

# 2026 | CATALOGO formazione

**MLC** consulting

Per info e iscrizioni: Tel 02 33220352

*SviluppoManageriale.it*

*è un marchio di MLC Consulting Srl - Milano*



**SVILUPPO  
MANAGERIALE**  
WWW.SVILUPPOMANAGERIALE.IT



## Chi siamo

**Sviluppo Manageriale è una società specializzata nella Formazione** per le aziende che credono nell'importanza dello sviluppo delle proprie Risorse, investendo sulla loro crescita. Lavoriamo insieme alle Persone per sviluppare le loro competenze e migliorare la loro sfera professionale e personale. Il nostro **Catalogo Corsi, con oltre 50 titoli**, ci consente di proporci come partner specializzato nella realizzazione di seminari interaziendali nelle **principali aree aziendali: Sales, Digital Marketing, Intelligenza Artificiale, Soft Skills, Logistica e Operations.**

Oltre alla formazione a catalogo, offriamo la possibilità di **progettare percorsi formativi contestualizzati "In House" (anche finanziati).** Tutti i nostri corsi infatti possono essere erogati presso la sede del cliente, progettati e realizzati sulle sue specifiche esigenze e in base al suo settore di appartenenza. Non siamo però solo Formazione.

Sviluppo Manageriale propone **interventi ad hoc di miglioramento organizzativo:** percorsi di business coaching, programmi di sviluppo personale per figure professionali, strumenti di assessment,

### **Alcuni dei nostri principali Clienti:**

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

consulenza digital, e metodologie d'intervento esclusive a supporto di qualsiasi realtà aziendale

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.

Crediamo fermamente che lo sviluppo di un'Azienda vada di pari passo con una formazione di qualità che si traduce in un investimento sicuro sulle persone.

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



# La formazione in house

SviluppoManageriale, 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 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:

- **Contenuti**  
Il programma del corso viene personalizzato e “cucito su misura” sulla vostra realtà aziendale con un focus sui vostri reali fabbisogni formativi.
- **Durata**  
A seconda dei contenuti concordati, si deciderà insieme la durata del percorso formativo e come strutturarlo al fine di andare incontro alle esigenze dell'azienda.
- **Metodologie didattiche**  
Il nostro metodo didattico è fortemente interattivo e funzionale ad ogni tematica e tipologia d'aula, sia con un'erogazione da remoto che in presenza. Inoltre con una metodologia blended è possibile integrare l'aula classica con le tecnologie informatiche più innovative a supporto dell'apprendimento.
- **Aspetti organizzativi**  
Verranno concordati la data e gli orari di svolgimento del corso conciliandoli con la disponibilità dei partecipanti e le necessità dell'azienda. I corsi potranno essere organizzati sia da remoto che in presenza o in modalità mista.
- **Esercitazione e case history**  
I nostri interventi formativi sono arricchiti da numerosi esercizi pratici e presentazioni di casi aziendali così da dare l'opportunità di vedere applicato sul campo quello che viene spiegato, trasformando la teoria in pratica.



# La formazione in house

## IL NOSTRO METODO:

- **Analisi preliminare e progettazione dell'intervento**

In questa prima fase, attraverso momenti di confronto con l'azienda, vengono definite le reali necessità formative e gli obiettivi del corso. Si andranno a concordare i contenuti, le aree di apprendimento, le metodologie e gli strumenti che verranno utilizzati.

- **Fase di intervento vera e propria**

È la fase dell'erogazione vera e propria del corso. Il materiale formativo viene presentato e condiviso con i partecipanti, dando particolare spazio a esempi concreti, esercitazioni pratiche e una costante interazione in aula tra i partecipanti e docente.

- **Follow-up**

È la fase in cui si valuta l'efficacia dell'intervento formativo. In questa fase, che può avvenire in una o più riprese, si opera mediante colloqui e questionari che tengono in considerazione sia l'apprendimento specifico strettamente legato alle tematiche del corso, sia quello manageriale che valuta l'effetto sull'organizzazione nel più lungo periodo.

- **Docenti**

I nostri docenti sono tutti Consulenti e Formatori esperti, con pluriennale esperienza nella progettazione di percorsi formativi e gestione dell'aula. Collaboriamo inoltre con figure di Coach Certificati ICF e EMCC per percorsi di sviluppo professionali specifici.

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.

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

Sviluppo Manageriale – Segreteria Corsi

Tel 02 33220352 - [contatti@sviluppomanageriale.it](mailto:contatti@sviluppomanageriale.it)



# Business Coaching

Il business coaching rappresenta lo strumento di elezione a disposizione delle aziende per lo sviluppo professionale dei collaboratori. Il coach è l'esperto del processo che, attraverso la costruzione di una partnership collaborativa, accompagna il cliente a definire con chiarezza i risultati desiderati.

## Esempi di applicazione:

- Sviluppo competenze di leadership e gestione risorse
- Cambio generazionale
- Gestione del cambiamento
- Accompagnamento nuovo ruolo
- Engagement & self-confidence
- Miglioramento della performance
- Miglioramento delle abilità di problem solving e decision making
- Gestione dei conflitti

## I vantaggi per l'azienda:

- Accompagnare i processi di cambiamento individuale e organizzativo
- Migliorare le performance individuali, di team e aziendali
- Supportare il processo di definizione degli obiettivi
- Sviluppare competenze manageriali
- Liberare le potenzialità di persone e gruppi



# Business Coaching

## IL NOSTRO METODO:

- **Costruzione partnership:**  
Analisi dei fabbisogni del Committente (azienda) e del contesto  
Definizione condivisa del piano di lavoro personalizzato
- **Kick off interno:**  
Condivisione del piano d'azione Committente (azienda) / Coach
- **Sessioni individuali:**  
4 sessioni di 90' + sessione finale di chiusura (durata variabile in base alle esigenze e agli obiettivi)
- **Closing:**  
Condivisione dei risultati Committente / Coach / Coachee  
Report finale

L'**obiettivo del business coaching** è accelerare la crescita dell'individuo, consentendo di focalizzare con chiarezza e metodo i **traguardi personali, professionali e aziendali** da raggiungere, e le conseguenti azioni da porre in atto.

Per progettare insieme il corso di formazione più adatto alle vostre esigenze:  
Sviluppo Manageriale – Segreteria Corsi  
Tel 02 33220352 - [contatti@sviluppomanageriale.it](mailto:contatti@sviluppomanageriale.it)



# Elenco dei nostri corsi suddiviso per area

## **SALES** da pag.9

- La vendita al telefono: relazione e strategia
- La vendita di servizi e soluzioni complesse
- La soddisfazione e fidelizzazione del cliente
- Da sales manager a sales coach

## **WEB - MARKETING** da pag. 13

- SEO - Strategie per scalare i risultati dei motori di ricerca
- Acquisire clienti con il digital marketing
- Scrivere per il web e i social network
- I Sales Funnel: strategie digitali di promozione aziendale: il marketing 4.0
- Social Media per il tuo Marketing
- Web Marketing: introduzione e principi base
- La lead generation per le aziende industrial
- Strategie Mirate di Lead Generation per la Supply Chain
- Marketing Digitale: valutare i Risultati con Google Analytics
- Modelli per la creazione di un calendario editoriale per LinkedIn e gli altri social
- Podcast e Digital Marketing: perché e come dare Voce all'azienda
- Wordpress Base (gestire Wordpress dalla A alla Z)
- Creare un ecommerce con Wordpress e Woocommerce
- 

## **INTELLIGENZA ARTIFICIALE** da pag. 26

- L'AI per le vendite e il customer care
- L'AI per il marketing
- Integrare l'AI nei processi aziendali
- Marketing B2B: Personalizzazione e Lead Generation potenziata dall'AI
- ChatGPT per l'uso quotidiano
- Come usare l'AI per fare SEO e content marketing

## **SVILUPPO COMPETENZE** da pag. 32

- Parlare in pubblico Public Speaking
- La negoziazione manageriale: l'importanza dell'intelligenza emotiva
- Problem Solving e decision making
- L'Assistente di Direzione
- Time Management
- La Leadership Emozionale
- Leadership e potere di ruolo
- Metodi di ingaggio e motivazione del team
- La Gestione dei conflitti in azienda
- La Comunicazione Efficace
- La gestione dello stress
- Gestione del team nel cambiamento
- Imparare a delegare efficacemente
- Come condurre riunioni efficaci
- La negoziazione efficace: costruire accordi win-win
- Da Collaboratore a Leader
- Change Management
- Il Feedback efficace

# Elenco dei nostri corsi suddiviso per area

## **LOGISTICA** da pag.50

- Il gestore del magazzino
- Gestione della logistica: fondamentali
- La gestione degli inventari
- Avete KPI logistici? Costruiamoli
- Recuperare efficienza in magazzino attraverso l'analisi del lavoro
- Diminuire i costi della logistica distributiva
- Come progettare un magazzino moderno
- 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
- L'analisi delle scorte
- L'addetto di magazzino
- Metodi e strategie per migliorare il processo di acquisto
- Six Sigma in logistica

## **OPERATIONS** da pag. 64

- Programmazione, schedulazione e controllo avanzamento lavori in produzione
- Controllare e migliorare costi e prestazioni della produzione
- Il responsabile di produzione
- Il responsabile di reparto
- Miglioramento rapido in produzione: Quick Kaizen
- L'applicazione del modello "lean production" nella propria azienda.
- La Value Stream Mapping
- L'organizzazione del posto di lavoro: le 5 S
- TPM: migliorare l'efficienza delle macchine e degli impianti
- Il "Cell Design"
- Il Pull System e il kanban: come semplificare la gestione della produzione e dei materiali
- Tempi e metodi per l'industrializzazione

# SM01 - 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

#### 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

### DATA - COSTI

25 marzo 2026; 14 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM02 - 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
- Definire quale strategia utilizzare per arrivare ad una negoziazione win-win

### DATA - COSTI

7 maggio 2025; 18 novembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM03 - 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

### 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

### DATA - COSTI

27 maggio 2026; 28 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM04 - Da Sales Manager a Sales Coach

## Come migliorare le performance di vendita e massimizzare il potenziale del team attraverso il sales coaching

La figura del Sales Manager è in continua evoluzione. Avere una strategia chiara ed essere un "super-venditore" oggi non è più sufficiente nella sfida quotidiana per mantenere l'equilibrio tra motivazione del team e raggiungimento del risultato. Acquisire le competenze del Sales Coach significa poter utilizzare tecniche e strumenti adeguati per sviluppare e potenziare i talenti della propria squadra commerciale, tradurli in risultati di business e ridurre il turnover all'interno del team.

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

### PROGRAMMA

#### I "basics"

- Da problem-centric a person-centric
- Ascolto attivo e modalità di comunicazione (le domande)
- Feedback – modelli e tecniche di riferimento

#### Integrare efficacemente il sales coaching nell'attività quotidiana

- Il modello G.R.O.W. per le vendite (Goal, Reality, Obstacles & Options, Will).
- Daily management e coaching: differenziare, pianificare e bilanciare
- Esercitazione: elaborazione del piano di coaching su 1 caso reale per partecipante

#### Esercitazione: ritorno esperienza e condivisione best practice

#### La resistenza al cambiamento

- Riconoscere le resistenze: cosa impedisce di cambiare?
- Impatto sul team, gestione e accompagnamento

#### Misurare i risultati e il R.O.I. del sales coaching

- Metriche e indicatori individuali e aziendali
- Dati qualitativi: come raccoglierli

#### Esercitazione: Elaborazione del piano di sales coaching per il proprio team



### OBIETTIVI

- Apprendere tecniche e competenze base del sales coaching
- Analizzare la situazione del team e definire un sales coaching plan personalizzato

### DATA - COSTI

8 e 9 aprile 2026; 1 e 2 ottobre 2026  
Orario: 14:00 – 18:00  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM05 - SEO: strategie per scalare i risultati dei motori di ricerca

## Migliorare il posizionamento on line della tua azienda

Quando si ricerca un servizio o prodotto sui motori di ricerca in rete sappiamo quanto sia importante, ormai quasi necessario, comparire tra i primi risultati. Questo è possibile creando e mettendo in atto una vera e propria strategia SEO: Search Engineering Optimization.

Il corso spiegherà come analizzare la propria posizione sul web e conseguentemente come implementare una strategia SEO dalla scelta delle keywords, fino all'analisi dei risultati.

### PROGRAMMA

#### SEO Audit

- Individuazione dei warning e degli errori importanti nel sito web
- Analisi del posizionamento attuale
- Interpretazione dei dati
- Strumenti da usare
- Analisi della concorrenza

#### Pianificare la strategia SEO

- Ricerca e scelta delle keywords su cui puntare
- Scelta delle strategie in base all'area di business (seo onsite, off site, copy writing, guest post)

#### Inizio del lavoro di SEO

- Cosa serve
- Seo on site
- Seo off site

#### Analisi dei risultati

#### Strategie SEM

- Copy writing
- Piano redazionale
- Guest post

#### SEO avanzato e a lungo termine



### OBIETTIVI

- Capire potenzialità e principi alla base del SEO
- Imparare a pianificare una strategia SEO per la propria azienda

### DATA - COSTI

28 aprile 2026; 21 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM06 - Acquisire clienti con il digital marketing

## Logiche, strategie e strumenti per la lead generation

Ormai per ogni realtà aziendale la presenza sul web è diventata imprescindibile, per questo il digital marketing è parte costitutiva di ogni strategia di marketing che voglia raggiungere risultati.

Il marketing digitale ha tuttavia logiche e strumenti a sè che vanno conosciuti e approfonditi per poterne ricavare il massimo profitto.

Il corso illustra questi elementi discutendo anche diversi case history aziendali.

### PROGRAMMA

#### Concetto di “presenza online”, perchè non si può parlare più solo di “sito web”

- Sito web, canali social, partners, piattaforme
- Email Marketing e Dem
- Sales funnels per profilare al meglio l'offerta
- Campagne Pay-per-click

#### SEO e SEM

- Pay-per-click VS SEO
- Strategie a breve termine e a lungo termine
- Case history (analisi di alcuni casi)



### OBIETTIVI

- Capire cosa vuol dire “fare” marketing digitale
- Fornire strategie e strumenti per pianificare un digital marketing di successo

### DATA - COSTI

4 marzo 2026; 15 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM07 - Scrivere per il web e i social network

## Dall'analisi dei principi di base della scrittura per il web alla comprensione delle dinamiche dei diversi social network

Il corso vi aiuterà a padroneggiare l'arte della comunicazione digitale in un'era dominata dalla presenza online. Questo corso è stato progettato per scrittori digitali, professionisti del marketing, creatori di contenuti e chiunque voglia creare dei risultati in termini di visibilità e lead generation nell'universo digitale. Che siate alle prime armi o desideriate affinare le vostre competenze esistenti, questo percorso vi guiderà attraverso le tecniche essenziali per scrivere contenuti che catturano l'attenzione e coinvolgono il pubblico.

### PROGRAMMA

#### Comprensione delle piattaforme digitali:

- Capire come le diverse piattaforme di social media funzionano e come personalizzare i contenuti per ciascuna di esse

#### Scrittura SEO-Friendly:

- Come scrivere contenuti ottimizzati per i motori di ricerca, utilizzando parole chiave, meta-descriptions, e tecniche di SEO on-page per migliorare la visibilità online.

#### Copywriting persuasivo:

- Sviluppare abilità nel creare messaggi persuasivi che spingono all'azione, siano essi post sui social media, descrizioni di contenuti di blog.

#### Storytelling digitale:

- Sviluppare abilità nell'usare tecniche narrative per raccontare storie che coinvolgono e mantengono l'interesse del pubblico.

#### Engagement e gestione della community:

- Imparare tecniche per costruire e mantenere una community online, rispondendo ai commenti e stimolando la conversazione



### OBIETTIVI

- Sviluppare una voce autentica che risuoni con il vostro pubblico target.
- Imparare le strategie SEO per massimizzare la visibilità del vostro contenuto online.

### DATA - COSTI

19 febbraio 2026; 29 settembre 2026

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM08 - I Sales Funnel: strategie digitali di promozione aziendale

## Trasformare il traffico sul tuo sito web in conversioni

Uno dei punti cruciali dei Sales Funnel è quello di trasformare un cliente "freddo", che non ha particolare interesse in quel momento a comprare un prodotto o un servizio, in un cliente "caldo" e quindi consapevole e predisposto a comprare. In sintesi un sales funnel è una strategia attraverso la quale il cliente conosce i nostri prodotti o servizi prima di vederseli meramente offerti: creiamo empatia con i nostri potenziali clienti offrendogli percorsi e prodotti specifici per le loro necessità.

### PROGRAMMA

- Cosa sono i funnel di vendita
- Il percorso Consapevolezza/Interesse/Valutazione/Decisione/Azione
- Perché un funnel di vendita converte più di altre strategie
- Come è strutturato un funnel
- Scelta e creazione del bait
- Creazione di una landing page con lo strumento di lead generation
- Utilizzo corretto di sidebox e altri strumenti con Mailmunch
- Creazione delle automated email con Mailerlite o Mailchimp
- Comunicazione magnetica
- Strutturare le call to action nel flusso di mail automatiche



### OBIETTIVI

- Imparare a costruire un funnel di vendita dalla A alla Z imparando a utilizzare strumenti di mail automation

### DATA - COSTI

28 maggio 2026; 10 dicembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM09 - Social Media per il tuo Marketing

## Comprendere e utilizzare le piattaforme social a vantaggio del tuo business

Il corso è la guida per navigare nel mondo sempre in evoluzione dei social media e costruire una strategia vincente che possa far emergere in visibilità il vostro brand, raggiungere il pubblico giusto e ottenere risultati misurabili.

Questo corso è stato accuratamente progettato per imprenditori, professionisti del marketing, creativi e chiunque desideri lasciare un'impronta digitale distintiva.

Con esercizi pratici, sessioni Q&A al termine del corso non solo avrete una comprensione teorica, ma anche pratica per personalizzare la vostra strategia.

### PROGRAMMA

#### Fondamenti e principi:

- Cosa significa costruire una strategia di social media e perché è cruciale per il vostro successo.

#### Analisi e pianificazione:

- Tecniche per analizzare il vostro pubblico, definire obiettivi chiari e sviluppare un piano d'azione dettagliato.

#### Contenuti che coinvolgono:

- Come creare contenuti originali e coinvolgenti che risuonino con la vostra audience e promuovano l'engagement.

#### Misurazione del successo:

- Strumenti e metriche per valutare l'efficacia della vostra strategia e ottimizzare le campagne.

#### Case Study e Best Practice:

- Esempi reali e studi di caso che illustrano come marchi di successo hanno implementato strategie di social media efficaci



### OBIETTIVI

- Comprensione delle piattaforme social
- Analisi del target di mercato e sviluppo di obiettivi strategici
- Imparare la creazione di contenuti
- Pianificazione del calendario editoriale

### DATA - COSTI

26 marzo 2026; 27 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM10 - Web Marketing: introduzione e principi base

## Acquisire le conoscenze necessarie per impostare una strategia vincente

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. Si parlerà anche di come si lavora concretamente sul campo, cosa chiedono i clienti nell'ambito della piccola media impresa e nel settore turistico e come interfacciarsi con loro quando offriamo servizi difficili da quantificare e con risultati che non sappiamo quando e se arriveranno.

### PROGRAMMA

- Web Marketing Overview
- SEO: Buongiorno vorrei il mio sito nella prima pagina di Google!
- Content Writing: come scrivere in modalità seo per aumentare le visite
- Esercitazioni



### OBIETTIVI

- Analizzare le principali differenze tra marketing classico e web marketing

### DATA - COSTI

14 maggio 2026; 12 novembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM11 - La Lead Generation per le aziende industriali

## Come costruire un sistema di marketing che genera opportunità qualificate

Il corso "Industrial Lead Generation System" è un percorso intensivo di 1 giornata progettato per trasformare il marketing industriale in un vero sistema di acquisizione clienti. In un settore dominato da processi tecnici, cicli decisionali lunghi e buyer altamente competenti, il corso offre una metodologia concreta per generare contatti qualificati, creare contenuti di valore e sostenere le vendite lungo tutta la pipeline. Durante la giornata, i partecipanti apprendono come costruire funnel efficaci, creare messaggi tecnici orientati al valore e utilizzare strumenti digitali capaci di aumentare visibilità, autorevolezza e conversioni.

### PROGRAMMA

#### Evoluzione del marketing industriale

- Come cambiano i processi decisionali nelle aziende manifatturiere e della logistica
- Dalla promozione di prodotto alla costruzione della fiducia
- Il ruolo strategico dei contenuti nei settori industriali
- Il concetto di sistema "Always-On" applicato al marketing industriale

#### Buyer Personas tecniche e processo di acquisto industriale

- Analisi dei ruoli coinvolti: utilizzatori, responsabili tecnici, acquisti, direzione
- Pain point tecnici e barriere all'acquisto
- Customer Journey industriale: fasi, tempi, punti di contatto
- Come utilizzare le buyer personas per guidare la comunicazione e le campagne

#### Architettura del funnel di lead generation industriale

- Struttura del funnel B2B tecnico
- Top of Funnel: attrazione e visibilità
- Middle of Funnel: nutrimento e qualificazione del lead
- Bottom of Funnel: conversione e passaggio al reparto vendite
- Lead freddi, tiepidi e caldi: criteri di classificazione

#### Content marketing tecnico orientato alla vendita

- Tipologie di contenuti per il settore industriale
- White paper, case history, video tecnici, demo e webinar, e-mail marketing
- Come trasformare informazioni tecniche in messaggi orientati al valore
- Scrittura di contenuti per decision maker e profili tecnici

#### LinkedIn per la lead generation industriale

- Come lavorare in modo sinergico tra profili personali e pagine aziendali
- Social selling per il settore B2B tecnico
- Struttura di una campagna LinkedIn Ads per mercati industriali
- Analisi delle performance e ottimizzazione

#### Google Ads per il B2B industriale

- Ricerca keyword per settori manifatturieri e logistica
- Annunci search per intercettare bisogni ad alta intenzione
- Landing page industriali orientate alla conversione
- Errori più comuni da evitare

#### KPI, misurazione e approccio data-driven

- Indicatori chiave della lead generation industriale
- Costo per lead, tasso di conversione, valore del contatto
- Analisi del ritorno sugli investimenti

### OBIETTIVI

- Saper costruire un sistema di marketing continuativo (Always-On)
- Applicare tecniche di content marketing tecnico per attrarre buyer con profilo tecnico
- Impostare campagne LinkedIn Ads e Google Ads specifiche per mercati B2B tecnici

### DATA - COSTI

20 maggio 2026; 26 novembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM12 - Strategie Mirate di Lead Generation per la Supply Chain

## Come costruire un sistema di marketing che genera opportunità qualificate

Il corso "Logistics Sales Accelerator" è dedicato ai professionisti della logistica, trasporti e supply chain che vogliono aumentare le vendite grazie a strategie digitali moderne, contenuti tecnici mirati e processi di lead generation adatti ai cicli decisionali della supply chain. In un contesto in cui automazione, AI e data visibility stanno ridisegnando il settore, la giornata permette ai partecipanti di comprendere come distinguersi, generare demand qualificata e creare relazioni commerciali più efficaci.

### PROGRAMMA

#### Evoluzione del settore logistica e nuove dinamiche di vendita

Trasformazione della supply chain tra digitalizzazione, automazione e AI  
Dal servizio operativo al valore strategico per il cliente  
Come stanno cambiando i processi decisionali

#### Buyer Personas nella logistica, nei trasporti e nella supply chain

Identificazione dei ruoli chiave: direzione, operations, IT, acquisti  
Obiettivi strategici e KPI dei decision maker logistici  
Mappa del processo decisionale e dei tempi di vendita  
Come usare le buyer personas per guidare marketing e sales

#### Posizionamento e differenziazione dell'offerta logistica

Specializzazione verticale per settori e tipologie di clienti  
Value proposition per trasporto, magazzino, WMS, automazione  
Coerenza tra brand, comunicazione e forza vendita

#### Use case, case history e storytelling tecnico

Differenza tra referenza commerciale e caso studio

Struttura di un use case efficace per la logistica  
Come trasformare progetti complessi in strumenti di vendita

#### Landing page e campagne SEO/SEM per la logistica

Architettura di una landing page ad alta conversione  
Messaggi chiave per la lead generation logistica  
Ricerca delle keyword verticali  
Campagne Google Ads per intercettare domanda attiva  
Analisi delle performance e ottimizzazione

#### LinkedIn e Social Selling per il settore logistico

Costruzione del profilo professionale orientato alle vendite  
Tecniche di social selling per cicli di vendita lunghi  
Creazione della fiducia prima del contatto commerciale

#### Lead nurturing e relazione commerciale nella supply chain

Come accompagnare il lead lungo il ciclo decisionale  
Nurturing tecnico con contenuti progressivi  
Email marketing B2B per la logistica  
Allineamento tra marketing, pre-sales e commerciale

#### KPI, pipeline e controllo predittivo delle vendite

KPI fondamentali per il settore logistico  
Valore del lead, costo contatto, tasso di conversione

### OBIETTIVI

- Analizzare l'evoluzione del marketing nel settore logistico e le nuove dinamiche decisionali
- Saper costruire buyer personas specifiche per logistica, magazzino, trasporti e operations
- Creare use case e storytelling tecnico che generano interesse e richieste commerciali

### DATA - COSTI

17 marzo 2026; 8 ottobre 2026  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM13 - Marketing Digitale: come valutare i risultati con Google Analytics

## Utilizzare i dati e gli analytics per ottimizzare le campagne B2B

Questo corso di mezza giornata offre una struttura mirata alla comprensione e all'uso pratico delle analytics di Google e LinkedIn per migliorare le strategie di marketing B2B basate sui dati.

### PROGRAMMA

#### Introduzione al Data-Driven Marketing nel B2B

#### Utilizzo di Google Analytics per il Marketing B2B

- Configurazione e personalizzazione di Google Analytics per il monitoraggio delle campagne.
- Metriche chiave di Google Analytics per il marketing B2B.
- Analisi del traffico e del comportamento degli utenti per ottimizzare le campagne.

#### Analisi delle Performance su LinkedIn

- Introduzione a LinkedIn Analytics per le pagine aziendali.
- Misurazione dell'engagement e valutazione dell'efficacia dei contenuti su LinkedIn.
- Segmentazione del pubblico e targeting avanzato su LinkedIn.

#### Integrazione dei Dati e Ottimizzazione delle Campagne B2B

- Utilizzo combinato di Google Analytics e LinkedIn Analytics per una visione completa delle performance.
- Analisi delle conversioni e impostazione di KPI per ottimizzare le campagne.
- Strategia di reporting e presentazione dei risultati per decisioni informate.



### OBIETTIVI

- Comprendere l'uso di Google Analytics e LinkedIn Analytics per il monitoraggio delle campagne B2B.
- Interpretare le metriche principali e tradurre i dati in strategie efficaci.
- Sviluppare competenze pratiche per l'integrazione dei dati e la misurazione delle campagne B2B.

### DATA - COSTI

29 aprile 2026; 21 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 13.00

QUOTA EURO 190,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM14 - Modelli per la creazione di un calendario editoriale per LinkedIn e gli altri social

**Come strutturare un piano di contenuti per il sito web, l'e-mail marketing e i social media.**

Questo corso di mezza giornata è pensato per fornire strumenti pratici e modelli operativi per la creazione e la gestione di un calendario editoriale multicanale, efficace per sostenere gli obiettivi di marketing aziendali.

## PROGRAMMA

### Introduzione al Calendario Editoriale

- Importanza di un calendario editoriale per una strategia di contenuti efficace.
- Panoramica delle piattaforme di social media e dei canali digitali (sito web, e-mail marketing).

### Definizione degli Obiettivi e dei Target di Contenuto

- Identificazione degli obiettivi di comunicazione e marketing per il calendario editoriale.
- Analisi e segmentazione del pubblico per contenuti personalizzati.
- Allineamento degli obiettivi di contenuto con le attività aziendali e le iniziative promozionali.

### Strutturazione del Piano Editoriale per LinkedIn e Altri Social Media

- Modelli e strumenti per la creazione di un calendario editoriale.
- Frequenza e tipologie di contenuti per LinkedIn e altre piattaforme social.
- Linee guida per la pianificazione di contenuti stagionali, eventi e campagne promozionali.

### Integrazione del Calendario Editoriale con il Sito Web e l'E-mail Marketing

- Sincronizzazione dei contenuti sui social con quelli del sito web e delle newsletter.
- Creazione di un piano coerente tra blog, articoli, newsletter e post social.
- Monitoraggio e adattamento del calendario editoriale in base ai risultati e alle interazioni.



## OBIETTIVI

- Acquisire una comprensione di un calendario editoriale
- Sviluppare la capacità di pianificare e strutturare contenuti per LinkedIn e altri social media
- Integrare il calendario editoriale con il sito web e le attività di e-mail marketing per una comunicazione coerente e coordinata

## DATA - COSTI

12 giugno 2026; 1 dicembre 2026  
Orario: 9.00 – 13.00  
QUOTA EURO 190,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM15 - Podcast e Digital Marketing: perché e come iniziare a Voce dell'azienda

## Lo storytelling aziendale e l'uso della voce per raccontare la propria azienda

Questo corso di mezza giornata offre una panoramica completa e pratica su come iniziare un podcast per il B2B, sfruttando la voce come mezzo per rafforzare la presenza dell'azienda e coinvolgere il pubblico.

### PROGRAMMA

#### Introduzione al Podcasting nel B2B

- Perché il podcasting è un'opportunità per le aziende B2B.
- Tendenze nel digital marketing e l'ascesa del podcast come canale di comunicazione.
- Vantaggi del podcast per lo storytelling aziendale e la costruzione della brand identity.

#### Storytelling Aziendale attraverso la Voce

- L'importanza dello storytelling per creare un legame emotivo con il pubblico.
- Come usare il podcast per raccontare le esperienze uniche dell'azienda, gli anniversari e i traguardi.
- Esempi di storytelling efficace nel B2B e casi studio di successo.

#### Come Strutturare un Podcast per l'Azienda

- Pianificazione dei contenuti: definire gli obiettivi, il pubblico e i temi da trattare.
- Strutturare gli episodi: introduzione, sviluppo e call-to-action finale.
- Frequenza di pubblicazione e gestione delle serie per mantenere l'interesse del pubblico.

#### Aspetti Tecnici e Strategici per Iniziare

- Strumenti e software per la registrazione e l'editing audio.
- Distribuzione del podcast sulle piattaforme principali (Spotify, Apple Podcasts, ecc.).
- Promozione del podcast attraverso i canali digitali dell'azienda e misurazione dei risultati.



### OBIETTIVI

- Comprendere il potenziale del podcast come strumento di comunicazione B2B.
- Apprendere le basi dello storytelling per raccontare l'identità e la storia dell'azienda.
- Come pianificare, produrre e promuovere un podcast aziendale.

### DATA - COSTI

26 febbraio 2026; 17 settembre 2026  
Orario: 9.00 – 13.00  
QUOTA EURO 190,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM16 - WordPress Base: gestire WordPress dalla A alla Z

## Imparare a gestire un sito con wordpress

Introdotta nel 2003, WordPress oggi è una piattaforma di gestione dei contenuti open source estremamente popolare utilizzata per creare siti web, siti blog e persino app. Si calcola che circa il 30% del web utilizza WordPress. Per questo, per ogni figura che si occupa di web marketing, è diventato fondamentale capirne le logiche e i meccanismi, evitando gli errori più comuni quando si opera su questa piattaforma.

### PROGRAMMA

- Scelta del tema grafico, page builder & C
- Pagine e post, uso e differenze
- Gestire i menu (desktop/mobile/footer)
- Creare contenuti con pagebuilder o editor nativo
- Creare e gestire form di contatto con antispam, redirect a pagina thankyou...
- Creare articoli blog SEO
- Plugin importanti
- Sicurezza (backup automatici, setup base per la sicurezza, aggiornare plugin, tema e core)
- Impostazioni generali, permalink
- Usare correttamente tag e categorie
- Errori comuni
- Gestire il multilingua



### OBIETTIVI

- Imparare le regole base di WordPress nella creazione di un sito
- Evitare gli errori più comuni quando si opera con WordPress

### DATA - COSTI

13 febbraio 2026; 18 settembre 2026  
Orario: 9.00 – 13.00  
QUOTA EURO 190,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM17 - Creare un E-commerce con WordPress e WooCommerce

## Imparare a gestire un sito e-commerce con wordpress e woocommerce

Costruire e gestire un sito ecommerce di successo è complesso e va molto al di là della creazione del sito web. Ci sono logiche e strumenti ben definiti che vanno conosciuti e messi in pratica per gestire al meglio tutto il processo di vendita e post vendita. Durante il seminario verranno approfonditi i vari elementi che concorrono al successo di un sito ecommerce: dalla configurazione del WooCommerce, la gestione dei prodotti e degli ordini, i metodi di pagamento e l'ottimizzazione SEO.

### PROGRAMMA

#### Installazione e configurazione di WooCommerce

- Come installare WooCommerce su un sito WordPress.
- Configurazioni iniziali: valuta, pagamenti, spedizioni e tasse.

#### Gestione dei prodotti

- Creazione di prodotti semplici, variabili e digitali.
- Attributi, categorie e tag per organizzare i prodotti.
- Gestione dell'inventario: scorte, notifiche e prodotti esauriti.

#### Metodi di pagamento

- Configurazione dei pagamenti base: PayPal, Stripe, bonifico, contrassegno.
- Come aggiungere nuovi metodi di pagamento tramite plugin.

#### Configurazione di spedizioni e tasse

- Definizione delle zone di spedizione e tariffe di base.
- Come configurare spedizione gratuita, fissa o calcolata.
- Impostazione delle aliquote fiscali per il calcolo delle tasse.

#### Gestione ordini e clienti

#### Ottimizzazione SEO

- Principi base di SEO per WooCommerce.
- Come usare plugin SEO (Yoast) per ottimizzare i prodotti.

#### Estensioni e plugin utili

- Introduzione a estensioni e plugin base per migliorare WooCommerce.
- Come selezionare e installare plugin per specifiche esigenze (es. multivaluta, sicurezza, email marketing).



### OBIETTIVI

- Comprendere le logiche che stanno alla base di un e-commerce di successo
- Approfondire i vari step operativi di un sito e-commerce

### DATA - COSTI

5 giugno 2026; 4 dicembre 2026  
Orario: 9.00 – 13.00  
QUOTA EURO 190,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# AI01 - L'Intelligenza Artificiale per le Vendite e il Customer Care

## Come migliorare l'efficacia commerciale con l'aiuto dell'Intelligenza Artificiale

Un corso operativo per chi lavora nelle vendite e nella relazione con i clienti. Scopriremo come l'IA può supportare la preparazione di email personalizzate, la gestione di obiezioni, la raccolta e analisi di dati sui clienti e l'automazione di compiti ripetitivi. Non serve alcuna competenza tecnica.

### PROGRAMMA

#### L'IA come assistente commerciale

- Come funziona ChatGPT in supporto alle vendite
- Prompt efficaci per preparare script, call commerciali, email
- Generazione di risposte rapide a obiezioni frequenti

#### Email, offerte e messaggi personalizzati

- Redazione assistita di email di follow-up
- Preparazione di proposte commerciali (testo e impaginazione con IA)
- Simulazione di interazioni con clienti diversi

#### CRM, analisi e *gestione del cliente*

- Utilizzo dell'IA per segmentare i clienti e prioritizzare i lead
- Riassunto automatico di call o scambi email (con esempi)
- Integrazione con strumenti CRM (cenni a HubSpot, Notion, Salesforce)

#### Automatizzare attività e assistenza clienti

- Chatbot intelligenti vs IA generativa: differenze
- Come si automatizza il customer care con IA (casi d'uso reali)
- Introduzione a strumenti no-code (es. Make.com, Tidio AI)



### OBIETTIVI

- Usare l'IA per ottimizzare tempo ed efficacia nella vendita
- Integrare strumenti intelligenti nei flussi di lavoro quotidiani
- Rendere più efficiente la gestione di lead e richieste clienti

### DATA - COSTI

15 e 16 aprile 2026; 10 e 11 novembre 2026  
Orario: 9.00 – 13.00  
QUOTA EURO 420,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# AI02 - L'Intelligenza Artificiale per il Marketing: strumenti, strategie e automazione

**Come sfruttare l'AI per migliorare la produttività e la creatività nelle attività di marketing**

Un corso pratico pensato per chi si occupa di comunicazione, promozione e digital marketing e vuole comprendere come usare l'IA in modo concreto nel proprio lavoro. Verranno esplorati strumenti gratuiti e accessibili per generare contenuti, analizzare i dati e automatizzare attività quotidiane. I partecipanti acquisiranno competenze per sfruttare algoritmi predittivi, automazione, personalizzazione avanzata e analisi dei dati.

## PROGRAMMA

### Introduzione e panoramica sull'IA generativa

- Che cos'è l'IA generativa e perché è utile nel marketing
- Differenze tra strumenti: ChatGPT, Gemini, Claude, Canva AI, DALL-E, Gamma.app
- Cosa può fare (e cosa no) l'IA oggi in ambito marketing

### Scrivere testi più efficaci con l'IA

- Creazione di testi per post, newsletter, campagne ADV
- Generazione di headline e copy persuasivi
- Personalizzazione di messaggi per diversi target

### Creazione di contenuti visivi e multimediali

- Generare immagini con DALL-E e strumenti simili
- Video brevi e presentazioni con IA
- Design di materiali promozionali con Gamma.app

### Analisi, automazione e gestione operativa

- Come usare ChatGPT per analizzare un piano editoriale
- Creare uno schema di calendario contenuti
- Automatizzare risposte, newsletter e customer care (introduzione a Make.com)



## OBIETTIVI

- Conoscere i principali strumenti di IA generativa utili al marketing
- Imparare a generare contenuti coerenti, professionali e personalizzati
- Acquisire consapevolezza delle opportunità e dei limiti dell'IA nel marketing

## DATA - COSTI

3 e 4 marzo 2026; 20 e 21 ottobre 2026  
Orario: 9.00 – 13.00  
QUOTA EURO 420,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# AI03 - Integrare l'AI nei processi aziendali

## Come rendere l'AI un alleato reale per il marketing, HR, operations e comunicazione

L'Intelligenza Artificiale è il motore di crescita e innovazione più potente a disposizione delle aziende oggi. Che si tratti di ottimizzare la catena di approvvigionamento, personalizzare l'esperienza del cliente o automatizzare compiti ripetitivi, l'AI sta ridefinendo il modo in cui lavoriamo e creiamo valore. Con questo corso comprenderemo quali strumenti AI oggi esistono, cosa fanno concretamente e in quali funzioni aziendali possono essere applicati per generare valore aggiunto.

### PROGRAMMA

#### Analisi approfondita degli strumenti AI chiave

- Panoramica sul Marketing B2B e sull'evoluzione del settore.
- Ruolo dell'intelligenza artificiale nel marketing moderno.

#### Scenario AI 2025-2026

- Panoramica sul Marketing B2B e sull'evoluzione del settore.
- Ruolo dell'intelligenza artificiale nel marketing moderno.

#### AI e processi aziendali

- Panoramica sul Marketing B2B e sull'evoluzione del settore.
- Ruolo dell'intelligenza artificiale nel marketing moderno.

#### Esercitazione guidata: "Dove introdurre l'AI in azienda"

- Panoramica sul Marketing B2B e sull'evoluzione del settore.
- Ruolo dell'intelligenza artificiale nel marketing moderno.
- 

#### Strumenti pratici – Dimostrazioni e casi reali

- Panoramica sul Marketing B2B e sull'evoluzione del settore.
- Ruolo dell'intelligenza artificiale nel marketing moderno.

#### Governance e sicurezza

- Panoramica sul Marketing B2B e sull'evoluzione del settore.
- Ruolo dell'intelligenza artificiale nel marketing moderno.

#### Project Work finale – Creare un mini-flusso AI aziendale

- Panoramica sul Marketing B2B e sull'evoluzione del settore.
- Ruolo dell'intelligenza artificiale nel marketing moderno.

#### METODOLOGIA

- Alternanza: analisi strumenti - casi reali e laboratorio pratico.
- Approccio molto operativo, con esercitazioni, prompt già pronti, esempi italiani.
- Lavoro in piccoli gruppi per favorire l'applicazione reale.
- Materiali: slide, prompt template, modelli policy, guida strumenti.

### OBIETTIVI

- Identificare le aree aziendali dove l'AI può intervenire e generare valore
- Sperimentare strumenti no-code/low-code
- Valutare governance, rischi, policy per un'adozione

### DATA - COSTI

12 e 13 maggio 2026; 2 e 3 dicembre 2026  
Orario: 9.00 – 13.00  
QUOTA EURO 420,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# AI04 - Marketing B2B: Personalizzazione e Lead Generation potenziata dall'AI

## Sfruttare l'intelligenza artificiale per migliorare le campagne di marketing B2B

L'Intelligenza Artificiale nel marketing sta diventando sempre più popolare e sempre più utilizzata. L'IA può davvero essere un importante supporto nelle strategie di marketing aziendali: nella creazione di contenuti, nelle strategie di lead generation, fino all'analisi dati e ottimizzazione delle campagne.

### PROGRAMMA

#### Introduzione al Marketing B2B e AI

- Panoramica sul Marketing B2B e sull'evoluzione del settore.
- Ruolo dell'intelligenza artificiale nel marketing moderno.

#### Creazione di Contenuti AI-Driven

- Come l'IA può migliorare la creatività e l'efficacia dei contenuti.
- Strumenti di intelligenza artificiale per la generazione automatica di contenuti.

#### Personalizzazione Avanzata dei Contenuti

- Tecniche di personalizzazione basate su dati.
- Uso dell'IA per analizzare e segmentare il pubblico.

#### Strategie di Lead Generation con l'Intelligenza Artificiale

- Come generare lead qualificati utilizzando strumenti di intelligenza artificiale.
- Automazione della pipeline di lead generation.

#### Analisi dei Dati e Ottimizzazione delle Campagne

- Metriche e KPI per il monitoraggio delle campagne AI-powered.
- Ottimizzazione delle campagne basata sui dati raccolti.

#### Future Trends e Innovazioni nel Marketing B2B con l'IA

- Tendenze emergenti e innovazioni nel marketing AI-driven.
- Considerazioni etiche e normative sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale.

#### Tipologia di Esercizi

- Quiz di Valutazione: Verifica delle conoscenze acquisite.
- Workshop Pratici: Utilizzo di strumenti di AI per la creazione di contenuti.
- Simulazioni e Case Study: Analisi di casi di studio e simulazioni di campagne reali.
- Progetti e Report: Produzione di report di analisi e creazione di strategie AI-driven



### MODALITA PRESENZA

11 marzo 2026; 17 novembre 2026  
MILANO - VIA GIOVANNI DURANDO 38  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 600,00 + IVA  
Include LUNCH, materiale didattico e attestato di partecipazione

### MODALITA WEBINAR

21 aprile 2026; 10 novembre 2026  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 420,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

# AI05 - Corso introduttivo: ChatGPT per lavorare più velocemente e meglio

## Come integrare ChatGPT nel quotidiano per lavorare meglio e più velocemente

Il corso "ChatGPT: Uso Quotidiano" è pensato per chi desidera sfruttare al massimo le potenzialità dell'intelligenza artificiale nella vita di tutti i giorni. Dalla scrittura di testi alla gestione delle email, dall'organizzazione del lavoro alla generazione di idee, imparerai come usare ChatGPT come un vero e proprio assistente digitale. Attraverso esempi pratici e casi d'uso concreti, il corso ti guiderà passo dopo passo nell'integrazione di questo strumento nella tua routine, migliorando efficienza, produttività e creatività.

### PROGRAMMA

#### Fondamenti dell'intelligenza artificiale generativa

- Cos'è l'intelligenza artificiale generativa e come funziona ChatGPT
- Cosa sono i modelli di linguaggio (LLM), prompt, temperature, token
- Tipologie di utilizzo: testi, codice, dati, creatività, automazione
- Licenze, privacy e uso consapevole in azienda
- Esercitazione: confronto tra prompt semplici e complessi

#### ChatGPT per la produttività quotidiana

- Scrittura professionale: email, report, presentazioni
- Generazione di contenuti standard: procedure, checklist, documenti
- Miglioramento e revisione dei testi esistenti
- Supporto in Excel e Google Sheets: formule, spiegazioni, analisi
- Esercitazione: automatizzare 3 task lavorativi reali con ChatGPT

#### ChatGPT nel marketing e nella comunicazione digitale

- Creazione di articoli SEO e contenuti per blog
- Prompt per social media: Facebook, Instagram, LinkedIn
- Generazione di campagne pubblicitarie (Google Ads, Meta Ads)
- Script per video, titoli accattivanti, call to action

- Ottimizzazione di newsletter e testi per funnel
- SEO generativa: come "indicizzarsi" nelle piattaforme AI, farsi trovare, far emergere le proprie risorse (es: caso delle valvole tubeless)
- Esercitazione: scrittura di una mini-campagna di marketing

#### Tecniche avanzate e integrazione nei processi aziendali

- Prompt engineering: tecniche avanzate per prompt efficaci
- Simulazione di ruoli e identità: come far agire ChatGPT da esperto
- Costruzione di "Prompt generator" e prompt dinamici
- Few-shot vs zero-shot prompting
- Gestione degli output: elenchi, tabelle, codice, immagini, testo creativo

Ogni modulo include una fase pratica guidata – esercitazione individuale o di gruppo

### OBIETTIVI

- Comprendere le basi dell'IA generativa e le modalità d'interazione con ChatGPT
- Semplificare e potenziare attività lavorative con ChatGPT
- Personalizzare le interazioni con l'IA in base alle proprie esigenze e ambiti di applicazione

### DATA - COSTI

24 e 25 febbraio 2026; 6 e 7 ottobre 2026  
Orario: 9.00 – 13.00  
QUOTA EURO 420,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# AI06 - Come usare correttamente AI per fare SEO e content marketing

## Scopri come l'AI può aiutare la tua realtà a posizionarsi sui motori di ricerca

L'AI è diventata uno strumento chiave per velocizzare e migliorare SEO e content marketing. Il corso mostra come usarla in modo pratico, strategico e sicuro, evitando errori e sfruttando al massimo il suo potenziale.

### PROGRAMMA

#### Introduzione alla SEO + AI

- Cos'è l'AI generativa e perché è rilevante per la SEO
- Limiti, rischi e best practice
- Cosa può fare l'AI e cosa NON può fare (ancora) per un SEO specialist

#### Ricerca keyword e analisi intenti con l'AI

- Come usare l'AI per generare liste keyword
- Analisi del search intent (informativa, transazionale, commerciale)
- Espansione semantica, clusterizzazione e topic mapping
- Validazione dei dati con strumenti reali (Semrush, Ahrefs, Search Console)

#### Creazione del piano editoriale con l'AI

- Generare cluster di contenuti intelligenti
- Definizione della struttura hub & spoke, spinoff
- Come evitare contenuti duplicati o ridondanti

#### Scrittura SEO assistita con AI

- Prompt avanzati per:
  - creare articoli
  - ottimizzare meta tag
  - migliorare leggibilità
- Come far rispettare tone of voice, brand identity e linee editoriali
- Tecniche di revisione e "umanizzazione" dei contenuti

#### Ottimizzazione tecnica SEO con l'AI

- Analisi on-page: title, H1-H2, SEO copy, internal linkin

- Verifica struttura HTML, accessibilità, entità e schema markup
- Strumenti di analisi tecnica basati su AI

#### AI per immagini e multimedia

- Prompt per immagini ottimizzate SEO
- Creare infografiche e visual per processi con Html e stili inline

#### Controllo qualità e fact-checking con AI

- Come verificare dati, fonti e contenuti
- Strumenti per evitare errori, inventati o incoerenze
- Quality Assurance nei contenuti generati

#### Automazioni e workflow con AI

- Costruire workflow: dalla keyword alla pubblicazione
- Uso di AI nei CMS (WordPress, Joomla)

#### Monitoraggio SEO aggiornato con AI

- Analisi dei dati con AI: Search Console, Analytics, SERP
- Come interpretare i trend e identificare opportunità

#### Esempi pratici + Laboratorio finale

### OBIETTIVI

- Comprendere le basi dell'AI applicata alla SEO
- Imparare a utilizzare l'AI per migliorare la visibilità online
- Utilizzare l'AI per creare e ottimizzare contenuti SEO-oriented
- Automatizzare e monitorare attività SEO con l'AI

### DATA - COSTI

24 e 25 marzo 2026; 24 e 25 novembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 420,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM18 - 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 indipendentemente 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

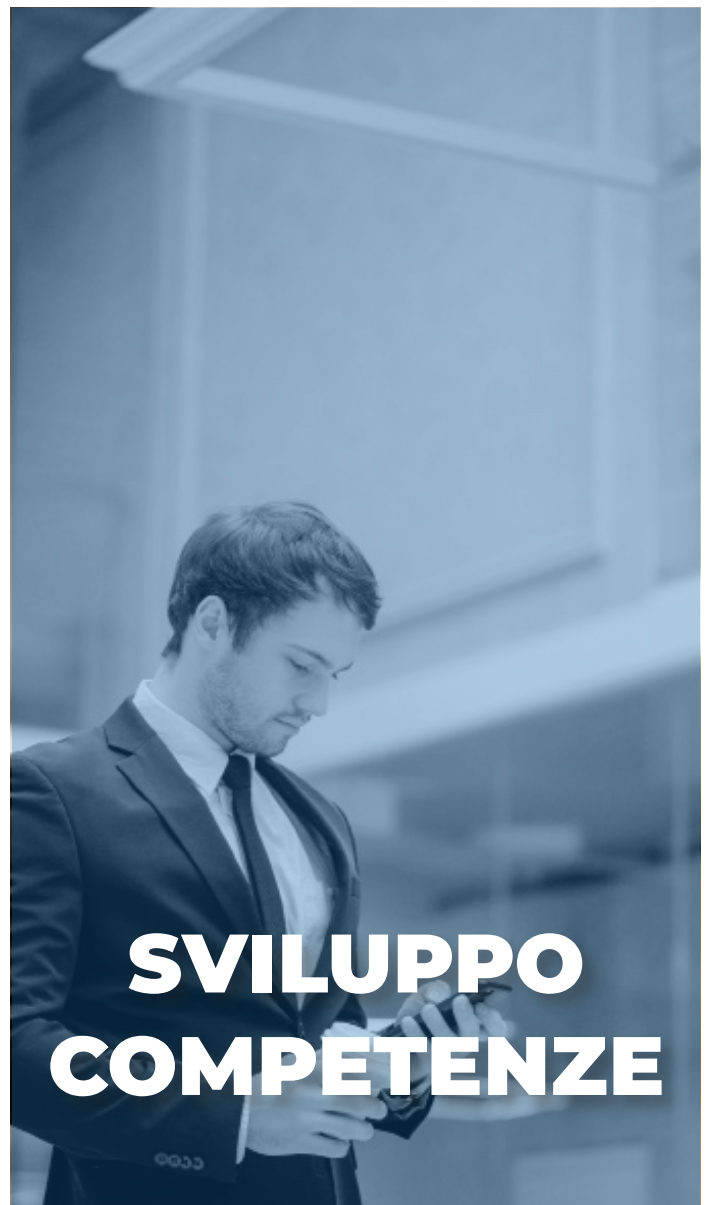
- Controllo del para-verbale e del non-verbale

#### 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'imprevisti
- Strumenti tecnici ed informatici per gestire la presentazione



### OBIETTIVI

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

### DATA - COSTI

7 maggio 2026; 29 ottobre 2026  
in presenza MILANO - VIA GIOVANNI DURANDO 38  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 600,00 + IVA  
Include LUNCH, materiale didattico e attestato di partecipazione

# SM19 - La negoziazione manageriale: l'importanza dell'Intelligenza Emotiva

**Sistematizzare il modo di condividere lo stato 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 istanze organizzative direttamente coinvolte.

## PROGRAMMA

**Come raccogliere le informazioni rilevanti e comporle in team attraverso la Lean Canvas**

**Come prepararsi alla negoziazione con simulazioni**

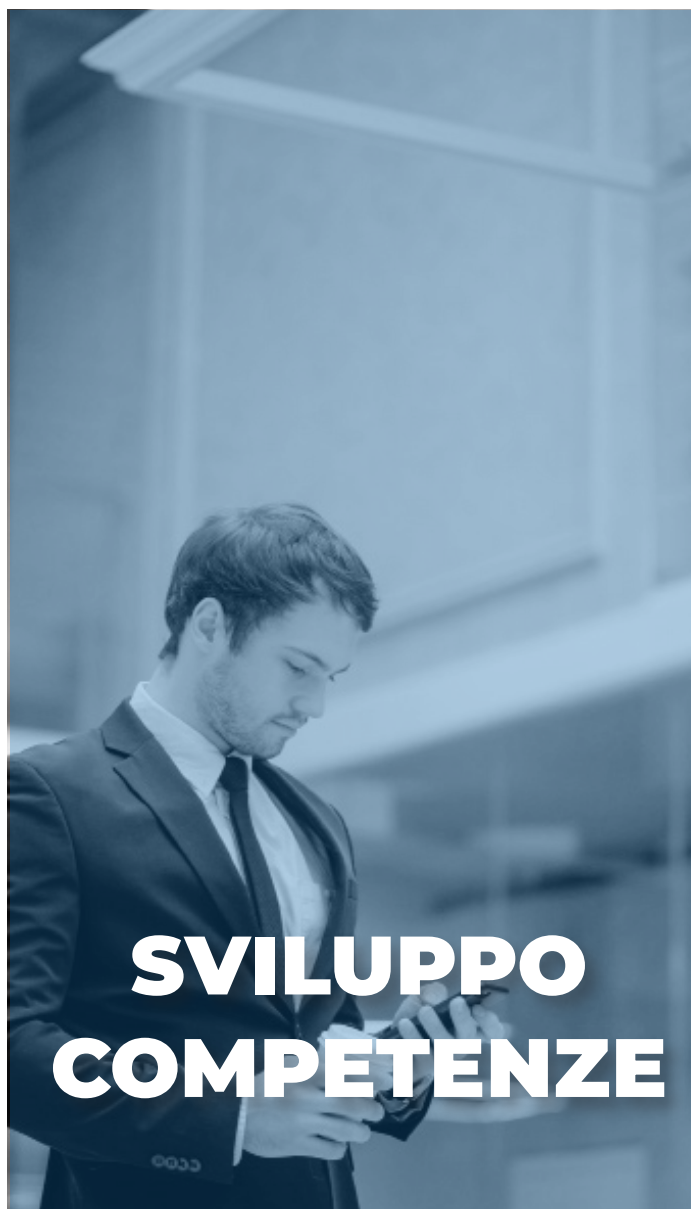
- Come ricomporre gli attriti possibili fra colleghi o con i partner interni ed esterni all'organizzazione

**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

## DATA - COSTI

8 aprile 2026; 6 novembre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM20 - 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

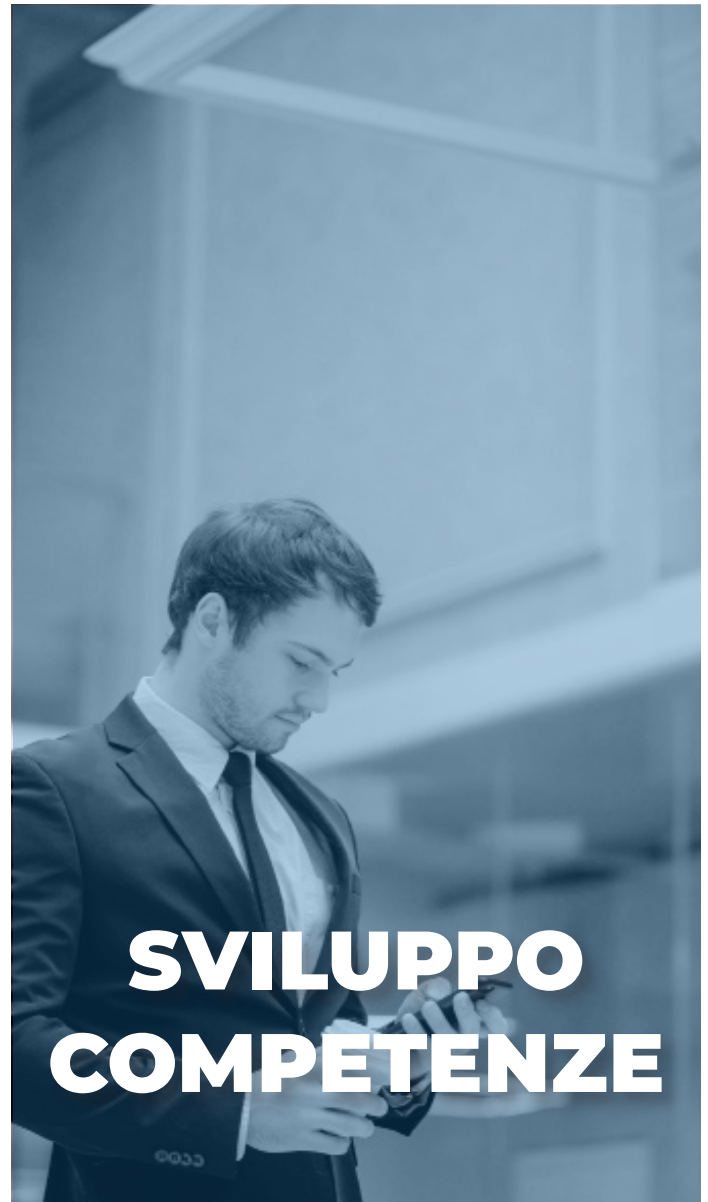
- Identificazione delle soluzioni alternative
- Esercizio: il metodo 6/3/2

### 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

## DATA - COSTI

4 giugno 2026; 11 dicembre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM21 - 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 setting e l'assegnazione delle priorità**

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

**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**

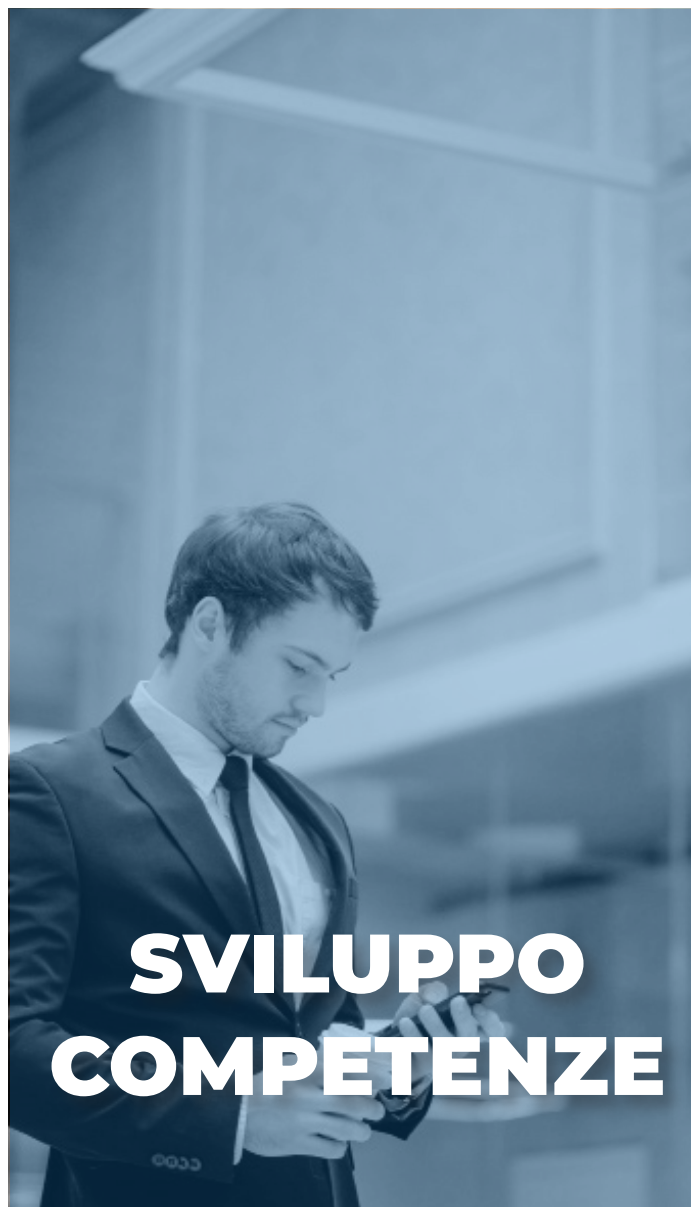
- Esercizio: creiamo relazione
- Esercizio: usiamo le domande aperte e domande chiuse la negoziazione delle priorità

**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

### DATA - COSTI

22 aprile 2026; 11 novembre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM22 - 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

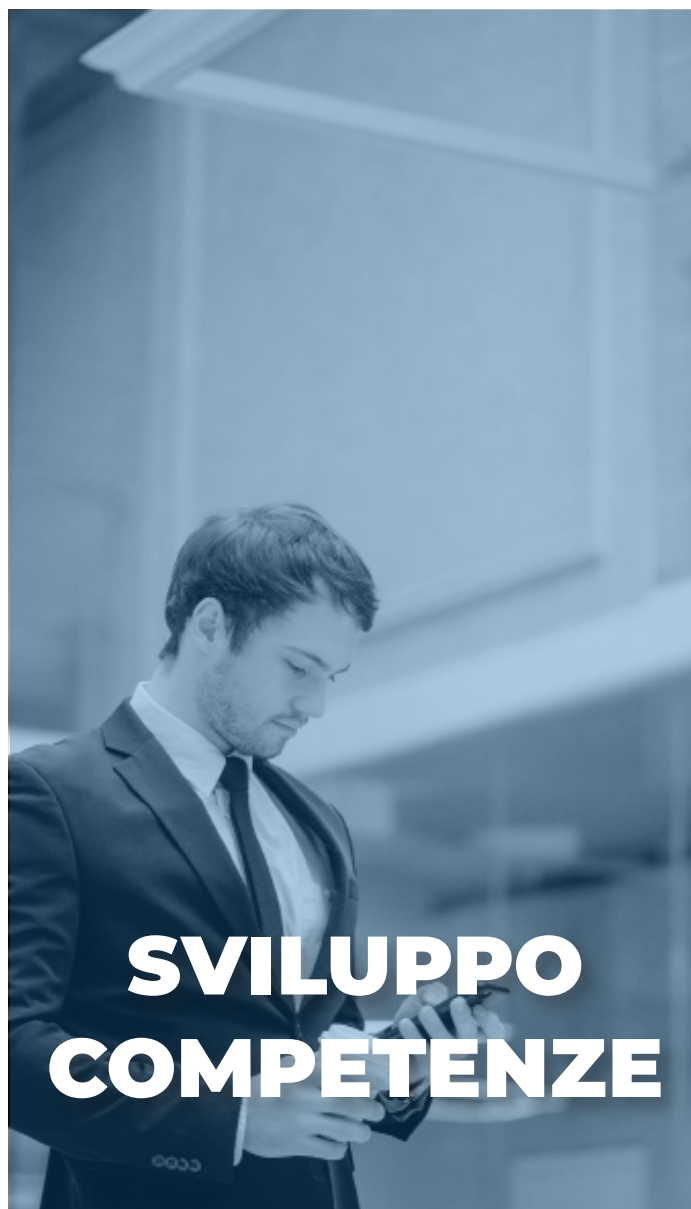
- Urgenza e Importanza
- Classificare le attività
- Organizzare le attività
- Il modello delle "5 P"

#### 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

### DATA - COSTI

6 marzo 2026; 7 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM23 - 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.

Un leader emotivamente intelligente è in grado di entrare in empatia con i membri del proprio team, di comprendere i loro interessi, di comunicare in modo chiaro e di gestire in modo appropriato i conflitti sul posto di lavoro.

### 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

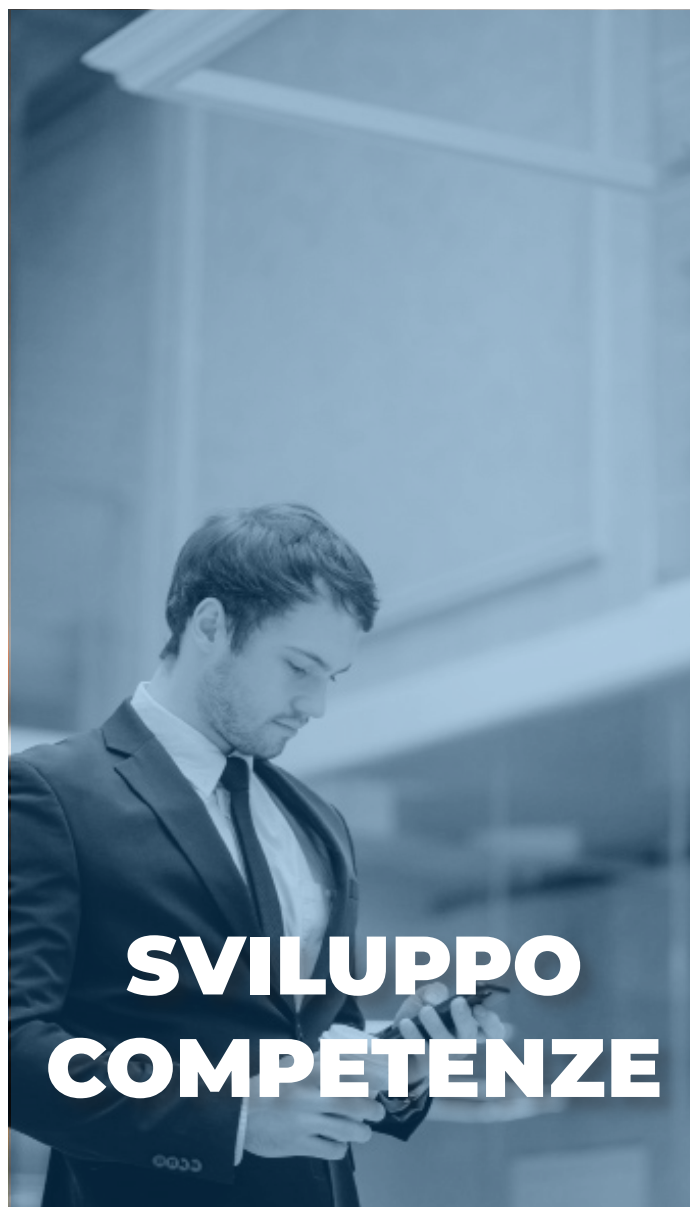
#### La condivisione emotiva di vision e mission

- 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

### DATA - COSTI

27 maggio 2026; 25 novembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM24 - Leadership e “potere di ruolo”

## Gli strumenti dell'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

### DATA - COSTI

10 febbraio 2026; 17 settembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM25 - Metodi di ingaggio e motivazione del Team

## 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

#### La motivazione e le sue leve: un modello di riferimento

- le diverse teorie sulla motivazione umana
- 8 leve motivazionali
- 16 motivatori e la loro dinamica

#### La leadership che ingaggia: ispirare e coinvolgere

- Conoscere le leve motivazionali per coinvolgere e ingaggiare
- Usare lo storytelling per coinvolgere e ingaggiare

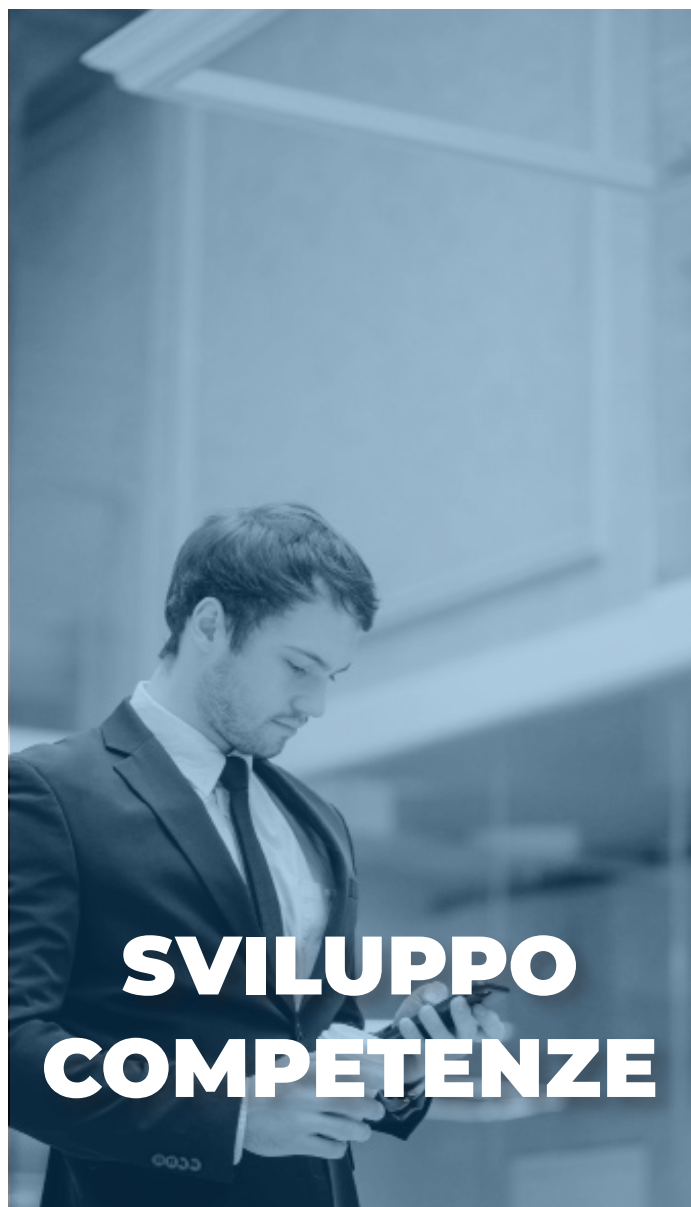
#### Il metodo partecipativa: appartenenza e responsabilità

- stimolare il team alla partecipazione
- usare ascolto e domanda con sapienza
- sviluppare il senso di responsabilità e di ingaggio

#### Metodi e strumenti operativi a supporto della motivazione

- strumenti di lavoro collaborativo (in presenza e a distanza)
- pratiche per sostenere la fiducia e il senso di partecipazione
- metodi per innescare proattività e contributo personale

#### Esercitazioni pratiche e applicazioni



### 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

17 marzo 2026; 14 ottobre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM26 - 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

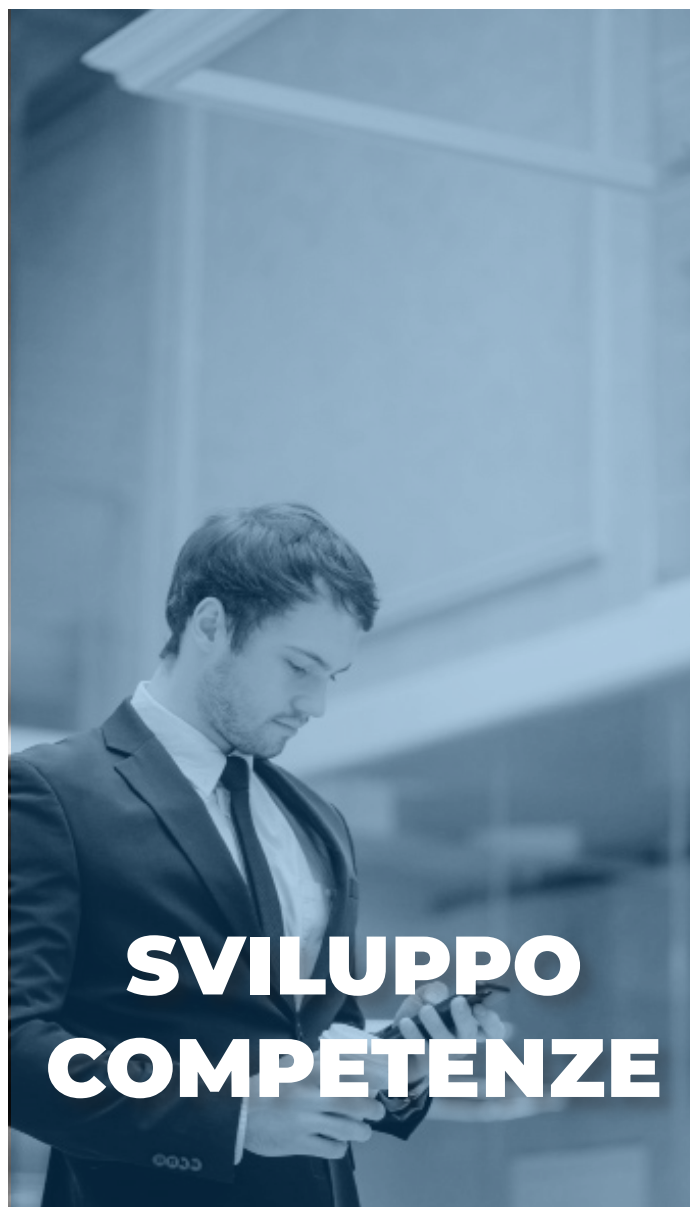
- Dalla natura umana alla capacità di risoluzione.
- Le "mappe" personali e la capacità di accogliere punti di vista differenti.
- Esercitazioni

#### 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

9 aprile 2026; 11 novembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM27 - La comunicazione 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

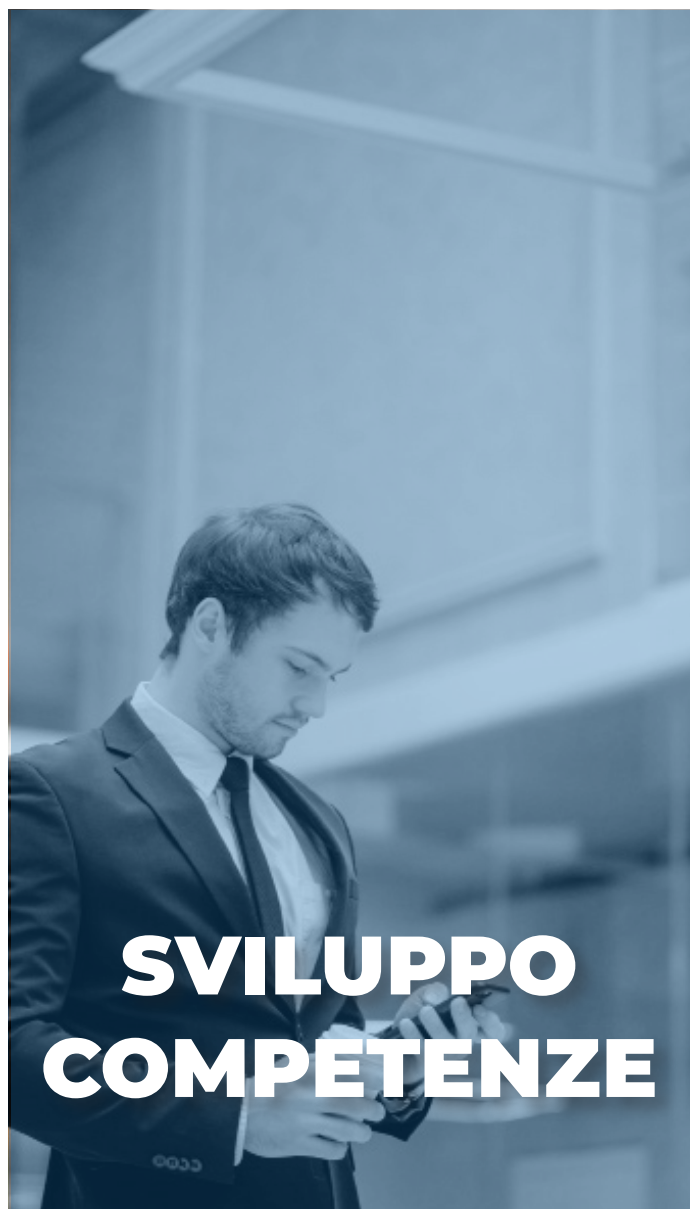
- I 3 livelli di ascolto
- Come migliorare le proprie capacità di ascolto

#### 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

### DATA - COSTI

26 febbraio 2026; 17 settembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM28 - 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

## DATA - COSTI

29 aprile 2026; 20 novembre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM29 - 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?

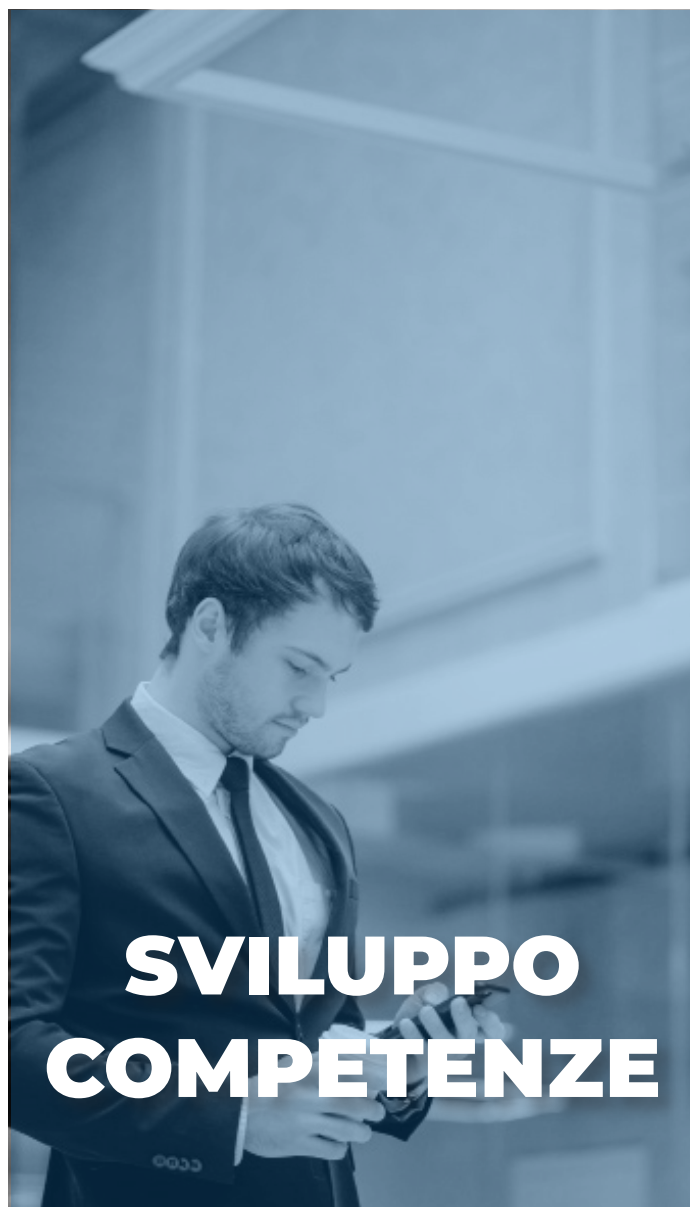
#### Come allenare queste competenze?

- 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

### DATA - COSTI

20 maggio 2026; 2 dicembre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM30 - 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

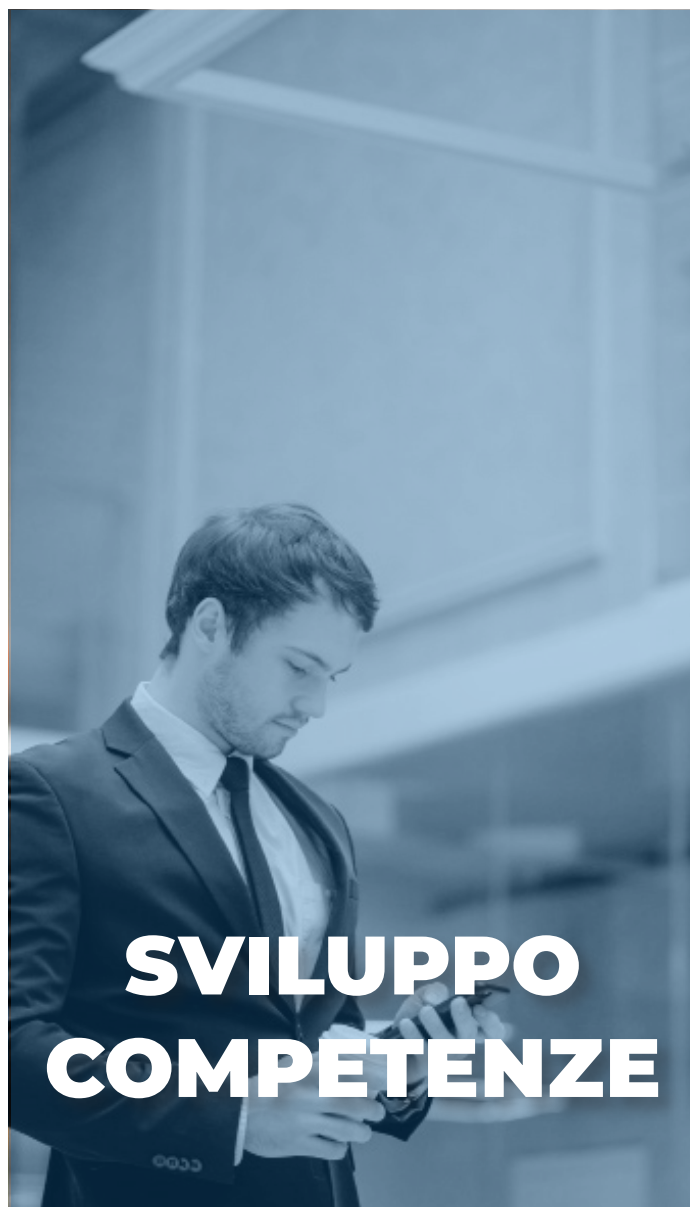
- Obiettivi, compiti, attività, verifica
- Le criticità e la gestione degli imprevisti
- Flessibilità
- Pazienza

#### 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

### DATA - COSTI

27 marzo 2026; 22 ottobre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM31 - 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:

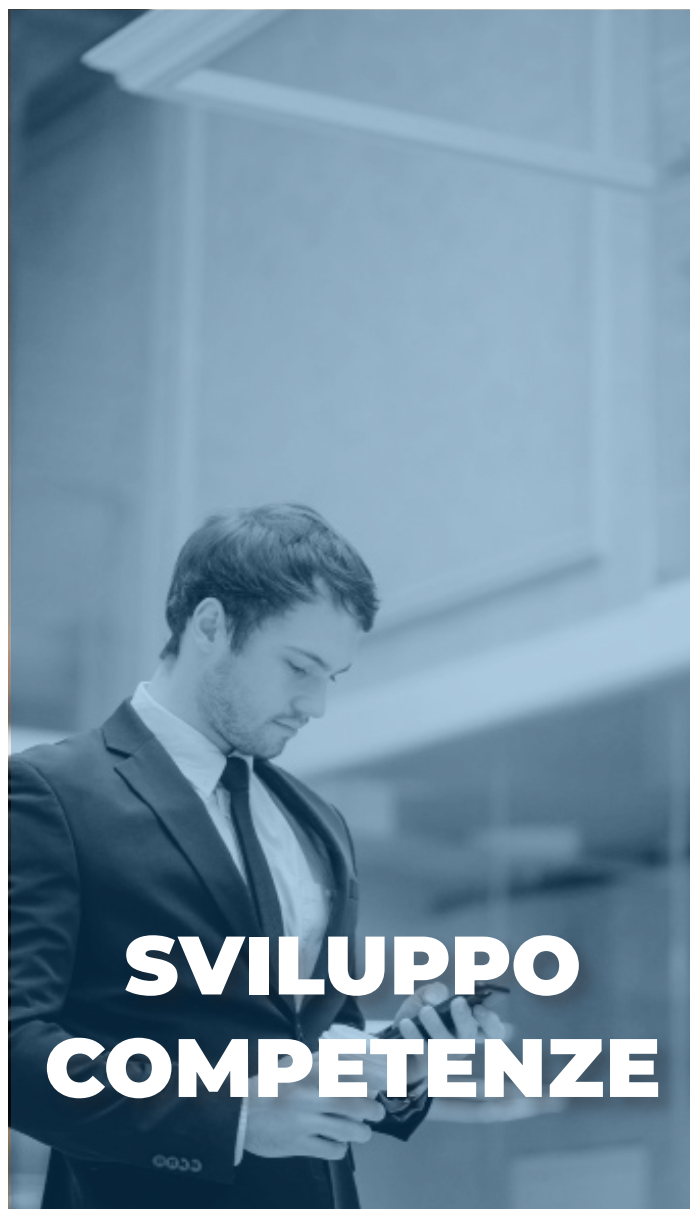
ideazione, preparazione, azione, follow up

#### 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

### DATA - COSTI

18 marzo 2026; 7 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM32 - La negoziazione efficace: costruire accordi win-win

**Gli strumenti essenziali per negoziare con efficacia e raggiungere accordi condivisi, equi e duraturi**

Negoziare è un'arte che richiede ascolto, capacità di persuasione e approccio strategico. Questo corso è progettato per trasformare ogni negoziazione in un'opportunità di collaborazione, costruendo accordi in grado di creare valore per tutte le parti coinvolte

## PROGRAMMA

### La Negoziazione Integrativa e l'Approccio Win-Win:

- I principi della negoziazione integrativa
- Le competenze del negoziatore

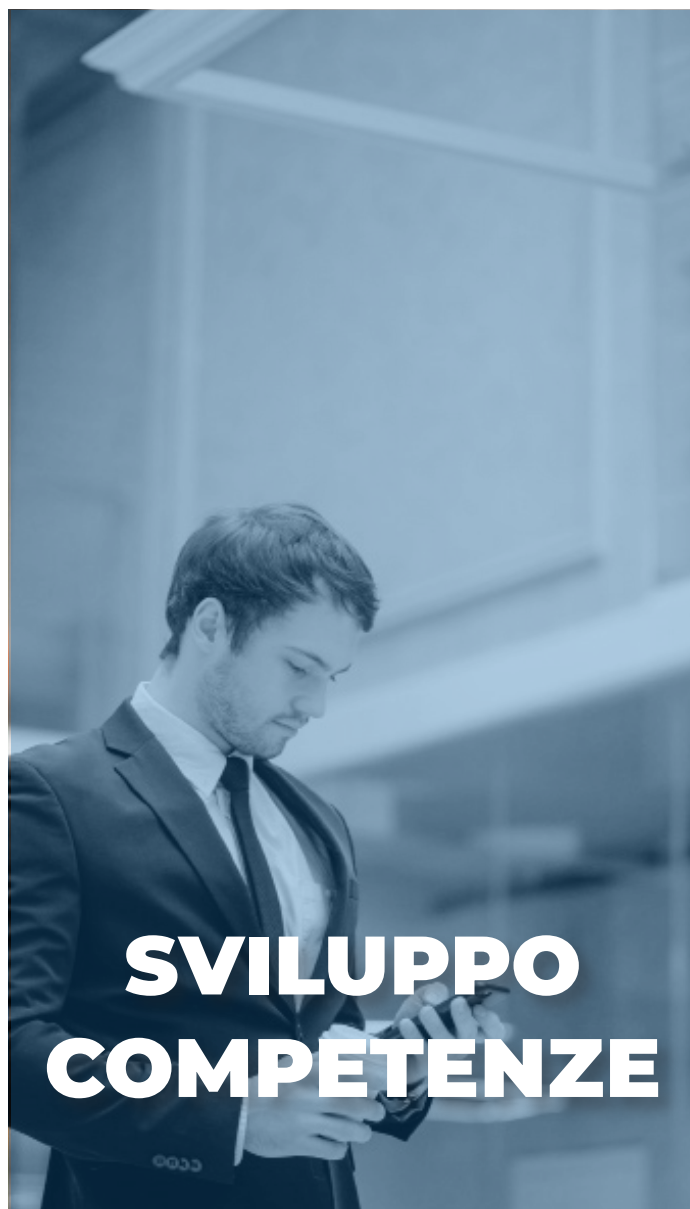
### Introduzione agli Stili Negoziali:

- Analisi dei diversi stili negoziali, punti di forza e di debolezza in base al contesto negoziale.
- Il "negoziato di principi" (metodo Fischer e Ury)

### Le 4 Fasi della Negoziazione:

- Preparazione: Strumenti per l'analisi del contesto e degli interessi delle parti
- Discussione: Tecniche di ascolto attivo e domande efficaci
- Proposta: Formulazione di proposte che riflettano gli interessi comuni
- Chiusura: Gestione delle obiezioni, commitment e follow-up

Ogni argomento sarà accompagnato da esempi pratici e sessioni interattive per garantire un apprendimento esperienziale e coinvolgente.



## OBIETTIVI

- Fornire una comprensione approfondita delle tecniche e strategie di negoziazione.
- Imparare a costruire relazioni di negoziazione basate sull'integrazione e la collaborazione.
- Migliorare la capacità di raggiungere risultati win-win per tutte le parti coinvolte

## DATA - COSTI

17 e 18 febbraio 2026; 22 e 23 novembre 2026

Orario: 14.00 – 18.00

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM33 - Da Collaboratore a Leader

## Da Collaboratore a Leader – Fondamenti per Manager di Nuova Nomina

Essere promossi ad un ruolo manageriale è un traguardo importante, ma rappresenta anche una sfida che richiede un cambio di prospettiva e l'acquisizione di nuove competenze. Questo corso è stato progettato per supportare i manager di nuova nomina in questo passaggio cruciale dal "fare" al "far fare", fornendo strumenti pratici e strategie fondamentali per affrontare le responsabilità di leadership. Durante il corso ogni manager avrà l'opportunità di sviluppare un action plan personale focalizzato sulle aree specifiche su cui desidera concentrarsi per il proprio sviluppo professionale. L'accento è posto sull'autonomia e sulla responsabilità individuale, elementi chiave per una crescita mirata e significativa.

### PROGRAMMA

#### Le 3 dimensioni del manager:

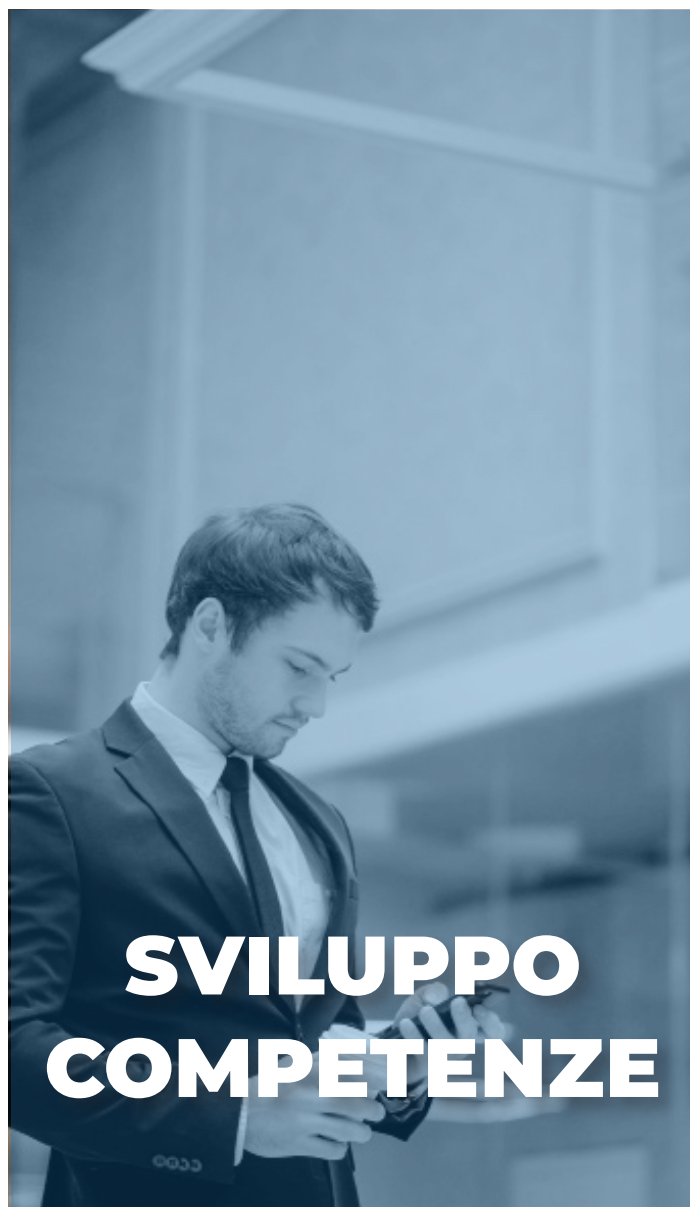
- Gestione di sé stessi, gestione del team, gestione del business

#### Gli stili di Leadership:

- Analisi dei diversi approcci alla leadership
- Applicazione pratica del modello situazionale a scenari reali

#### "Dal Fare al Far Fare"

- Il processo di delega, la motivazione e il monitoraggio dei risultati
- Tecniche di gestione efficace del feedback
- Performance Management – preparazione e conduzione del colloquio di valutazione performance



### OBIETTIVI

- Fornire gli strumenti e le competenze necessarie per avere successo nel nuovo ruolo attraverso lo sviluppo personale e la gestione efficace delle risorse

### DATA - COSTI

17 e 18 giugno 2026; 26 e 27 novembre 2026  
Orario: 14.00 – 18.00  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM34 - Change management

## Affrontare i cambiamenti personali e aziendali

Nonostante l'incessante evoluzione tecnologica e organizzativa sul lavoro, le persone spesso manifestano una resistenza al cambiamento. 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. Durante il corso ci focalizzeremo sulle competenze necessarie per affrontare questa sfida, esercitandoci sul potenziamento delle stesse.

### 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

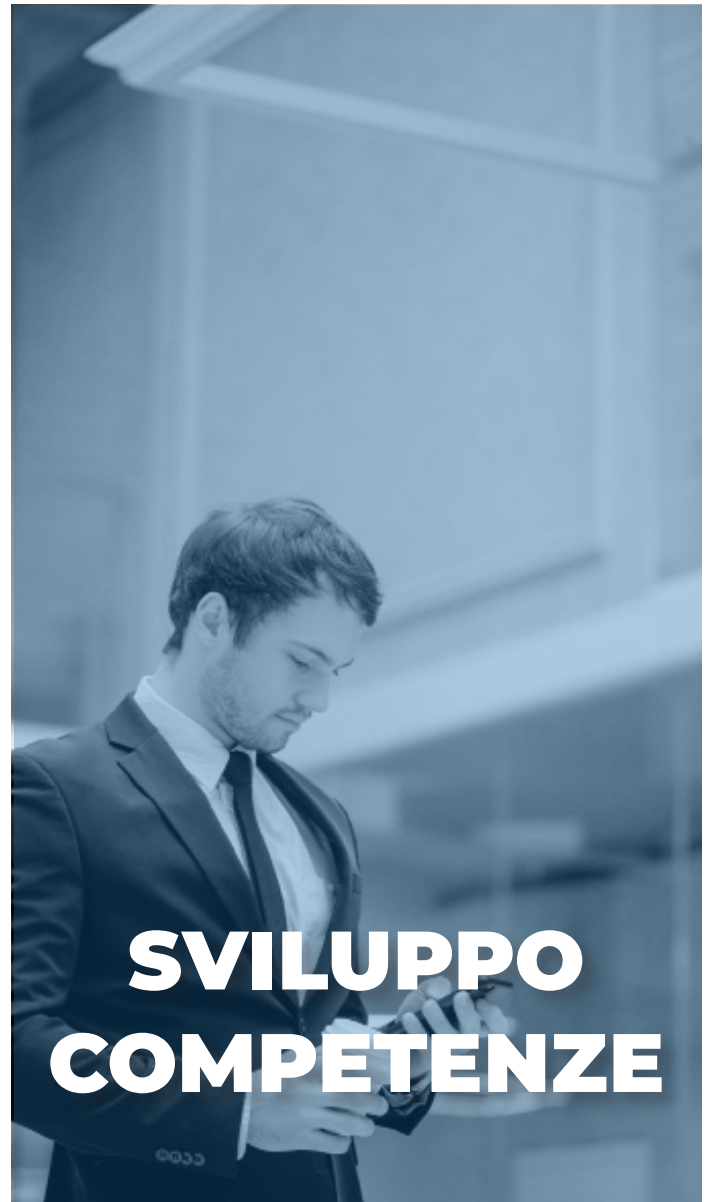
#### Il cambiamento nei rapporti lavorativi

- Capi, colleghi, collaboratori
- Clienti e business partner

#### Case Study

- esercitazioni e test sul cambiamento

#### Tradurre i cambiamenti in vantaggi per l'impresa



### OBIETTIVI

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

### DATA - COSTI

26 giugno 2026; 16 dicembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM35 - L'utilizzo del Feedback in azienda

## Comprendere l'importanza del feedback e allernarne l'efficacia

Il feedback rappresenta un valido strumento di comunicazione con i collaboratori, che li facilita nell'orientarsi rispetto agli obiettivi aziendali, andando a riflettere sul proprio operato sia in termini positivi che di miglioramento. Un feedback di vero valore non solo fornisce direzioni precise, ma anche abilita la persona a sviluppare strategie personali per migliorare.

### PROGRAMMA

#### L'importanza del feedback

- lo scopo del feedback all'interno dell'organizzazione
- il feedback nella relazione capo-collaboratore
- processi strutturati di feedback e/o pratiche informali

#### La comunicazione nel feedback

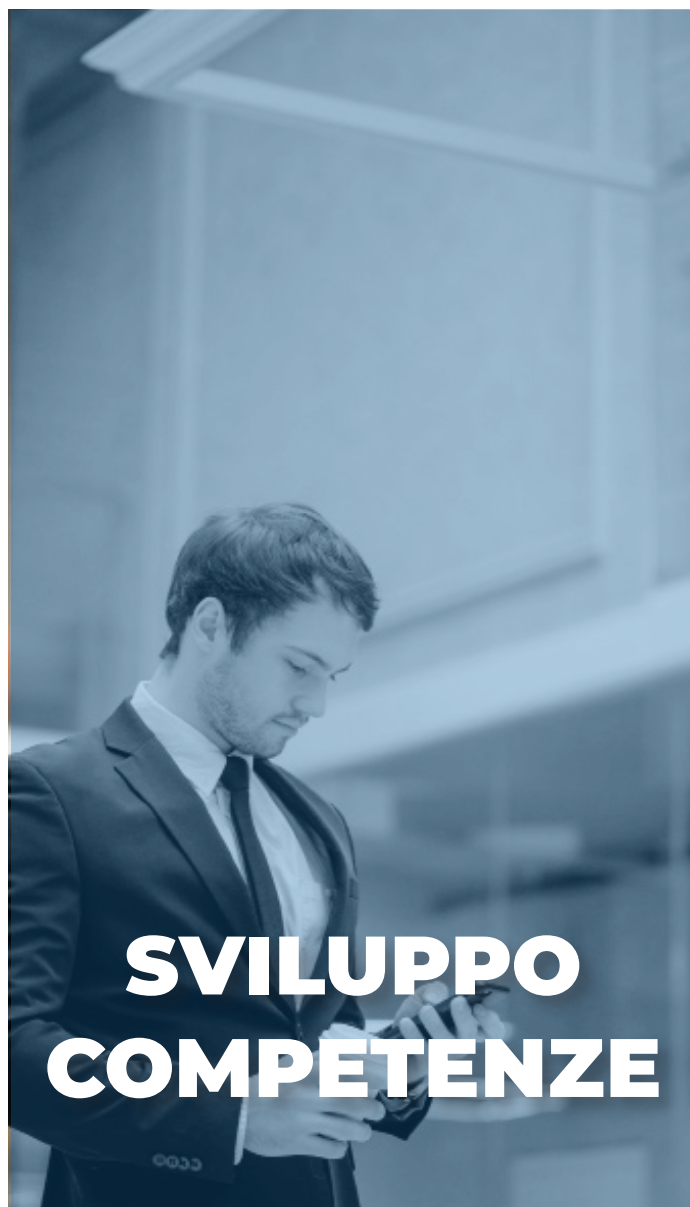
- le regole del feedback: processo e relazione
- opportunità e rischi
- assertività e autenticità

#### Gli aspetti emotivi del feedback

- La dinamica emotiva in chi dà e in chi riceve feedback
- Regolare le emozioni per una maggiore efficacia
- ansia da feedback
- La consapevolezza di sé come base per la gestione del feedback

#### Pratiche di feedback

- casi e simulazioni



### OBIETTIVI

- Approfondire e capire le regole del feedback
- Comprendere gli aspetti emotivi del feedback

### DATA - COSTI

19 giugno 2026; 11 dicembre 2026  
Orario: 9.00 – 13.00  
QUOTA EURO 190,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM36 - 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
- Il sistema di gestione operativa (WMS)

#### 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

### DATA - COSTI

4 marzo 2026; 10 novembre 2026  
Orario: 9.00 - 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM37 - Gestione della logistica: fondamentali

## Concetti base dei processi logistici

Il seminario è destinato alle persone che devono cominciare a confrontarsi con le problematiche inerenti alle 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

- Definizione ed evoluzione della Logistica
- Il servizio attraverso la logistica
- Il servizio al cliente
- La Logistica 4.0

### Le componenti della logistica

- Logistica e Supply Chain
- Definizione di Supply Chain
- Componenti della Logistica
- I confini e le interfacce del magazzino
- Il Livello di Servizio al Cliente

### Approvvigionamenti e scorte

- L'approvvigionamento
- La gestione delle scorte
- Modelli di gestione delle scorte
- La legge di PARETO
- L'ABC incrociata

### La logistica di produzione

- La pianificazione e la programmazione della produzione
- La produzione «tirata» dalla domanda
- L'approvvigionamento
- TAKT Time & Cycle Time & Lead Time
- La Lean Production

### La struttura distributiva e i trasporti

- Strutture fisiche e Network Distributivo
- I centri di distribuzione (Ce.Di.)
- Il trasporto merci
- La scelta del fornitore
- I Software per i trasporti

### L'Information Technology e la gestione delle informazioni

- ERP - Enterprise Planning Resource
- La gestione del processo in magazzino
- I sistemi di identificazione automatica
- La trasmissione delle informazioni
- Il Warehouse Management System (WMS)
- L'importanza di una buona anagrafica articoli

### Le operations della logistica

- I processi di magazzino
- L'unità di carico, (UdC)
- Caratteristiche dei flussi fisici
- Il ricevimento delle merci e lo stoccaggio
- La collaborazione di filiera
- Lo stoccaggio delle merci
- Il picking
- Criteri gestionali di evasione degli ordini
- Soluzioni di prelievo
- Le attività complementari al picking
- L'attività di Slotting
- La spedizione delle merci

### Il monitoraggio delle prestazioni e dei costi

- I costi logistici
- La misurazione delle prestazioni (KPI)
- Il benchmarking
- Il reporting e i cruscotti

### L'outsourcing logistico

- Quando, come, perché terziarizzare
- Vantaggi e rischi
- Struttura tariffaria
- Regole generali

## OBIETTIVI

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

## DATA - COSTI

14 aprile 2026; 20 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM38 - La gestione degli inventari

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

Ogni azienda, manifatturiera o GD con le vendite intende realizzare l'obiettivo della sostenibilità mediante la redditività. Le differenze inventariali di natura fraudolenta o gestionale hanno riflessi sull'operatività delle vendite e della produzione riducendo la capacità dell'impresa di realizzare la prevista redditività. Il corso intende fornire ai responsabili e addetti delle funzioni vendite, produzione, logistica e magazzino i metodi per approfondire le cause che generano differenza inventariale e la metodologia di progetto per il miglioramento gestionale.

## PROGRAMMA

**Impatto economico-finanziario per differenze inventariali sulle vendite, le scorte e il costo del venduto in azienda**

**Effetti sul bilancio e sulla redditività d'impresa**

**L'inventario di magazzino e dei materiali in lavorazione (wip)**

- Diversi approcci inventariali secondo finalità del gestore
- L'inventario di fine anno: il piano d'inventario
- Inventari periodici per finalità di bilancio intermedio
- Inventario rotativo: quattro regole da rispettare per un valido controllo rotativo
- Inventario wip: difficoltà tecnologiche e gestionali da superare

**Analisi e misura delle differenze inventariali**

- Classificazione delle cause di differenza
- Valorizzazione delle differenze: l'inventary accuracy report
- Reporting delle cause d'errore e/o furto
- Le differenze inventariali come misura delle prestazioni del magazzino e dell'azienda

**Metodi per il miglioramento**

- Partire dall'attuale stato dell'arte: la mappatura delle aree di rischio
- Semplificare la gestione: bar code, RFID, 5S, KANBAN, Standardizzare...
- Criticità implicite nei materiali gestiti, nelle caratteristiche strutturali e tecnologiche del magazzino
- Verifica delle procedure, dei ruoli e competenze dei responsabili e del personale

**Il progetto di miglioramento**

- Il progetto secondo il metodo DMAIC
- Il progetto secondo il metodo SMART

**Esempi applicativi di inventario generale e rotativo**



## OBIETTIVI

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

## DATA - COSTI

24 e 26 marzo 2026; 27 e 29 ottobre 2026

Orario: 9.00 - 13.00

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM39 - Avete KPI logistici? Costruiamoli

## 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 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 una dashboard logistica.

### 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

### DATA - COSTI

10 marzo 2026; 4 aprile 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM40 - Recuperare efficienza in magazzino attraverso 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

### 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

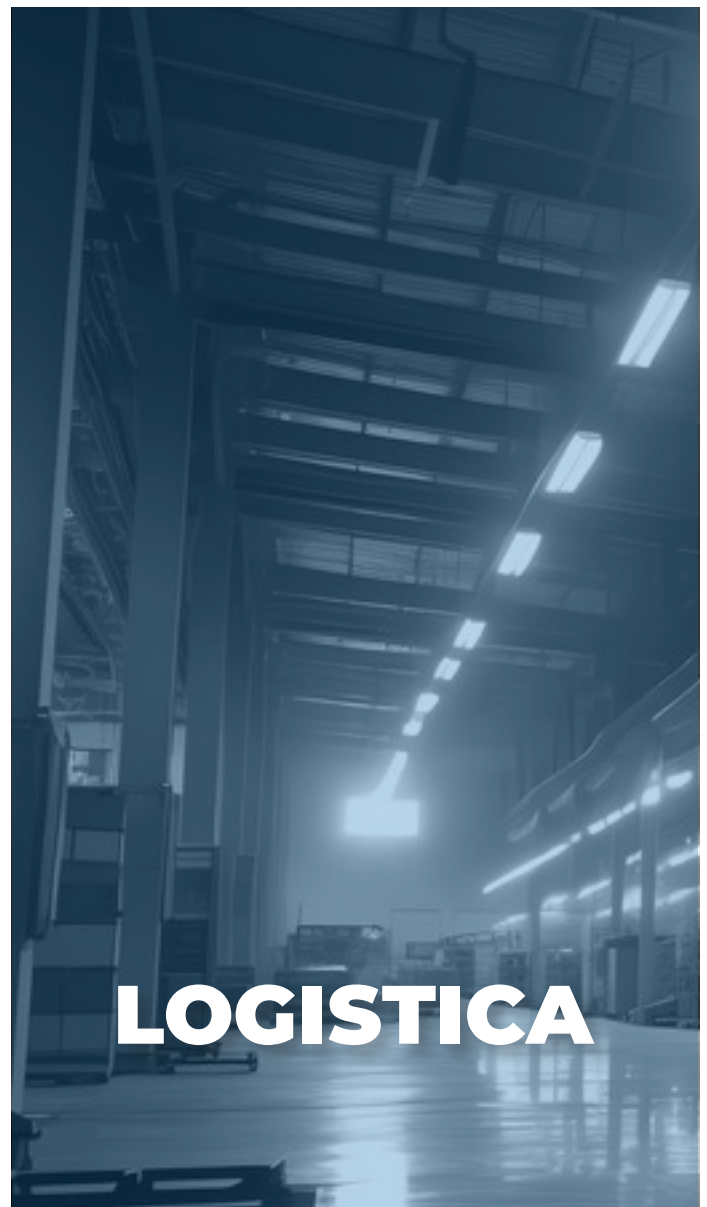
- Il magazzino
- I principali processi da analizzare
- Ridurre gli sprechi in magazzino
- Studio dei *Tempi*
- Studio dei *Metodi*
- Sistemi premianti
- Competenze necessarie per svolgere lo studio

#### 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

#### 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

### DATA - COSTI

9 aprile 2026; 24 novembre 2026  
Orario: 9.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM41 - Diminuire i costi della logistica distributiva

## Come individuare i costi, quantificarli, interpretarli e diminuirli

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

#### La logistica oggi

- Definizione ed evoluzione della logistica
- Il servizio attraverso la logistica
- La logistica 4.0
- Le componenti della logistica
- Definizione di Supply Chain
- Componenti della logistica

#### Il servizio al cliente

- Cosa è il servizio al cliente?
- Il Livello di servizio al cliente
- Livello di servizio: la soddisfazione

#### Il conto economico di un'azienda

- Il conto economico di un'azienda
- I costi della logistica distributiva

#### I costi di magazzino

- I costi di magazzino
- la collaborazione di filiera
- L'outsourcing
- I costi di housing e i costi di handling (esempi di calcolo)

#### I costi delle scorte

- I costi delle scorte
- La scorta di sicurezza
- Livello di servizio e costi
- I principali indicatori da tenere sotto controllo
- La legge di PARETO
- ABC incrociata
- Possibili contratti / gestione degli stock

#### I costi dei trasporti

- Il trasporto merci
- I costi dei trasporti
- La tariffa di trasporto
- I tempi di resa e il livello di servizio
- L'impiego di strumenti informatici per la riduzione dei costi

#### Le reti distributive

- La distribuzione fisica
- Strutture fisiche e Network Distributivo
- Costi delle strutture fisiche
- I centri di distribuzione (Ce.Di.)
- I principali driver di costo e le relazioni tra di loro

#### Il miglioramento continuo

- Lean – cosa significa?
- Six Sigma – impatto sulla qualità
- Gli sprechi (Muda)
- Gli altri sprechi: Muri e Mura
- Il miglioramento continuo

#### Il controllo dei costi logistici

- Logistica e cash generation

#### Monitorare i costi

- La misurazione e il reporting: importanza e loro evoluzione
- La costruzione di un sistema di controllo dei costi e delle performance (KPI)
- La realizzazione di un cruscotto logistico

### OBIETTIVI

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

### DATA - COSTI

20 maggio 2026; 16 dicembre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM42 - Come progettare un magazzino moderno

## Metodi, idee ed esperienze

L'estendersi e il consolidarsi dell'economia globale polarizza la competizione sulla qualità della Supply Chain aziendale. Il magazzino, elemento basilare di ogni strategia logistica, assume un ruolo fondamentale per il raggiungimento di prestazioni distintive sul piano dell'efficacia ed, ovviamente, dell'efficienza: da centro di costo il magazzino deve evolvere verso un centro di servizio e di profitto.

Per ottenere questo risultato non basta solo disporre di tecnologie ed attrezzature adeguate, ma occorre anche strutturare il magazzino secondo gli indirizzi dettati dai fabbisogni dalla catena logistica interna ed esterna, individuando modelli organizzativi rispondenti alle necessità del mercato.

## 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, tempistiche e qualità
- Il collaudo in fabbrica (FAT)
- Il cantiere e i montaggi
- L'avviamento e collaudi sul sito di installazione

### 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
- 

## DATA - COSTI

11 marzo 2026; 13 ottobre 2026

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM43 - 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?

## DATA - COSTI

24 febbraio 2026; 6 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM44 - 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 definitivi
- Le caratteristiche 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?

### DATA - COSTI

7 maggio 2026; 19 novembre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM45 - 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 terziarizzazione
- 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

#### 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

### DATA - COSTI

29 aprile 2026; 10 dicembre 2026

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM46 - 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

- Ruolo ed importanza delle scorte
- Il ruolo del gestore delle scorte
- L'efficacia delle scorte: il livello di servizio
- L'efficienza delle scorte: i costi per la loro gestione
- La ricerca della situazione ottimale
- La previsione della domanda

#### 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"

#### Classificazione delle politiche e 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

- Gestione della merce resa
- Reporting



### 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

### DATA - COSTI

16 aprile 2026; 12 novembre 2026

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM47 - 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

## DATA - COSTI

10 giugno 2026; 17 novembre 2026

Orario: 9.00 - 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM48 - 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



**LOGISTICA**

### 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

### DATA - COSTI

17 aprile 2026; 2 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM49 - Six Sigma in Logistica

## Una metodologia efficace per ridurre errori e aumentare le performances nei processi principali della Logistica

Il Six Sigma è un metodo di Problem solving e miglioramento delle attività che può essere facilmente applicato nelle Imprese che si occupano di logistica, per il miglioramento delle attività operative, per l'efficientamento dei processi e la contrazione dei costi, di gestione del personale, di corretta gestione della soddisfazione del CLIENTE. Il corso mira a fornire una prima formazione di base sul Six Sigma tale da rendere il Manager partecipante un membro operativo di un team six sigma, attraverso un inquadramento ad ampio livello del metodo DMAIC (Define – Measure – Analyze – Improve- Control) e degli strumenti tipici di ogni singolo step della metodologia.

### PROGRAMMA

#### Introduzione al Six Sigma

- Definizione di Six Sigma
- Organizzazione, ruoli e responsabilità
- I metodi applicabili nelle imprese della Logistica

#### Define

- Descrivere il problema rilevato dal titolare/ Direttore e dal suo staff
- Costruire un Project Charter
- Applicare la Tecnica SIPOC ( Supplier-Input- Process- Output- Customer)

#### Measure

- Teoria della conoscenza: approccio necessario alla misurazione dei principali indicatori del Business;
- Tecniche per raccogliere i dati ( dai clienti, dal Gestionale, dall'esperienza)
- Processi di stratificazione e matrice delle priorità
- Indici statistici sintetici ( stock e stock medio, fatturato, redditività, Rotazione, Produttività)
- Definizione della Capability dei processi logistici interessati

#### Analyze

- Utilizzo del Diagramma Causa effetto
- La tecnica dei 5 perché finalizzata a scovare i problemi alla radice

- Un caso specifico di analyze: Diagramma di Pareto per le eccedenze di scorta

#### Improve

- Sviluppare e verificare le soluzioni utili per eliminare il problema evidenziato
- Strumenti per la generazione delle soluzioni
- I metodi di brain storming per il coinvolgimento della parte operativa
- L'implementazione delle soluzioni
- Teoria sull'Error Proofing e Poka Yoke

#### Control

- Test pilota
- Le carte di controllo
- Le variabilità naturali e speciali
- Le tecniche per ricondurre il processo nella sua variabilità naturale



### 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

### DATA - COSTI

19 marzo 2026; 22 ottobre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM50 - Programmazione, schedulazione e controllo avanzamento lavori in produzione

## L'analisi e la pianificazione delle capacità per la conduzione ottimizzata della produzione

La programmazione della produzione deve adattarsi rapidamente alle mutevoli esigenze, richiedendo un sistema di controllo affidabile. Amministrare la capacità produttiva con metodo e sistematicità permette di ottenere economie e migliorare la competitività aziendale.

### PROGRAMMA

#### La programmazione per le aziende make to stock

- I servizi aziendali coinvolti nella stesura delle previsioni
- Definizione del piano principale di produzione
- Case history: il piano di domanda

#### La programmazione su ordine cliente – make to order

- Le procedure di controllo dell'ordine cliente e assegnazione della data di conferma
- La programmazione dell'ordine e la verifica di capacità

#### I supporti informatici per la programmazione

- La distinta base dei prodotti, i cicli di lavorazione e la capacità degli impianti
- La contabilità di magazzino
- Gli archivi degli ordini in corso d'acquisto e produzione
- Esercitazione: costruire una distinta base modulare

#### La gestione delle scorte

- I criteri di gestione delle scorte e i costi coinvolti nella gestione delle scorte
- Esercitazione: uso del metodo a punto di riordino

#### Pacchetti software per il controllo della produzione

- Metodi per introdurre i sistemi MRP nell'azienda e loro evoluzione (APS)
- Esercitazione: verifica dei criteri di riordino utilizzati in MRP

#### La programmazione operativa dei reparti

- Le verifiche di carico a capacità finita, gli schedulatori di capacità
- Il rilascio degli ordini e il controllo avanzamento
- I metodi di controllo input/output

#### Tecniche innovative di gestione della produzione

- La programmazione con tecniche JIT e LEAN
- Case history: introduzione di tecniche lean per la riduzione delle scorte e del tempo d'attraversamento

#### La gestione dei fornitori e dei terzi

- Le logiche di gestione degli acquisti e controllo del vendor rate



### A CHI È RIVOLTO?

Responsabile stabilimento, responsabile produzione, responsabile logistica, responsabile programmazione, materials manager, responsabile pianificazione, responsabile tempi e metodi

### DATA - COSTI

12 e 14 maggio 2026; 13 e 15 ottobre 2026

Orario: 9.00 - 13.00

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM51 - Controllare e migliorare costi e prestazioni della produzione

## Monitorare uno dei processi primari che influenza la competitività aziendale

La produzione è uno dei processi primari che determina il successo competitivo sul mercato. Controllare i suoi costi e le sue prestazioni e attivare metodi di miglioramento, sono gli obiettivi fondamentali dei responsabili del processo. Il seminario offre agli specialisti gli strumenti per valutare lo stato attuale del processo e pianificare miglioramenti.

### PROGRAMMA

#### L'obiettivo della produzione

- Il miglioramento della produttività e il servizio al cliente

#### Il controllo delle prestazioni

- Costi, scorte, lead time e qualità delle prestazioni

#### L'analisi dei sistemi di fabbricazione

- La produzione per lotti e criticità
- La produzione continua e ripetitiva e caratteristiche critiche dei metodi

#### La revisione dei processi e dei lay out

- L'approccio incrementale: il miglioramento continuo
- L'approccio radicale: re-engineering dei processi

#### Produttività e organizzazione del lavoro

- Rapporti umani: ruolo, motivazione, lavoro in team, modelli di leadership

#### I metodi per il miglioramento continuo

- Kaizen, 5s e Total Productive Maintenance (TPM), SMED

#### Tecniche di organizzazione e controllo del processo

- L'introduzione dei programmi MRP/ERP

- L'uso delle tecniche JIT e LEAN

#### Controllo della qualità e miglioramento dei processi

- Diagramma di flusso del processo, scheda di controllo, analisi di Pareto (ABC)

#### I metodi di controllo dei costi

- Costi standard e Budget di produzione e analisi delle deviazioni
- Rilevazione dei costi: full costing, direct costing E Activity Based Costing (ABC)

#### Gli indicatori prestazionali di miglioramento

- Coefficienti di utilizzo delle risorse
- Difettosità del processo
- Tempo di attraversamento e livello di servizio
- Indicatori del livello delle scorte



### A CHI È RIVOLTO?

Responsabile di produzione e di stabilimento, responsabile di fabbricazione, capi reparto e di centri di lavoro, responsabile della programmazione e responsabile tempi e metodi

### DATA - COSTI

5 e 7 maggio 2026; 15 e 17 dicembre 2026

Orario: 9.00 - 13.00

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM52 - Il responsabile della produzione

## Inquadramento, problematiche e metodologie per il responsabile della produzione

Il responsabile di produzione riveste un ruolo determinante nel conseguimento della efficienza aziendale, potendo prevenire ed intervenire nella soluzione sia dei problemi generati dal ciclo produttivo, sia nelle fasi gestionali dell'azienda. È un punto di riferimento per l'integrazione con altre funzioni, ottimizzando risorse tecniche, economiche e umane.

### PROGRAMMA

#### Ruolo del responsabile di produzione

- Responsabilità operative e competenze professionali
- Produttività e livello di servizio al cliente
- Relazioni fra produzione e funzioni aziendali

#### Le scelte relative alle facilities

- Le scelte make or buy
- Il budget degli investimenti

#### Budget e costi di produzione

- Dalle previsioni al budget della produzione
- I sistemi di controllo degli scostamenti di budget

#### Compiti operativi del responsabile di produzione

- Nuovi modelli di leadership
- La sicurezza del lavoro
- Le politiche della qualità
- La manutenzione

#### Innovazione di prodotto e di processo

- Le tecniche di miglioramento continuo: KAIZEN, 5S, SMED, TPM
- JIT e Lean Manufacturing
- Produzione e digitalizzazione delle informazioni di fabbrica
- Case history: applicazione delle tecniche lean ai sistemi produttivi

#### Tecniche di organizzazione e controllo dei processi

- L'introduzione dei programmi MRP
- La programmazione e schedulazione della produzione
- Esercitazione: confronto dei criteri di riordino nel sistema MRP

#### La gestione delle scorte

- Principali sistemi di gestione delle scorte
- I costi coinvolti nella gestione delle scorte
- Esercitazione: uso del metodo a punto di riordino

#### Misura delle prestazioni

- Gli indici di misura per costi, qualità e i tempi di risposta al cliente



### A CHI È RIVOLTO?

Capo reparto, quadri Intermedi e capo officina

### DATA - COSTI

21 e 23 aprile 2026; 20 e 22 ottobre 2026

Orario: 9.00 - 13.00

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM53 - Il responsabile di reparto

## Competenze tecniche e manageriali per gestire un team in produzione

La qualità e l'efficienza di un reparto vengono misurate dalla sua produttività e dalla capacità di chi lo gestisce. Il corso forma nuovi capi reparto, dotati di competenze tecniche e manageriali, per gestire reparti caratterizzati da spinta tecnologica e innovativa. Questi responsabili sono fondamentali per garantire la produttività e l'efficienza del reparto, considerato un centro di costo aziendale.

### PROGRAMMA

#### Le caratteristiche dei sistemi produttivi

- Diversi sistemi produttivi e loro criticità
- Tempi di attraversamento veloci: una nuova forma di competizione fra imprese
- Flessibilità, alta produttività, automazione

#### Ruolo del capo reparto...

- Conoscenze delle risorse tecniche
- Capacità di gestire l'organizzazione del reparto
- Capacità di gestione delle risorse umane: ruolo, motivazione, lavoro in teams

#### Le risorse innovative

- Sistemi flessibili di produzione e
- Software di gestione della produzione: MRP, APS

#### Il reparto come centro di responsabilità e di costo

- Costi fissi e variabili di reparto
- Produttività e sistemi di misura
- Cicli di lavoro e costi del prodotto

#### Il capo reparto e i metodi di miglioramento della produttività

- Kaizen, 5S, TPM, SMED
- I metodi di riorganizzazione del lavoro e la produzione a flusso
- JIT e Lean production

#### Il controllo delle attività di reparto

- Indicatori per il controllo dell'efficienza delle risorse: impianti, MO, materiali
- Indicatori per il controllo dell'efficacia: il livello di servizio al cliente

#### La qualità in produzione

#### La 626/94 la sicurezza in reparto

#### La manutenzione degli impianti

#### Automazione e digitalizzazione delle informazioni di fabbrica

#### Casi d'impresa: discussione delle realtà produttive dei partecipanti



### A CHI È RIVOLTO?

Responsabile Stabilimento, responsabile produzione, responsabile Logistica, materials manager, responsabile pianificazione e responsabile tempi e metodi

### DATA - COSTI

3 e 5 marzo 2026; 10 e 12 novembre 2026

Orario: 9.00 - 13.00

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM54 - 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



### A CHI È RIVOLTO?

Direttori Industriali, responsabili della programmazione, responsabili di produzione, ingegneri di processo, addetti al miglioramento continuo

### DATA - COSTI

14 e 16 aprile 2026; 1 e 3 dicembre 2026  
Orario: 9.00 - 13.00  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM55 - L'applicazione del modello "lean production" nella propria azienda

**Comprendere e approfondire i principi e le logiche del modello lean per una "trasformazione snella" di successo.**

Il modello "lean production" è riconosciuto da tutti come il modello di riferimento per massimizzare tutte le performance operative dei sistemi logistico/produttivi (costi, qualità e servizio). È solo grazie al modello "lean" che è infatti possibile minimizzare i costi e massimizzare allo stesso tempo i livelli di servizio offerti ai propri clienti. Il workshop offre risposte alle domande e ai dubbi sull'applicazione del lean, aiutando ad affrontare le sfide aziendali."

## PROGRAMMA

**Prima sessione (mezza giornata, 3,5 ore)**

**Logiche e principi del modello "lean" production:**

- La caccia ai 7 sprechi
- I 3 principi operativi
- I prerequisiti di applicazione del modello

**La mappatura del flusso del valore (VSM - Value Stream Mapping)**

- Il Current State
- Il Future State
- Il piano di interventi

**Seconda sessione (mezza giornata, 3,5 ore)**

**La gestione efficiente delle operazioni di magazzino**

- Uno strumento essenziale per progettare processi logistico/produttivi snelli: la mappatura del valore (VSM - Value Stream Mapping)
- Overview dei principali strumenti del modello lean

Casi di applicazione



# OPERATIONS

## A CHI È RIVOLTO?

Direttori Industriali, responsabili della programmazione, responsabili di produzione, ingegneri di processo, addetti al miglioramento continuo

## DATA - COSTI

17 e 18 febbraio 2026; 6 e 7 ottobre 2026

Orario: 9.00 - 13.00

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM56 - La Value Stream Mapping

## Come trasformare i processi logistico/produttivi in processi "lean"

Il modello lean è essenziale per massimizzare le performance operative dei sistemi logistico/produttivi, integrando efficacia ed efficienza. Trasformare un processo produttivo in un processo lean significa privilegiare l'efficienza complessiva rispetto alle singole fasi, utilizzando la Value Stream Mapping come metodo di riferimento. Durante il corso verrà presentata in dettaglio la metodologia per mappare il valore di un processo logistico/produttivo, anche con l'aiuto di un'esercitazione pratica.

### PROGRAMMA

#### Prima sessione (mezza giornata, 3,5 ore)

##### Introduzione alla produzione snella

- La caccia agli sprechi
- I principi del Lean Production System
- Overview dei principali strumenti del modello lean

##### La mappatura del flusso del valore (VSM - Value Stream Mapping)

- Il Current State
- Il Future State
- Il piano di interventi

#### Seconda sessione (mezza giornata, 3,5 ore)

L'intera sessione è dedicata allo sviluppo di un'esercitazione finalizzata ad apprendere la tecnica VSM attraverso un'esercitazione. Sarai protagonista nella redazione del Current State, del Future State e del piano di interventi di un "case study" e parteciperai alla discussione dei diversi piani individuati da tutti i partecipanti al corso.



### A CHI È RIVOLTO?

Responsabili di stabilimento, responsabili della programmazione, responsabili di produzione, ingegneri di processo, addetti al miglioramento continuo

### DATA - COSTI

12 e 13 maggio 2026; 2 e 3 dicembre 2026  
Orario: 14.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM57 - L'organizzazione delle postazioni di lavoro: le 5s

## Come organizzare i reparti produttivi e le postazioni di lavoro

Nel contesto dei reparti produttivi, la reattività agli imprevisti è cruciale. La best practices riconosciuta a livello mondiale per l'organizzazione dei reparti produttivi sono le 5S, accompagnate dalla così detta "gestione a vista" delle attività produttive. Nel corso, saranno fornite linee guida e strumenti per implementare queste metodologie nelle aree produttive.

### PROGRAMMA

Introduzione ai principi e alle logiche della produzione snella

Principi e strumenti delle 5 fasi di implementazione delle 5S:

- Seiri
- Seiton
- Seiso
- Seiketsu
- Shitsuke

Come attivare una campagna 5S i

Logiche, concetti base e strumenti della gestione a vista

I vantaggi del "visual management"

Strumenti di "visual management" per il miglioramento delle performance produttive



### A CHI È RIVOLTO?

Responsabili di produzione, responsabili di reparto, ingegneri di processo, addetti al miglioramento continuo

### DATA - COSTI

10 e 11 marzo 2026; 20 e 21 ottobre 2026

Orario: 14.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM58 - TMP: migliorare l'efficienza delle macchine e degli impianti

Linee guida, metodi e strumenti per massimizzare le performance operative di macchine e impianti produttivi

La gestione efficace di macchine e impianti è cruciale per il processo produttivo aziendale. La best practices riconosciuta a livello mondiale per la gestione efficace ed efficiente di macchine e impianti è la "TPM - Total Productive Maintenance", uno delle metodologie e strumenti più importanti del modello "lean production". Nel corso, verranno fornite linee guida e strumenti per implementare questa metodologia e migliorare le performance operative degli impianti produttivi.

## PROGRAMMA

**Prima sessione (mezza giornata, 3,5 ore)**  
**Il ruolo della manutenzione in fabbrica**

**La performance delle macchine/impianti: l'Overall Equipment Effectiveness (O.E.E.) e le 6 grandi perdite**

**Le componenti dell'O.E.E.:**

- Disponibilità
- Prestazione
- Qualità

**I 5 passi per implementare il TPM**

**Seconda sessione (mezza giornata, 3,5 ore)**  
**Come definire i progetti di miglioramento dell'O.E.E.**

**Tecniche di base per migliorare l'efficienza delle macchine:**

- I 5 Perché
- Il diagramma CEDAC (Cause & Effect Diagram with Additional Cards)
- Il Visual Management
- Le "One Point Lessons"



## A CHI È RIVOLTO?

Responsabili di produzione, responsabili della manutenzione, ingegneri di processo, addetti al miglioramento continuo

## DATA - COSTI

28 e 29 aprile 2026; 17 e 18 novembre 2026

Orario: 14.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM59 - II “Cell Design”

## Come migliorare l'efficienza e ridurre i tempi di attraversamento con la lean production

Il principio chiave del lean production è la produzione “a flusso”, che minimizza i costi, i tempi e i lotti di produzione mentre migliora la qualità. La tecnica “cell design” rende possibile questo processo, riprogettando le aree produttive per implementare i principi lean. Durante il corso ti verrà presentata in dettaglio questo metodo di riprogettazione delle aree produttive, siano esse singoli reparti di lavorazione o area di assemblaggio.

### PROGRAMMA

#### Prima sessione (mezza giornata, 3,5 ore)

##### La produzione “a flusso”:

- Il focus sul prodotto e la caccia agli sprechi
- I principi operativi
- Gli strumenti di base

##### Cos'è una famiglia di prodotto nella produzione “a flusso”?

##### Individuare una possibile “cella di prodotto” attraverso la Mappatura del Valore

#### Seconda sessione (mezza giornata, 3,5 ore)

##### 11 domande a cui rispondere per progettare una cella di prodotto

##### La gestione dei materiali e delle macchine

##### Il ruolo degli operatori



### A CHI È RIVOLTO?

Direttori di stabilimento, direttori Industriali, responsabili di produzione, responsabili della logistica interna, ingegneri di processo, addetti al miglioramento continuo

### DATA - COSTI

24 e 25 febbraio 2026; 3 e 4 novembre 2026

Orario: 14.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM60 - Il Pull System e il kanban: come semplificare la gestione della produzione e dei materiali

## Logiche lean per la gestione dei materiali in fabbrica e con i fornitori

Il kanban, parte del Pull System del modello lean production, aiuta a gestire tale flusso. Durante il corso verranno presentati i principali benefici del Pull System, nonché i principi da applicare e i prerequisiti da avere per poterlo utilizzare con successo in azienda. Verranno infine presentati i diversi tipi di kanban e le diverse logiche attraverso le quali possono essere definiti e dimensionati.

### PROGRAMMA

**Prima sessione (mezza giornata, 3,5 ore)**  
**I principi della lean production e obiettivi di un Pull System**

La logica Push VS Pull

Il punto di disaccoppiamento e il concetto di Supermarket

Prerequisiti affinché un Pull System possa funzionare

Il livellamento della produzione: un principio controintuitivo ma fondamentale

**Seconda sessione (mezza giornata, 3,5 ore)**  
**I kanban non sono tutti uguali:**

- Kanban di prelievo e kanban di produzione
- Double Bin e Kanban Segnale
- Il multikanban

La gestione della catena di fornitura: Pull System e MRP a confronto

Aspetti organizzativi legati al Pull System



### A CHI È RIVOLTO?

Direttori Industriali, responsabili della programmazione, responsabili acquisti, responsabili di produzione, ingegneri di processo, addetti al miglioramento continuo

### DATA - COSTI

3 e 4 marzo 2026; 9 e 10 dicembre 2026  
Orario: 14.00 – 17.30  
QUOTA EURO 340,00 + IVA  
Include il materiale didattico e attestato di partecipazione  
CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

# SM61 - 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 e Tecniche di Preventivazione:

- Rilevazione cronometrica
- Tempi predeterminati
- Parametrica

### Tempi di "Setup" o Cambio di produzione



## A CHI È RIVOLTO?

Direttori Industriali, responsabili della programmazione, responsabili acquisti, responsabili di produzione, ingegneri di processo, addetti al miglioramento continuo

## DATA - COSTI

19 maggio 2026; 25 novembre 2026

Orario: 9.00 – 17.30

QUOTA EURO 340,00 + IVA

Include il materiale didattico e attestato di partecipazione

CORSO EROGATO IN MODALITÀ WEBINAR

## SCHEDA DI ISCRIZIONE

Spedire via email 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. ....

E-mail amministrativa.....

Codice SDI fatturazione elettronica.....

Partita IVA .....Cod. Fisc. ....

- Verrà inviato via mail un link di collegamento per accedere al webinar. Il link inviato potrà essere utilizzato **SOLO E ESCLUSIVAMENTE** dalle persone iscritte formalmente al corso

## MODALITÀ D'ISCRIZIONE

SVILUPPO MANAGERIALE. - Segreteria Corsi  
Tel. 0233220352  
E-mail [contatti@sviluppomanageriale.it](mailto:contatti@sviluppomanageriale.it)  
Web <http://www.sviluppomanageriale.it>

### SEDE E ORARI DEI SEMINARI

I seminari, salvo diversa indicazione, si terranno in modalità webinar 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 sette 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 dovrà essere versata tramite bonifico bancario 7 giorni prima della data del Corso e comprenderà: Materiale Didattico e Attestato di Frequenza  
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

BANCO BPM SPA  
Piazza Meda 4 - 20121 MILANO (MI)  
IBAN IT26S0503401647000000019486  
BIC BAPPIT21G57

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](mailto:privacy@mlcconsulting.it).

Timbro/Firma



Per info e iscrizioni: Tel 02 33220352

*SviluppoManageriale.it*

*è un marchio di MLC Consulting Srl - Milano*