conferma/informazioni).....
Nominativo/Funzione/E-mail che autorizza l'iscrizione

Azienda (alla quale intestare la fattura):

Ragione Sociale.....
Settore di attività

Indirizzo..... Cap.....
Città..... Prov.

Tel. Fax

E-mail amministrativa.....

Partita IVA Cod. Fisc.

Indirizzo al quale inviare la fattura (se diverso dalla sede legale)

Ragione Sociale.....
Indirizzo..... Cap.....
Città..... Prov.

MODALITÀ D'ISCRIZIONE

Posta MLC CONSULTING S.R.L. - Segreteria Corsi
Via Stilicone 12 - 20154 Milano
Part.Iva/Cod. Fisc. 04914830965
Tel. 0233220352
Fax 0273960156
E-mail contatti@mlcconsulting.it
Web <http://www.mlcconsulting.it>

SEDE E ORARI DEI SEMINARI

I seminari, salvo diversa indicazione, si terranno a Milano dalle ore 09:00 alle 17:30; sette giorni prima della data prevista verrà inviata e-mail di conferma. Qualora non venisse raggiunto il numero dei partecipanti necessario vi verrà comunicata per iscritto la sospensione o il rinvio del Seminario.

MODALITÀ DI REVOCA

La revoca, deve essere comunicata per iscritto alla MLC Consulting SRL entro otto giorni dalla data del seminario; in caso contrario verrà fatturata l'intera quota di iscrizione. Eventuali modifiche al nominativo del partecipante saranno sempre accettate se comunicate prima dell'inizio del corso. La cancellazione o il rinvio del seminario da parte di MLC, per qualsiasi causa, determinerà la sola restituzione delle quote di iscrizione già pervenute.

Ai sensi dell'art. 1341 Cod. Civile approvo espressamente la clausola relativa alla disdetta.

MODALITÀ DI PAGAMENTO

La quota deve essere versata all'atto dell'iscrizione e comprende: materiale didattico, coffee break, colazione di lavoro. Il versamento può essere effettuato secondo le modalità di seguito indicate ed intestato a MLC CONSULTING S.R.L..

Bonifico intestato a MLC CONSULTING SRL

UBI BANCA SPA

Via Ezio Biondi 1 - 20154 MILANO (MI)
IBAN IT96A03111 01651 000000010264
BIC BLOPIT22

Allegato assegno intestato a MLC Consulting SRL

Timbro/Firma

ADEGUAMENTO GDPR - UE 2016/679

La nostra società MLC Consulting Srl, con sede a Milano in Via Stilicone 12 e proprietaria dei portali LogisticaEfficiente.it e Sviluppomanageriale.it, è fortemente impegnata nel tutelare i dati trattati e crede che sia importante dare l'opportunità ai propri utenti di essere informati su iniziative, offerte e proposte che MLC Consulting Srl realizza, ma crediamo anche che sia doveroso rispettare la privacy degli utenti che non vogliono più ricevere informazioni. Per questa ragione e in ottemperanza al nuovo regolamento sulla privacy ti segnaliamo che puoi cancellare in qualunque momento i tuoi dati cliccando semplicemente sul link di disiscrizione posto qui sopra. Tale procedimento comporterà la cancellazione del tuo indirizzo email dal database utilizzato per inviarti la presente comunicazione. Se invece intendi cancellare completamente i tuoi dati o averne notizia, puoi contattarci a privacy@mlcconsulting.it.

Timbro/Firma



Per info e iscrizioni: Tel 0233220352 - Fax 0273960156

*LogisticaEfficiente.it e SviluppoManageriale.it
sono marchi di MLC Consulting Srl - Milano*