

progetti
GIELLE s.r.l.

Servizi professionali e Corsi di formazione

Edizione 2015 - 01

Polymathes

Cooperativa del Sapere



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Polymathes Srl

Servizi Professionali e corsi di formazione

Edizione 2015 - 01

© copyright Polymathes



Indice

Chi siamo	7
Presentazione	7
Codice Etico e Deontologico	8
Consulenza.....	11
Consulenza alle organizzazioni	11
Consulenza in materia di adempimenti.....	12
Consulenza in materia di appalti pubblici	13
Consulenza in materia tecnica e logistica.....	14
Consulenza nel settore agrotecnico ed agro-economico.....	15
Consulenza per lo sviluppo commerciale Italia-Estero	16
Consulenza per la Software Selection	19
Intermediazione	20
Formazione.....	21
FAD - Progettazione, realizzazione ed erogazione corsi a catalogo.....	22
Metodologia Arcipelago®	23
Area Acquisti.....	26
Acquisti – corso base	27
Il Marketing a monte: l’acquisto	28
L’acquisto per non compratori	29
La gestione degli acquisti e delle scorte	30
La scatola degli attrezzi per gli acquisti	31
Tecniche di acquisto – la trattativa	32
Area Sensoriale.....	33
Analisi sensoriale	34
Degustazione vino	35
Enogastronomia.....	36
Area Certificazioni e dovuti per legge	37
Certificazione Etica	38
Certificazione ISO9001	39
Certificazione Ambientale SA8000	40
HACCP	41
Sicurezza	42
Area Comunicazione.....	43
Come comunicare nel gruppo di lavoro	44
Grafici e comunicazione	45
La comunicazione interpersonale efficace	46
La comunicazione persuasiva	47
La conflittualità interpersonale : come gestirla	48
La negoziazione efficace	49
Presentation management.....	50
Presentazioni efficaci.....	51
Public speaking	52

Storytelling	53
Una comunicazione migliore con il metodo teatrale	54
Uso efficace della riunione	55
Uso ottimale degli strumenti di comunicazione	56
Area Famiglia	57
Abusi e violenza in famiglia.....	58
Separarsi e divorziare oggi: negoziazione assistita e divorzio breve.....	60
Tutela della famiglia di fatto	61
Area Finanza e Amministrazione	62
Adempimenti e responsabilità in funzione del ruolo aziendale	63
Controllo di gestione per non amministrativi.....	64
Controllo di gestione avanzato	65
Riclassificazione del bilancio	66
Finanza comportamentale in ambito bancario e finanziario.....	67
Finanza comportamentale per consumatori ed utenti finali.....	68
Finanza comportamentale per dirigenti e gestori di risorse	69
Finanza comportamentale per le scelte assicurative e previdenziali.....	70
Finanza comportamentale per studenti in età compresa fra i 17 ed i 19 anni	71
Area Formazione aziendale	72
Formazione aziendale – introduzione.....	73
Formazione continua per le aziende bancarie.....	74
Formazione formatori aziendali.....	75
Organizzare la formazione in azienda.....	76
Area Risorse Umane.....	77
Budgeting del personale	78
Diritto del lavoro – elementi base	79
Fondi di previdenza complementare	80
La valutazione del personale	81
La valutazione del personale – strumenti operativi	82
La valutazione del personale – formazione valutatori	83
Normativa paghe e contributi.....	84
Area Informatica	85
Access.....	86
Da Utonto a Utente.....	87
Elementi di statistica per l’impresa.....	88
Fogli di calcolo – base	89
Fogli di calcolo – avanzato	90
Google apps	91
Grafici – base.....	92
Introduzione a Microsoft Office.....	93
Powerpoint – base	94
Powerpoint - efficace	95
Social Network: quali le potenzialità ?.....	96
Software Open Source: why not ?	97
Sviluppo Android base	98



Sviluppo Java nozioni base	99
WEB 2.0 – nuovo mondo e nuovi metodi.....	100
Word - base	101
Word - avanzato	102
Area Lingue.....	103
Area Logistica.....	104
La gestione operativa delle scorte nell’azienda distributiva.....	105
La Logistica distributiva per non logistici.....	106
Organizzazione del magazzino	107
Area Management e organizzazione.....	108
Ambienti WIKI per il lavoro di gruppo a distanza.....	109
Analisi e progettazione organizzativa: la logica per processi.....	110
Analisi organizzazione aziendale	111
Change Management nei sistemi organizzativi.....	112
Come definire le competenze lavorative all’interno dei processi aziendali	113
Dall’organizzazione per compiti all’organizzazione per competenze	114
Elementi base di organizzazione aziendale	115
Gestione e sviluppo delle unità organizzative della rete bancaria	116
L’influenza della redditività nella strategia aziendale – L’analisi SWOT	117
Knowledge management.....	118
La Consapevolezza del proprio ruolo in azienda	119
Organizzazione aziendale e funzionale	120
Per una cultura dell’innovazione nelle piccole imprese.....	121
Area Marketing.....	122
Conoscere il proprio mercato con le tecniche di segmentazione.....	123
Direct marketing.....	124
Domanda stagnante e tecniche di marketing per la piccola impresa.....	125
Il marketing dell’innovazione	126
Il marketing innovativo.....	127
La scatola degli attrezzi per il Marketing.....	128
Marketing mix per le piccole aziende.....	129
Tecniche di ricerche di mercato	130
WEB marketing	131
Project Management.....	132
Gestire progetti interfunzionali ed intersocietari	133
Project Management – metodologia	134
Project Management per il lavoro quotidiano.....	135
Lavorare per progetti: essere Squadre vincenti!.....	136
Area Sviluppo personale.....	137
Autostima: sviluppare la corretta percezione di sé sul lavoro e nella vita	138
Chiarire i valori e gli obiettivi personali.....	139
Come sviluppare le capacità decisionali: il problem solving.....	140
Comprendere come le persone decidono.....	141
Entrare rapidamente in rapporto con gli altri	142
Gestire lo stress con il respiro circolare	143

I Ching per la consapevolezza	144
Introduzione alla filosofia cinese	145
Introduzione alla filosofia e alla pratica dello Yoga	146
La cooperazione e il team approach	147
La gestione efficace del tempo	148
Leadership Skills	149
Mappe Mentali e Mappe Concettuali; apprendere ad apprendere	150
Sviluppare le competenze cognitive: creatività e problem solving	151
Tecniche di lettura veloce (Speed Reading)	152
Tecniche di memoria e metodi di studio	153
Tecniche di precisione linguistica	154
Vinco io se vinci tu	155
Area Vendite	156
Argomentare la vendita	157
Auditing commerciale per la piccola impresa	158
Conquistare e fidelizzare i clienti	159
Front office nelle strutture di vendita	160
Gestione dei conflitti con i clienti nel punto vendita	161
Gestione dei reparti della Grande Distribuzione	162
Il cliente difficile	163
Il cliente ha sempre ragione – La vendita assistita in supermercato	164
Il micro mercato del punto di vendita	165
Il punto di vendita che attrae	166
Introduzione alla vendita	167
La negoziazione commerciale	168
La relazione con il cliente nel servizio post-vendita	169
La vendita in negozio	170
La vendita nei punti vendita del Lusso	171
La vendita per non venditori	172
La vendita promozionale	173
La vendita relazionale	174
Non solo vetrine: tecniche di visual merchandising nel punto di vendita	175
Organizzare eventi commerciali (manifestazioni promozionali, meeting, fiere)	176
Progettare e controllare la pianificazione commerciale	177
Programmare la gestione delle vendite	178
Recuperare il cliente perduto	179
Store Management	180
Tecniche di vendita nel pubblico esercizio	181
Strumenti	182
Metodologia Arcipelago [®] - modulo di autovalutazione	183
Metodologia Arcipelago [®] - rilevazione fabbisogno	184
Cruscotto di controllo	185
Rilevazione Timbrature orari di lavoro tramite Android	186
Servizio ZEROSPRECHI	187



Chi siamo

Presentazione

La POLYMATHES in quanto cooperativa tra professionisti, nasce nel Luglio 2012, già con una notevole “anzianità di servizio”, sull’onda dei decreti di liberalizzazione che hanno previsto questo tipo di “aggregazione” anche per figure professionali.

Un gruppo di nove professionisti di lunga esperienza e varia estrazione si è raccolto per costituire una “cooperativa” che potesse rappresentare, per ciascuno di essi (singolarmente ed a maggior ragione come gruppo), un’opportunità di crescita e di sviluppo, mettendo a fattor comune le relative expertises, le reti di lavoro e le conoscenze.

L’ipotesi, ambiziosa, è quella di costituire un gruppo in grado di fornire al settore Pubblico ed alle Piccole Medie Imprese, servizi nel settore della consulenza e della formazione ad un livello di completezza e qualità finora riservato alle grandi multinazionali ed alle imprese di consulenza a livello mondiale.

Nasce come “cooperativa” e non come semplice “network o studio associato”, proprio per garantire al Cliente una maggiore stabilità, un livello di responsabilizzazione e di qualità superiori rispetto alla semplice “segnalazione” di un professionista più o meno sconosciuto.

La Cooperativa Polymathes è una Cooperativa del Sapere, e, in quanto tale, si ripromette, appunto, di agevolare il supporto e la collaborazione tecnologica e culturale dei professionisti del sistema, con l’universo delle imprese nei più diversi contenuti, articolazioni e dimensioni, nell’ottica di un’azione convinta, in cui il concetto di “insieme”, prevalga e si sovrapponga a quello di “contro”.

La POLYMATHES tra i suoi primi compiti si è data una organizzazione gestionale tramite un regolamento ed un codice deontologico ed etico che tutti i soci sottoscrivono, e che devono rispettare sotto il controllo di un comitato di sorveglianza.

In collaborazione con la Progetti GIELLE Srl fornisce tutti i servizi di progettazione, gestione e rendicontazione della formazione erogata tramite i Fondi Interprofessionali, rendendo facile e veloce l’accesso ai relativi finanziamenti e bandi.

Codice Etico e Deontologico

La cooperativa Polymathes fin da subito si è dotata di un codice Etico e Deontologico che prescrive i modelli e le norme di comportamento che i Collaboratori e gli Organi Sociali della Cooperativa si impegnano a rispettare, in ogni loro attività: nelle relazioni interne, in quelle nei confronti degli Enti, dei Clienti e degli Interlocutori professionali in generale.

1. Obiettivi

- 1) definire degli standard di comportamento conformi ai principi della correttezza e del rispetto delle norme e dei principi deontologici nella definizione e nella attuazione delle politiche, delle strategie e delle procedure aziendali;
- 2) sensibilizzare e motivare tutti i Collaboratori in ordine al contenuto ed alla modalità dei comportamenti attesi;
- 3) incidere, migliorandole, sulla attuazione e sulla definizione di una corretta politica e responsabilità sociale della Cooperativa, per contribuire a rendere l'azione della Cooperativa compatibile con gli interessi ed i principi che caratterizzano la società e la convivenza civile.

2. Destinatari

- 1) i Soci e gli Amministratori della Cooperativa;
- 2) i Collaboratori tutti della Cooperativa (Soci e non Soci);
- 3) i Partners, eventualmente acquisiti, in occasione dei diversi progetti.

3. Area di Applicazione

- 1) Ogni azione, all'interno delle funzioni della Cooperativa, deve essere conforme a criteri di etica professionale e comportamentale, in armonia con i principi e le procedure aziendali, con le norme poste a tutela del comportamento etico in ragione dell'attività svolta e con l'obiettivo di non esporre la Cooperativa stessa a rischi che possano generare responsabilità civili e penali e, in primo luogo, che possano nuocere al buon nome ed alla reputazione della azienda.
- 2) Vanno, naturalmente, rispettate:
 - a) le regole prescritte dalla normativa in vigore, nelle diverse materie interessate, in funzione della natura degli interlocutori aziendali;
 - b) le procedure stabilite all'interno della Cooperativa;
 - c) le disposizioni contrattuali;
 - d) le peculiarità che caratterizzano il territorio e le aree di attività interessate.

4. Compiti e responsabilità

- 1) Il Codice Deontologico è elaborato e aggiornato dal Responsabile della Funzione: Sicurezza/ambiente/deontologia/qualità ed approvato dal Consiglio di Amministrazione della Cooperativa.
- 2) In quella/e occasione/i il Consiglio, con il Coordinamento del Presidente, verifica la corrispondenza del Codice stesso alla normativa in vigore (con i relativi aggiornamenti deliberati dagli Organi preposti, nel tempo) ed ai principi etici che ne stanno alla base.
- 3) Del codice Deontologico e dei suoi successivi adeguamenti verrà data tempestiva informazione ai Soci, ai Collaboratori, ai Clienti ed agli interlocutori tutti della Polymathes.

5. Il sistema di controllo interno.

- 1) Al Responsabile della funzione viene affidato l'incarico di effettuare periodici ed attenti controlli circa il rispetto, da parte dei diversi organismi e Collaboratori/Interlocutori della Cooperativa sul Codice Deontologico.
- 2) Queste iniziative verranno periodicamente effettuate in ordine alle attività svolte dai diversi Responsabili e Collaboratori dell'Azienda, mantenendo una funzione di indipendenza dalle strutture, ma tenendo tempestivamente informato il Consiglio di Amministrazione delle eventuali inadempienze e delle infrazioni (al codice deontologico ed alla normativa in vigore) da parte delle diverse funzioni/attività.
- 3) Le normative da rispettare in proposito possono riguardare le seguenti azioni illecite:
 - a) a carattere di responsabilità penale:
 - i) turbativa di incanto/truffa;
 - ii) violenza su persone;
 - iii) assunzioni irregolari;
 - iv) false comunicazioni sociali;
 - v) violazioni norme sicurezza e tutela salute;
 - vi) violazione norme tutela ambiente;
 - vii) violazione norme tutela privacy;
 - viii) violazione in materia di copyright
 - ix) mobbing;
 - ecc. ecc.;
 - b) a carattere di responsabilità civile:
 - i) conflitto di interessi tra il Collaboratore e la Cooperativa;
 - ii) negligenza nello svolgimento del ruolo affidato;
 - iii) impiego non appropriato e personale del materiale didattico e strumentale della Cooperativa;
 - iv) contestazione motivata, in qualunque forma espressa, da parte dei Committenti e dei Clienti/Utenti;
- 4) I reclami nei confronti di un Socio possono essere presentati:
 - a) dal Responsabile deontologico
 - b) dal Presidente della Cooperativa
 - c) da un altro Socio
 - d) da qualsiasi parte terza.
- 5) Le attività e le decisioni di seguito previste sono competenza del Consiglio Disciplinare, composto dai membri del Consiglio Direttivo ad esclusione dei soci eventualmente interessati dal reclamo stesso (parte accusatoria e parte in causa); qualora i membri del Consiglio Disciplinare siano in numero pari il Consiglio Disciplinare viene integrato dal Sindaco revisore.
- 6) Il Consiglio Disciplinare si riunisce con la massima tempestività e prende le proprie decisioni solo dopo aver ascoltato tutte le parti in causa.
- 7) Il Consiglio Disciplinare motiva e comunica per scritto le proprie decisioni in modo da essere di soddisfazione di tutte le parti in causa.
- 8) All'accoglimento di un reclamo dovrà conseguire uno dei seguenti provvedimenti:
 - a) il rimprovero verbale,
 - b) la censura scritta,



- c) una multa, commisurata alla responsabilità, da un minimo di € 100 ad un massimo di 1000 €, da devolversi in beneficenza.
 - d) la sospensione dalla partecipazione alla attività professionale per conto della cooperativa da 1 mese a 3 mesi
 - e) Il licenziamento o la cancellazione dal registro dei Soci; quest'ultimo provvedimento potrà essere preso solo dopo che un socio avrà accumulato due o più dei provvedimenti precedenti, o nel caso in cui il socio non adempia alle indicazioni del Consiglio Disciplinare e comunque nel rispetto delle normative di legge in tema di rapporto di lavoro dipendente, qualora applicabile.
- 9) fermo restando, ove ricorra il caso, l'immediata denuncia alle autorità competenti., con la possibilità di deliberare, con il consenso del Consiglio di Amministrazione, misure idonee a salvaguardare la immagine e l'economia della Polymathes.
- 10) Il soggetto a cui viene contestata l'infrazione avrà la possibilità di essere ascoltato, per presentare la sua versione dei fatti, entro e non oltre i sette giorni dalla contestazione; dopodiché il Consiglio Disciplinare potrà deliberare per quanto di competenza.
- 11) Il rifiuto di sottostare alle decisioni del Consiglio Disciplinare prevede l'applicazione della cancellazione di qualsiasi rapporto tra il socio e la cooperativa; di tale situazione sarà data notizia a tutti i clienti interessati.

6. Approvazione e modifiche

- 1) Il presente regolamento è stato approvato dal CdA nella riunione del 4 febbraio 2013; entra in vigore dal giorno stesso e ne verrà inserita copia nell'ambiente di condivisione accessibile da tutti i soci.
- 2) Di qualsiasi modifica applicata a norma di statuto dovrà essere indicata traccia nel presente articolo, indicando data e natura della modifica.

Consulenza

Consulenza alle organizzazioni

Gli ambiti nei quali Polymathes offre i suoi servizi di consulenza riguardano sia la gestione produttiva delle imprese, sia la gestione dei gruppi di lavoro.

Per quanto riguarda la gestione produttiva collaboriamo con le organizzazioni nell'organizzare e controllare le performance dell'impresa e dei servizi da essa offerti.

In particolare,

Analizzare le performance con:

- lo studio preventivo della situazione;
- la presentazione delle disfunzioni;
- la messa a punto di piani di intervento e di indicatori di performance realistici;
- l'identificazione dei flussi aziendali, delle loro interrelazioni, e del loro impatto sulla redditività.

Costruire la strategia dell'impresa nel:

- preparare un business-plan;
- formulare le strategie di un'impresa;
- definire le linee di sviluppo commerciale e le politiche di Marketing;
- costruire reti e valutare le implicazioni con i partners;
- definire gli scenari possibili, i profitti attesi ed i mezzi per giungervi.

Controllare l'organizzazione ed accrescere la produttività con:

- l'analisi delle forze e delle debolezze dell'azienda;
- la messa a punto degli indicatori di performance;
- l'ottimizzazione dei flussi e dei canali di informazione.

Per quanto riguarda la gestione dei gruppi di lavoro, l'elemento decisivo per la performance è l'efficacia del management.

La consulenza mira a:

- rafforzare le attitudini alla leadership delle persone con ruoli di responsabilità;
- gestire la produttività nell'organizzazione del lavoro nei vari reparti dell'azienda;
- motivare e coinvolgere, sviluppando un ambiente di lavoro coerente con gli obiettivi;
- sviluppare le performance, valorizzando il saper fare ed il saper essere con la formazione e il coaching, individuale o di gruppo.

Consulenza in materia di adempimenti

Gli adempimenti delle aziende, per garantire la conformità legislativa alle normative ambientali (D.Lgs 152/06) e di sicurezza nei luoghi di lavoro (D. Lgs 81/08), sono funzionali alla crescita aziendale, diventando la loro non conformità “reati presupposto” (D.Lgs 231/01) ed incidendo nell’operatività della Persona Giuridica.

Polymathes, operante anche nel campo ambientale e di igiene e sicurezza nei luoghi di lavoro, si pone l’obiettivo di coordinare tutti i campi d’intervento nel settore dei servizi rivolti alla tutela dell’ambiente, della sicurezza ed igiene dei luoghi di lavoro.

La filosofia di Polymathes è mirata all’ottenimento di una accurata analisi e valutazione del rischio, così da potere impostare una ottimale gestione degli interventi da effettuare, monitorando costantemente il livello di sicurezza delle aziende:

Sicurezza e Salute nei Luoghi di Lavoro.

Le attuali normative in materia di sicurezza e salute nei luoghi di lavoro prevedono una costante presenza in Azienda di personale adeguatamente preparato ma che in molti casi necessita di attività consulenziale per lo svolgimento e la verifica della propria attività in interna.

Attività:

- Predisposizione degli atti documentali certodati relativi alla Autovalutazione dei Rischi lavorativi ex art. 17, comma 1, lettera a) e art. 28, comma 2 e comma 3, D. Lgs. 81/08 in forma ordinaria, nonché in forma Standardizzata ex art. 29 D. Lgs. 81/08 e successive modifiche ed integrazioni degli stessi.
- Effettuazione degli accertamenti tecnici e predisposizione degli atti documentali sulla esposizione a Rischio Chimico, Rischio Rumore, Radiazioni Ottiche Artificiali, Radiazioni non Ionizzanti, Vibrazioni, Stress Lavoro Correlato etc.
- Formazione Generale e Specifica per i lavoratori ex art. 37 lettera b), comma 1 e comma 3, D. Lgs. 81/08; Formazione Unica per i Datori di Lavoro ex art. 34 D. Lgs. 81/08; Formazioni deputate per gli incaricati Antincendio Aziendale ex DM 10/03/98 e per gli incaricati a Primo Soccorso Aziendale ex DM 388/03.
- Formazione Specialistica e rilascio patentini/attestati di abilitazione di Legge per Conduzione Mezzi d’Opera, Accordo Conferenza Stato-Regioni autonome 22/02/2012.
- Assistenza presso gli Enti di controllo.
- Servizio di consulenza e RSPP esterno.
- Valutazione Rischi specifici.

Servizi per l’ambiente.

- Servizi legati essenzialmente alla gestione delle problematiche inerenti i rifiuti, l’inquinamento atmosferico, l’inquinamento idrico e l’inquinamento acustico.
- Servizi relativi alla gestione della Due Diligence Ambientale.

Consulenza in materia di appalti pubblici

La Cooperativa del Sapere Polymathes ha sviluppato un servizio di consulenza e formazione sulla specifica materia dei pubblici appalti. Attraverso i suoi professionisti associati, è in grado di offrire ad aziende, singoli professionisti e strutture pubbliche, il migliore supporto possibile sugli aspetti legali e giuridici di impresa, nel campo e nella normativa relativa agli appalti pubblici.

In particolare:

- espletamento di gare di appalto per l'assegnazione di lavori pubblici;
- stesura di contratti di appalto e subappalto per lavori pubblici e privati e relativa gestione amministrativa della commessa;
- redazione di atti costitutivi e parasociali di associazioni temporanee di imprese per l'esecuzione di opere pubbliche;
- gestione della produzione e della consegna della documentazione necessaria alla stipula di contratti pubblici ai sensi del D.Lgs. 163/2006 (polizze fidejussorie, cauzioni, attestazioni s.o.a., certificazioni del sistema qualità, spese contrattuali, piani operativi di sicurezza, ecc.);
- monitoraggio e studio degli aggiornamenti legislativi nelle materie di interesse quali lavori e servizi pubblici, energie rinnovabili, ecc., con conseguente divulgazione al personale interessato, soprattutto dirigenti e quadri, di note e pareri legali circa le novità nei suddetti settori;
- gestione diretta, o in affiancamento ad Avvocati di fiducia dove è necessaria una rappresentanza in giudizio, delle pratiche legali relative a contenziosi penali, civili, amministrativi;
- svolgimento attività commerciale per le aree delle Province di La Spezia, Genova, Massa - Carrara, Lucca, Pisa, Livorno, Pistoia, Prato e Firenze, attraverso consulenze legali, mantenimento di relazioni industriali, contatti diretti con le stazioni appaltanti rappresentate da Enti Pubblici;
- supporto alle aziende nei percorsi per l'ottenimento e l'aggiornamento delle attestazioni S.O.A.;
- certificazioni del sistema qualità (ISO 9001);
- certificazioni del sistema di gestione ambientale (ISO 14001);
- certificazione del sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro (OHSAS 18001);
- certificazione sul modello di comportamento etico dell'impresa (SA 8000);
- elaborazione e concreta attuazione, per qualsiasi tipologia di impresa, del Modello Organizzativo di Gestione con relativa stesura del Codice Etico e coordinamento del lavoro dell'Organismo di Vigilanza ai sensi del D.Lgs. 231/2001;
- attività di controllo sulla gestione ed il funzionamento dell'impresa e miglioramento dell'organizzazione aziendale;
- docenza in corsi di formazione inerenti le normative legate agli appalti pubblici, il controllo di gestione, l'attività legale interna all'azienda, la responsabilità amministrativa, penale e civile dell'impresa e dei suoi singoli rappresentanti;
- fornitura e sviluppo di corsi di formazione a distanza (FAD) nelle materie relative alla formazione aziendale obbligatoria.



Consulenza in materia tecnica e logistica

Polymathes è una cooperativa che opera nel settore della consulenza in materia tecnica e logistica.

Siamo in grado di offrire, servizi inerenti la logistica dei trasporti: consulenza in materia di gestione strategica ed organizzazione dei flussi di materiali, in materia di controllo e valutazione delle prestazioni del sistema logistico, in materia di controllo consumi di carburante ed olio ed in materia di elaborazione delle manutenzioni programmate.

Siamo in grado di offrire servizi in merito alla valutazione dei sinistri, anche inerenti autobus e mezzi pesanti, con una procedura di trattazione dei sinistri stradali adatta a quelle società che utilizzano flotte di veicoli per il trasporto pubblico e non, e che necessitano di rapidità, efficienza ed economicità nell'ottenimento dei legittimi risarcimenti, garantendo un'organizzazione in grado di prendere in carico tali procedure, dall'accadimento del sinistro alla liquidazione del risarcimento, e riducendo i disagi ed i costi inerenti le procedure di trattazione degli eventi dannosi occorsi ad i vostri mezzi.



Consulenza nel settore agrotecnico ed agro-economico

L'offerta agro-economica di Polymathes è molto varia, e comprende moltissime branche dell'agricoltura, fra cui le più importanti per la Toscana sono la viticoltura, l'olivicoltura, la cerealicoltura e molte altre ancora.

Oltre alla consulenza agraria specifica, siamo in grado di effettuare analisi economiche e tecniche su ogni tipologia di azienda, con l'effettuazione del business-plan e del controllo della gestione del personale.

Altra tipologia di consulenza che possiamo offrire è quella basata sull'estimo agrario, con valutazioni analitiche delle aziende attraverso la stima dei parametri tecnici, strutturali ed edilizi delle aziende agricole.

Inoltre, siamo in grado di potere effettuare consulenze su tutto il comparto agro alimentare, con progetti e con specifiche conoscenze in enologia, olio, pasta, pane, latticini, derivati della carne e tutto ciò che concerne l'alimentaristica.

Infine, possiamo offrire consulenze su tutto ciò che concerne l'accesso ai fondi comunitari, con i quali effettuare nuovi investimenti all'interno delle aziende agricole.

Consulenza per lo sviluppo commerciale Italia-Estero

L'assetto e il benessere di una Azienda, anche in tempi difficili, passa da una rinnovata spinta organizzativa interna e da un comparto commerciale in grado di portare sviluppo, con nuovi ordini e nuovi clienti dai mercati italiano ed esteri. Così nasce l'area di sviluppo che Polymathes mette a disposizione, attraverso l'esperienza ventennale di un team di esperti, maturata all'interno di aziende pubbliche, private e multinazionali, per l'organizzazione di vendita di beni durevoli e/o servizi, dove l'obiettivo della mission aziendale sia lo sviluppo commerciale, un efficiente assetto interno, posto in atto attraverso metodologie adeguate alle attuali esigenze del mercato e destinate a crescere nel tempo. La consolidata esperienza commerciale gestionale e marketing, ha permesso al team di Polymathes di affiancare molte imprese in progetti di sviluppo commerciale sul territorio nazionale ed internazionale, ottimizzando le risorse interne e la rete commerciale, e coadiuvando la Proprietà ed il management in tutte le attività necessarie al raggiungimento del successo d'impresa attraverso una forte personalizzazione dei programmi.

Questa attività, proposta in forma consulenziale, permette alle imprese di usufruire dei servizi offerti solo per il tempo necessario alla risoluzione dei problemi, e sino al raggiungimento degli obiettivi; una modalità di erogazione che favorisce la facilità di affiancamento su progetti mirati.

In uno scenario di mercato internazionale in forte e veloce evoluzione, dove la competitività è sempre più accesa, è necessario che ogni azienda adotti tutte le metodologie possibili per mantenersi ai vertici del proprio segmento di business per mantenere e sviluppare i propri fatturati. Con questo obiettivo, Polymathes si pone come uno strumento moderno, basato su solide basi professionali, al fianco dell'imprenditore manager, per la soluzione dei problemi aziendali.

Aree di intervento

Fase conoscitiva

Ogni nuovo progetto parte da un suo fondamentale punto di inizio definito come Analisi delle Problematiche. Insieme alla Proprietà ed ai responsabili interni sono, pertanto, sottoposte ad analisi tutte le componenti che porteranno ad evidenziare le aree forti e quelle destinate ad una azione di miglioramento, attraverso una azione mirata sul progetto stesso. I risultati di questa fase di analisi sono presentati e condivisi dal consulente a capo del progetto con l'Azienda, per la definizione della strategia necessaria alla risoluzione delle problematiche riscontrate.

Analisi di prodotto

In stretta collaborazione con le competenze interne, si esaminano i prodotti per individuarne i punti di forza per le azioni commerciali da mettere in atto.

Analisi ed espansione dei mercati

Capire il mercato sul quale si opera per determinare le azioni di consolidamento adatte al mantenimento



dei fatturati sin qui raggiunti. Una attenta analisi e l'utilizzo di moderni strumenti di marketing permetteranno di individuare le migliori occasioni di vendita e distribuzione sui nuovi mercati.

Internazionalizzazione.

Un termine, ormai, consueto con il quale si intendono creare o sviluppare forti basi per la commercializzazione e distribuzione dei propri prodotti e servizi a carattere internazionale. Un programma ambizioso ma raggiungibile che ha permesso a molte aziende di confrontarsi stabilmente con nuove e più remunerative realtà, attraverso processi gradualmente ed adatti alle proprie esigenze. Il futuro di ogni azienda parla oggi un linguaggio internazionale.

Realizzazione di nuove unità produttive all'estero.

Quando i progetti di internazionalizzazione sono opportunamente avviati e consolidati, per alcune aziende diventa naturale la previsione di produrre in paesi che permettano una più forte e attiva competitività, espressa nella ricerca non solo di manodopera a più basso costo, ma anche nella ricerca della capacità di rispondere alle commesse del cliente con modalità nuove e diverse. Polymathes ha maturato specifiche esperienze di internazionalizzazione e delocalizzazione verso l'Est Europa, l'Asia ed il Sud America e mette a disposizione del cliente non solo tutte le fasi del progetto preparatorio, ma anche la funzione di Project e Temporary Manager, ovvero una figura che affianca la Proprietà ed i responsabili interni, assistendoli in tutte le fasi di realizzazione e sino al completo successo produttivo e commerciale.

Sviluppo reti vendita.

Attraverso l'ottimizzazione e lo sviluppo della rete vendita, vengono consolidati i fatturati, difesi i propri risultati dall'azione delle aziende concorrenti e raggiunti i traguardi fissati dalla Proprietà in funzione delle necessità aziendali.

Sviluppo delle capacità professionali interne.

Ogni piano di sviluppo, prevede il miglioramento delle prestazioni professionali di ciascun membro dello staff interno, rendendolo capace di confrontarsi con la Proprietà, con i venditori, con i fornitori e con i clienti in modo rapido ed efficace, ed offrire una solida base ai piani di sviluppo.

Miglioramento della produzione.

Il controllo di processo si rende maggiormente utile per quei settori che negli ultimi anni hanno visto la costante riduzione dei propri margini economici. L'attivazione di un'attività finalizzata al controllo dei processi interni potrà generare recupero economico e ottimizzazione delle prestazioni. Due fattori che concorrono bene alla ripresa della competitività aziendale.

Immagine aziendale per nuovi mercati.

Studio e realizzazione, in low cost, di un'immagine aziendale adeguata agli standard di mercato, capace di catturare l'attenzione del cliente e di valorizzare la posizione dell'azienda sul mercato nazionale ed internazionale. Adeguamento delle capacità produttive con i piani di vendita.



Creazione del Customer-Care.

Un servizio sempre più importante nell'attività di consolidamento del proprio portafoglio clienti, ed un reale centro di informazioni del servizio post-vendita capace di portare sviluppo su nuovi progetti. L'assistenza ai clienti vista come una nuova frontiera di sviluppo aziendale.

Area acquisti.

Pianificazione degli accordi di fornitura e di collaborazione commerciale per l'ottimizzazione dei flussi finanziari e delle prestazioni tecniche ed economiche legate ai fornitori.

Gestione del personale.

Polymathes coadiuva la Proprietà ed il management nell'attuazione di un attento programma destinato al miglioramento della gestione del personale, sul piano delle prestazioni professionali, e della gestione delle competenze e del loro grado di motivazione nel raggiungimento degli obiettivi.

Verifica dell'attuazione del business-plan e dei progetti aziendali.

Una attenta e frequente verifica dei valori applicati al piano industriale potrà permettere alla Proprietà ed al management di poter intervenire con tempismo ed efficacia su tutte le aree interessate.

Per meglio comprendere le possibilità di sviluppo commerciale e produttivo sui mercati italiani ed esteri, Polymathes offre al cliente la consulenza diretta dei propri esperti per la durata dell'analisi e del pre-progetto, senza alcun costo professionale.



Consulenza per la Software Selection

La scelta e l'introduzione di un sistema gestionale (dal più semplice al più complesso ERP) comporta per l'azienda un momento di grande opportunità e al tempo stesso di grande rischio: una scelta errata può comportare delle forzature alla natura stessa dell'azienda e/o dei costi abnormi che possono arrivare a comprometterne la stabilità e la crescita invece di essere motore di sviluppo.

Grazie ad una esperienza diretta pluridecennale i nostri specialisti (del tutto svincolati da fornitori) sono in grado di affiancare l'imprenditore e il management dell'azienda per fare questa delicata scelta attraverso una serie di passi:

- analisi della realtà aziendale, dei suoi bisogni e delle sue criticità
- analisi dell'esistente in materia di software, hardware, competenze
- ricerca di offerte adeguate alle esigenze
- analisi delle offerte e affiancamento nella trattativa con i fornitori
- valutazione del progetto di inserimento del nuovo sistema in azienda
- supervisione del lavoro di inserimento nel nuovo sistema

Tutto questo al fine di minimizzare costi e rischi per l'impresa nonché di ridurre considerevolmente il tempo necessario per il management aziendale che si può quindi concentrare sul core business dell'azienda.



Intermediazione

Polymathes è una cooperativa che opera nel comparto delle attività ausiliarie del commercio e dell'industria, ovvero nel settore dell'intermediazione commerciale, nel settore del procuratore d'affari e nel settore della mediazione in materie prime ed alimentari.

Grazie al nostro pool di professionisti, cooperanti in una rete nazionale, supportata in diverse regioni, siamo in grado di soddisfare le richieste dei nostri clienti sia in termini di assistenza sia in termini di rapporto qualità/prezzo.

Polymathes, infatti, è una cooperativa che annovera al suo interno alcune tra le competenze più qualificate del mercato ed è in grado di raggiungere i circuiti nazionali ed internazionali.

E' attiva sul mercato italiano, sul mercato europeo e sul mercato internazionale, utilizzando il proprio ufficio come una piattaforma di intermediazioni e di opportunità commerciali, nell'area della consulenza alle imprese, nell'area dei servizi per la grande distribuzione organizzata (GDO), nell'area dei prodotti tipici locali e nell'area dei corsi di formazione.

Il nostro obiettivo è quello di rappresentare un network di informazioni finalizzate all'esplorazione dei mercati, alla collaborazione tra i clienti ed i fornitori, alle scelte innovative ed ai risparmi sui costi aziendali per i nostri partners.

Formazione

La formazione, per essere realmente efficace, deve essere “su misura”; è opportuna una valutazione preliminare sia dei fabbisogni delle aziende sia delle caratteristiche, dei prerequisiti e dei fabbisogni dei singoli partecipanti.

In questo modo è possibile preparare un progetto formativo che risponda realmente ai bisogni sia dell'individuo in formazione sia della struttura organizzativa dove esso opera.

Purtroppo spesso questo risulta difficoltoso, per non dire impossibile: motivi di costo, di tempo, organizzativi, logistici e altro ancora rendono questo percorso possibile solo per grandi organizzazioni, molto strutturate, che possono predisporre dei progetti “ad hoc” per ottenere il massimo possibile in termini di efficacia della formazione.

Le PMI, spesso, devono ricorrere ad una formazione “a catalogo” come quella che proponiamo anche noi, ma non per questo devono rinunciare alla possibilità di valutare quali siano i corsi, per quanto standardizzati, che rispondono meglio alle loro esigenze; ecco perché per molti corsi viene indicata una durata orientativa (min-max) che permette, se opportuno, di tarare al meglio la formazione in termini sia di efficacia che di efficienza; sarà nostra cura riuscire a riunire le esigenze di diverse realtà per costruire “classi” omogenee che permettano, da un lato, di costruire classi sufficientemente numerose per rendere “sostenibile” l'investimento, dall'altro, di mantenere un livello di qualità e rispondenza alle esigenze che si avvicini all'ottimale.

Il catalogo POLYMATHES si differenzia anche per un altro aspetto: ogni corso viene analizzato tramite una metodologia proprietaria Arcipelago[®] dove, oltre agli obiettivi di carattere più prettamente contenutistico, propri di ciascun corso, vengono proposti gli impatti di carattere trasversale, in modo da permettere una valutazione in termini di risultato atteso che vada al di là del semplice “sapere” per fornire anche dei risultati sul “saper fare” e soprattutto sul “saper essere”.

I nostri specialisti, ovviamente, sono pronti ad affiancare i responsabili delle risorse umane, i responsabili di reparto, i diretti responsabili dell'azienda nella valutazione dei fabbisogni in modo da costruire una offerta formativa che risponda al meglio alle esigenze dell'azienda.

FAD - Progettazione, realizzazione ed erogazione corsi a catalogo

La cooperativa è in grado di realizzare corsi FAD su misura per il cliente a partire dalla rilevazione del fabbisogno fino al rilascio del prodotto finito (Learning Object) in modalità SCORM su standard definiti insieme al committente.

Il progetto prevede i seguenti passi:

- Rilevazione del fabbisogno con progettazione di massima.
- Preparazione del materiale didattico insieme all'esperto in materia, reperito dalla cooperativa o dal committente.
- Progettazione del corso (storyboard).
- Preparazione del materiale multimediale previsto (filmati, registrazioni, animazioni).
- Preparazione dell'eventuale materiale di test (quiz di varia tipologia) sia per valutazione in ingresso che in itinere che finale.
- Preparazione del materiale sorgente finale del corso.
- Predisposizione del modulo in standard SCORM per il deployment su LMS compatibile (es. Moodle).

In aggiunta, la cooperativa può fornire il servizio di erogazione dei corsi realizzati mediante una piattaforma e-learning basata su server farm opportunamente dimensionata (in base al numero di utenti previsti), a dei costi particolarmente interessanti.

La piattaforma consente la registrazione dell'utente individuale e la certificazione del percorso svolto e completato, con rilascio di opportuno attestato.

Se richiesto, i moduli FAD possono essere certificati tramite convenzione Universitaria sia per i contenuti sia per le modalità formative.

Metodologia Arcipelago[®]

La metodologia Arcipelago prende le mosse da una valutazione di carattere generale: qualsiasi formazione, su qualsiasi tema, può fornire dei risultati che non sono solo quelli di carattere contenutistico propri del corso, ma può incidere su aspetti della persona, del suo modo di essere, di rapportarsi al lavoro e all'ambiente (in senso generale), dando dei risultati che vanno al di là dell'atteso.

Premesso che in ogni caso una "Persona" è un tutto unico che non è facile scindere in singole parti, abbiamo individuato una serie di aspetti della persona e del suo atteggiamento ("Fare" ed "Essere") costruendo una tassonomia specifica per tre ambiti:

- gli atteggiamenti verso l'esterno,
- gli atteggiamenti di risposta da sollecitazioni esterne e
- gli atteggiamenti riflessivi, che influenzano il proprio modo di pensare e di essere.

Per ciascun ambito abbiamo individuato e descritto sei specifiche "attitudini" o "saper essere"; schematizzando:

	<p style="text-align: center;">Verso l'esterno</p>	<p style="text-align: center;">Caratteristiche che riflettono il comportamento della persona nei riguardi della sua capacità di influire sull'ambiente esterno (sociale e/o lavorativo)</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Assertività: capacità di comunicare in modo chiaro e diretto, riconoscendo e valorizzando i propri lati positivi e quelli degli altri, affermando i propri diritti, manifestando i propri sentimenti, necessità e posizioni e riconoscendo i diritti, le necessità e le posizioni altrui, assumendosi responsabilità e perseguendo i propri obiettivi nel rispetto degli altri. 2. Argomentazione/motivazione: capacità di esporre agli altri i propri punti di vista in maniera efficace. 3. Negoziazione: capacità di sviluppare e argomentare, esponendo i propri punti di vista in maniera efficace, alternative vantaggiose per entrambe le parti; attitudine a ricercare il migliore accordo possibile, soddisfacendo gli interessi propri e altrui in una logica win-win, dimostrando disponibilità e fiducia. 4. Leadership: capacità di esercitare, adeguandosi alle diverse situazioni, un rapporto orientato e autorevole di influenza e guida, prevalentemente basata sul proprio esempio, su individui o gruppi che hanno compiti da svolgere e obiettivi da raggiungere, supportandoli nel mettere in campo il massimo livello delle proprie capacità di performance 5. Problem Solving: capacità di riconoscere, grazie alla propria partecipazione attiva e creativa, una situazione problematica, e di risolverla attraverso la gestione delle seguenti fasi: identificazione del problema; analisi del problema; proposta di idee e soluzioni; selezione di una soluzione; decisione e attuazione; verifica 6. Decision Making: attitudine a prendere iniziative, assumersi responsabilità e scegliere tra alternative diverse (e quindi decidere), a implementare la decisione, a raccogliere e valutare i feedback, a valutare i risultati, a predisporre un eventuale piano alternativo; tutto ciò in situazioni di certezza, di rischio o di totale incertezza del contesto di riferimento 		

	<p>Dall'esterno</p>	<p>Caratteristiche che riflettono il comportamento della persona nei riguardi degli influssi che gli arrivano dall'esterno (ambiente sociale e/o lavorativo)</p>
<ol style="list-style-type: none"> Cooperatività: apertura alle nuove vie del vivere insieme (con- vivere) nelle società complesse, che valorizza la relazione; accettazione dell'idea della con-divisione e della interdipendenza che fa vivere meglio con se stessi e con gli altri. Membership/Workgroup: disponibilità al lavoro di "squadra" cioè a costruire un sistema di relazioni tra persone che cooperano in modo intenzionale al raggiungimento di un obiettivo comune e a utilizzare le risorse a disposizione del gruppo sulla base di modalità operative condivise; capacità di valorizzare la dinamica individuo-gruppo cioè di collegare l'efficacia dei risultati individuali a quelli del gruppo nel suo complesso; Nell'organizzazione: attitudine a sviluppare la collaborazione tra i diversi settori aziendali in una logica orientata alla soddisfazione del cliente/utente. Adattabilità/Flessibilità: mostrare disponibilità e capacità di cambiare i propri atteggiamenti e comportamenti, adeguandosi alle diverse situazioni, sia in ambito lavorativo sia in altri contesti e ambienti di vita, anche in condizioni di rapido mutamento; capacità di "aggiustare la rotta" e di cogliere eventuali nuove opportunità inaspettate Ascolto: capacità di ascoltare attivamente il proprio interlocutore cercando di comprenderne il punto di vista e lo stato emotivo, verificando la propria comprensione dei messaggi dell'altro, usando la comunicazione non verbale in modo funzionale, anche al fine di migliorare la capacità di creare relazioni interpersonali positive Resilienza: attitudine a non farsi sopraffare da situazioni sgradevoli, frustranti o traumatiche sviluppando capacità di far fronte positivamente a tali situazioni negative, fronteggiando efficacemente le contrarietà e addirittura rinforzandosi fino a generare un risultato positivo individuale e sociale Apertura al cambiamento : disponibilità a conoscere, accettare e partecipare ai processi di cambiamento che intervengono nei vari contesti e a dotarsi degli strumenti, anche simbolici, utili a sviluppare la tolleranza verso l'incertezza e lo stress (quali ad es. vivere il cambiamento come processo di apprendimento) 		

	<p>Su se stessi</p>	<p>Caratteristiche personali che riflettono l'atteggiamento verso la propria persona e/o attività, non necessariamente nei confronti di influssi esterni o rivolti all'esterno.</p>
<ol style="list-style-type: none"> Introspezione: disponibilità a prendere consapevolezza dei propri stati d'animo, a fare chiarezza sui propri valori di riferimento, con i relativi conflitti, sugli obiettivi da raggiungere e sulla loro coerenza (tra valori e obiettivi), a definire e chiarire la propria gerarchia dei valori e a cambiare le proprie convinzioni limitanti Determinazione: attitudine fattiva e intenzionale ad intraprendere una o più azioni volte al raggiungimento di uno scopo preciso, unita alla capacità di persistere nel perseguimento di tale obiettivo, con volontà risoluta ed evitando di farsi condizionare da altre persone relativamente alle proprie scelte 		

3. **Obiettività:** capacità di valutare tutte le componenti di una specifica situazione, e quindi persone, eventi, circostanze, indipendentemente dal proprio livello di coinvolgimento emotivo e assumendo che i criteri adottati per raggiungere la conoscenza sono indipendenti da qualsivoglia preconconcetto ideologico
4. **Creatività/innovatività:** capacità di accedere al proprio potenziale creativo e innovativo individuale, particolarmente importante nei momenti di crisi e di cambiamento e disponibilità a valorizzare entrambe le modalità complementari del pensiero umano: quella analitico - razionale e quella globale – intuitiva
5. **Efficacia:** capacità di portare a termine un risultato soddisfacente in relazione a un obiettivo prefissato, indipendentemente dalla quantità di risorse impiegate per ottenerlo. L'efficacia personale dipende da: chiarezza del risultato da raggiungere, capacità decisionale, equilibrio emotivo, accesso alle informazioni
6. **Efficienza:** capacità di ottenere, relativamente a una particolare situazione, il risultato ottimale con il minor sforzo possibile in termini di risorse impiegate. Sono tipicamente nemici dell'efficienza nel portare a termine un risultato: la lentezza, l'indecisione, l'insicurezza, la scarsa focalizzazione, l'estrema precisione, la disorganizzazione

Per molti corso di formazione proposti a catalogo sono state analizzate le ricadute sugli atteggiamenti sopra evidenziati, fornendo, tramite una semplice griglia, indicazioni su quali siano le ricadute attese per ciascuno di essi; i corsi che non hanno la griglia sono ancora in fase di valutazione con questa metodologia

In questo modo è possibile valutare, al di là dei semplici aspetti contenutistici (senza per questo ovviamente volerli trascurare) quali siano i corsi più utili ed adatti per specifiche esigenze "comportamentali" attese dai propri collaboratori.

L'esempio a fianco evidenzia un corso utile in particolare per la negoziazione, la cooperatività, l'apertura, l'obiettività; aspetti senz'altro tutti utili in ogni caso, ma particolarmente interessanti per collaboratori che debbano svolgere un lavoro di contatto con la clientela, ad esempio per erogazione di servizi professionali in team sia con altri colleghi sia con personale del cliente.

Spesso corsi anche a carattere più strettamente tecnico-pratico possono essere utili per sviluppare o rinforzare aspetti degli atteggiamenti dei collaboratori apparentemente lontani dal fine immediato del corso stesso, ampliando notevolmente i possibili interventi formativi non finalizzandoli solo nell'immediato.

IMPATTO		
Area	Atteggiamento	Livello
Dall'interno	Assertività	★★★★
	Argomentazione	★
	Negoziazione	★★★★★
	Leadership	★★★
	Problem Solving	★★
	Decision Making	★
Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
	Membership	★★
	Adattabilità	★
	Ascolto	★★★
	Resilienza	★
	Apertura	★★★★★
Su se stessi	Introspezione	★★★
	Determinazione	★★
	Obiettività	★★★★★
	Creatività	★★★
	Efficacia	★
	Efficienza	★★★



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Area Acquisti

Acquisti – corso base

Durata: 2-4 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: comprendere la valenza della funzione acquisti valutare l'offerta e misurare le prestazioni dei fornitori migliorare le proprie competenze negoziali costruire relazioni positive con i fornitori operare con la massima efficienza nell'ottenimento dei risultati	
Destinatari: buyer junior, addetti agli acquisti, persone di qualsiasi funzione aziendale interessate alla gestione degli acquisti	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi	
Descrizione: Nelle aziende sempre più pressate da situazioni competitive, da necessità di ridurre i costi, ma anche dall'obbligo di essere presenti in maniera efficace sui mercati, la funzione Acquisti assume una nuova importanza: non si tratta più infatti di acquistare al minor costo, ma di farlo tenendo conto dell'andamento di tutte le altre funzioni aziendali. La disponibilità ad essere flessibili, la capacità nel valutare tempi e costi, l'abilità nel distinguere l'innovazione e la qualità, ma anche la gestione della relazione con il fornitore nella trattativa di acquisto, sono altrettante competenze richieste ai professionisti degli Acquisti. <ul style="list-style-type: none">• la funzione acquisti: importanza, ruoli, relazioni con le altre funzioni in azienda• L'approvvigionamento, la domanda interna, gli strumenti per la pianificazione• la gestione delle scorte e dei flussi di merce• il Marketing di Acquisto e i mercati a monte• la selezione dei fornitori• la contrattazione e la partnership• la trattativa e le tecniche di negoziazione	

Il Marketing a monte: l'acquisto

Durata: 1-3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: impostare una metodologia strategica di acquisto valutare l'offerta e misurare le prestazioni dei fornitori operare con la massima efficienza nell'ottenimento dei risultati	
Destinatari: buyer, addetti agli acquisti	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi	
Descrizione: Il Marketing di acquisto è un elemento fondamentale per l'ottenimento di marginalità ottimali. L'analisi dei mercati fornitori implica la conoscenza di strumenti adatti ad implementare l'efficacia del compratore. Le strategie di acquisto, coerenti con le strategie generali dell'azienda, dovranno essere impostate in una logica budgetaria. Poiché monitoreranno in maniera continua i mercati a monte e i loro trend, esse contribuiranno alla revisione eventuale dei budget generali e quindi delle politiche aziendali in atto. <ul style="list-style-type: none">• gli acquisti e la strategia aziendale• pianificare gli acquisti• costruire il budget degli acquisti• analizzare i mercati: dalle merceologie alle categorie• Marketing operativo: il procurement mix• selezionare, valutare i fornitori e interagire con essi• interagire con i fornitori	

L'acquisto per non compratori

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: organizzare le richieste di preventivi; reperire i fornitori più idonei; valutare e selezionare le offerte; migliorare l'efficacia negoziale; valutare la convenienza e la qualità dei servizi ricevuti.	
Destinatari: persone interessate ad affrontare le problematiche commerciali o da avviare a funzioni di acquisto, ruoli per i quali si pone la necessità saltuariamente di effettuare degli acquisti	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, role-playing	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• il processo di acquisto• i criteri di qualità• definizione del fabbisogno reale e del suo valore economico e finanziario• impostazione della richiesta: termini e condizioni di fornitura• selezione dei fornitori e valutazione delle loro proposte• la negoziazione: ambiti, obiettivi, clausole• la transazione negoziale: relazioni interpersonali, giochi di potere, tecniche efficaci• il monitoraggio dell'esecuzione della fornitura• la cura della relazione con il fornitore	

La gestione degli acquisti e delle scorte

Durata: 8 hh	
Prerequisito: conoscenze di base	
Obiettivi: Che si tratti della propria famiglia o di una piccola attività artigianale, così come di una di una comunità o di una grande impresa, la gestione degli acquisti e delle scorte a magazzino riveste sempre più importanza nel raggiungimento dei risultati di profitto. Una corretta quantificazione degli acquisti e delle giacenze di magazzino può consentire un importante recupero dei costi e l'individuazione di nuove aree di miglioramento soprattutto in un momento di crisi economica. In questo breve percorso formativo, che completa il corso "La Negoziazione Efficace", saranno approfondite le aree chiave per lo svolgimento della funzione d'acquisto e la gestione delle scorte di magazzino.	
Destinatari: buyer, addetti agli acquisti, responsabili di categoria, funzioni commerciali e di marketing, funzioni tecniche	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• Gli acquisti come leva strategica e centro di profitto• Tecniche di approvvigionamento• Comportamenti e piani d'acquisto• Il Category Management• Il marketing d'acquisto• Il Supply Chain Management• La gestione ottimale delle scorte• Modelli di negoziazione• Il rapporto con i fornitori	

La scatola degli attrezzi per gli acquisti

Durata: 2-3 gg	
Prerequisito: conoscenze di base	
Obiettivi: definire fabbisogni aziendali e loro valore; articolare contratti, bandi, gare, capitolati per gli appalti; impostare le fasi della negoziazione; costruire piani di comunicazione; elaborare il cruscotto di gestione e controllo del processo.	
Destinatari: buyer, addetti agli acquisti, responsabili di categoria, funzioni commerciali e di marketing, funzioni tecniche	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, analisi di buone pratiche aziendali	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• identificazione e quantificazione del mercato a monte• contratti di appalto e capitolati: punti chiave• fonti dell'informazione interne ed esterne• criteri di selezione dei fornitori e strumenti per la valutazione delle offerte• calcolo dei costi – costo globale di acquisto• obiettivi e strumenti di gestione della negoziazione• contrattualistica e clausole• i Key Performance Indicator• analisi operativa, valutazione delle attività e dei fornitori, reporting	

Tecniche di acquisto – la trattativa

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: comprendere l'importanza della preparazione della trattativa conoscere e valutare i fattori condizionanti la trattativa conoscere e controllare le fasi della transazione migliorare le proprie competenze negoziali costruire relazioni positive con i fornitori	
Destinatari: buyer junior, responsabili e addetti uffici acquisti, ruoli interessati alla gestione dei fornitori	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, simulazioni guidate	
Descrizione: Il corso oltre a riguardare gli aspetti tecnici e procedurali della funzione Acquisti (programmazione, analisi e gestione delle merci, definizione di standard ed indicatori di controllo ecc.) si articola sugli aspetti relazionali che andranno a caratterizzare le varie fasi della transazione commerciale e, in ultima analisi, lo stile negoziale del compratore. preparare la trattativa: obiettivi, risultati attesi, contesto economico-ambientale e strategie aziendali	
<ul style="list-style-type: none">• conoscere il fornitore e il programma aziendale di Marketing degli Acquisti• modelli di trattativa e tecniche di negoziazione• il processo di vendita e il processo di acquisto: stile del venditore e stile del compratore• fattori razionali e fattori emotivi nelle transazioni commerciali• il conflitto e la collaborazione• presentare le argomentazioni, rispondere alle obiezioni	



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Area Sensoriale

Analisi sensoriale

Durata:	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Con il corso si vogliono formare degli assaggiatori in grado di valutare con i sensi diversi prodotti, mediante adeguata preparazione tecnica e psicologica capace di far parte di panel in grado di eseguire test di prodotto ad alta utilità informativa; Il corso alterna numerosi esercizi che si alternano alle lezioni teoriche, e mira a far apprendere: <ul style="list-style-type: none">• le potenzialità dei propri organi di senso;• i meccanismi che conducono all'interpretazione di uno stimolo ed alla misurazione di una percezione,• una coscienza professionale;• disciplina nel lavoro di gruppo e capacità di analisi. Il percorso formativo introduce nozioni di metodologia verificando le capacità e conoscenze acquisite attraverso le prove pratiche e l'esame finale.	
Destinatari: Il corso è destinato a tutti gli operatori della produzione, preparazione, somministrazione e distribuzione degli alimenti e bevande e a coloro che, per professione o per passione, si occupano di assaggio e prodotti ad alto valore sensoriale. Numero massimo partecipanti: 15 unità.	
Metodologie: <ul style="list-style-type: none">• verifica della corretta percezione visiva• verifica della percezione e identificazione degli odori• verifica della percezione e identificazione delle sensazioni sapide e tattili• verifica dell'attitudine a compiere test discriminanti qualitativi• verifica della capacità verbale ed a compiere test descrittivi semantici• verifica dell'attitudine a compiere test descrittivi ad alta utilità informativa• verifica dell'apprendimento della metodologia Numero massimo partecipanti: 15 unità.	
Descrizione: <p>Psicofisiologia sensoriale: come funzionano i nostri organi di senso e come avviene il riconoscimento, la memorizzazione e la misurazione degli stimoli. Gli errori dei giudici e la loro correzione.</p> <p>Metodologia: definizione, storia e sviluppo dell'analisi sensoriale, sistematica dei test di analisi sensoriale, descrizione dei prodotti, costruzione della scheda e corretta applicazione della scala, test discriminanti qualitativi e test descrittivi ad alta utilità informativa.</p> <p>Merceologia: definizione e classificazione del prodotto in analisi, ciclo di produzione e elementi che determinano il profilo sensoriale, fattori che generano e fattori che deprimono la qualità sensoriale.</p>	
Titolo rilasciato: Giudice qualificato	



Degustazione vino

Durata: 28 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: dare una conoscenza a chi vuole avvicinarsi al mondo del vino	
Destinatari: settore ristorazione ed amanti del vino	
Metodologie: didattica frontale, metodologie attive ed esperienziali, monitoraggio e valutazione, test, prove pratiche di degustazione (in ogni lezione si assaggeranno vini di varie tipologie).	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• coltivazione della vite e il suo territorio (Terroir)• storia del vino e della vite• il vino e la sua composizione• vinificazione in rosso• vinificazione in bianco• le fermentazioni• l'affinamento del vino• bollicine e loro metodi di produzione• l'assaggio del vino• vini toscani• vini piemontesi• vini del sud Italia• vini del nord Italia• vini del mondo	

Enogastronomia

Durata: 42 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: dare una conoscenza a chi vuole avvicinarsi al mondo del vino	
Destinatari: settore ristorazione ed amanti del vino	
Metodologie: didattica frontale, metodologie attive ed esperienziali, monitoraggio e valutazione, test, prove pratiche di degustazione con abbinamento del cibo. In ogni lezione si assaggeranno vini di regioni o tipologie diverse con i vari abbinamenti	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• coltivazione della vite e il suo territorio (Terroir)• storia del vino e della vite• il vino e la sua composizione• vinificazione in rosso e in bianco• Le Bollicine e la loro produzione• le fermentazioni e l'affinamento del vino• l'assaggio del vino• il formaggio e il cioccolato• l'olio e la coltivazione dell'olivo• carni bovine, suine e loro derivati• la cucina povera toscana• dolci ed abbinamento vini• vini toscani e loro abbinamenti• vini piemontesi e loro abbinamenti• vini del sud Italia e loro abbinamenti• vini del nord Italia e loro abbinamenti• vini del mondo	



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Area Certificazioni e doveri per legge



Certificazione Etica

Corso	Durata
Sistema Etico - introduzione	8 hh
Dalla norma alla attuazione	28 hh
Impostazione codice etico	12 hh
Normative e sistema	12 hh
Organo di vigilanza	4 hh



Certificazione ISO9001

Corso	Durata
Certificazione qualità - introduzione alla problematica	8 hh
Iso 9001 - percorso di certificazione	32 hh



Certificazione Ambientale SA8000

Corso	Durata
Certificazione ambientale - introduzione alla problematica	8 hh
SA 8000 - percorso di certificazione	32 hh



HACCP

Corso	Durata
HACCP attività semplici	8H
HACCP attività complesse	12H
HACCP aggiornamento	8H
HACCP titolari attività semplici	12H
HACCP titolari attività complesse	16H

Sicurezza

L'area della Sicurezza prevede tutti i corsi "standard" previsti dalla legge; è inoltre possibile organizzare corsi per specifiche esigenze, in particolare per l'introduzione di una metodologia "zero incidenti" a livello aziendale, che richiede un lavoro attento di comunicazione e formazione comportamentale.

Corso	Durata
Rspg responsabile servizio prevenzione e protezione - base	28H
Rspg addetto servizio prevenzione e protezione - base	28H
Rspg – specializzazione	24H
Rischio elettrico	4H
Manutenzione macchinari elettrici	4H
Sicurezza per lavoratori rischio basso	4H
Sicurezza per lavoratori rischio medio	8H
Sicurezza per lavoratori rischio alto	12H
Sicurezza per lavoratori aggiornamento	6H
Sicurezza per dirigenti	12H
Sicurezza per dirigenti aggiornamento	6H
Sicurezza per preposti	8H
Sicurezza per preposti aggiornamento	6H
Rls rappresentante lavoratori per la sicurezza	32H
Rls aggiornamento < 50	4H
Rls aggiornamento > 50	8H
Primo soccorso rischio a	16H
Primo soccorso rischio b-c	12H
Primo soccorso aggiornamento rischio a	6H
Primo soccorso aggiornamento rischio b-c	4H
Addetti prevenzione incendi rischio basso	4H
Addetti prevenzione incendi rischio medio	8H
Addetti prevenzione incendi rischio elevato	16H
Carrellisti	12H
Carrellisti aggiornamento	4H

Area Comunicazione

“Non si può non comunicare”: è un assioma universalmente conosciuto, e troppo spesso si crede, per il solo fatto che “comunque” si comunica, che si sappia anche fare bene.

Purtroppo niente di più errato: gli errori nella comunicazione sono sempre in agguato, e spesso non ci se ne rende conto finché non è troppo tardi: un collaboratore demotivato, un cliente scontento o peggio perso, una informazione al mercato che ci ritorce contro sono solo alcuni esempi in cui la comunicazione viene trascurata.

La comunicazione è una disciplina complessa, con numerose sfaccettature; i nostri specialisti hanno individuato una serie di ambiti dove più frequentemente c'è un grande bisogno di approfondimento da parte di numerosi soggetti: responsabili di azienda, dirigenti, quadri, personale di contatto con la clientela e, in genere, tutti quelli che, come elemento portante del loro lavoro, hanno l'esigenza di “comunicare” bene .

Come comunicare nel gruppo di lavoro

Durata: 8 hh in 2 gg	
Prerequisito: Nessuno	
Obiettivi: Comunicare in modo più efficace con i colleghi e i collaboratori; Ascoltare “attivamente” l’interlocutore e comprendere la prospettiva altrui; Aumentare la consapevolezza e la competenza nella gestione delle relazioni interpersonali nel team; Sviluppare la capacità di gestire in modo costruttivo situazioni ed interlocutori “critici”	
Destinatari: Dirigenti, quadri, responsabili organizzativi; Project managers e responsabili di gruppi di lavoro	
Metodologie: Riflessioni guidate, esercitazioni e roleplaying	
Descrizione: Il successo di un team nel raggiungimento dei propri obiettivi dipende in gran parte dalla capacità di usare sapientemente il prezioso strumento della comunicazione. Saper ascoltare, trasmettere i propri pensieri nel modo più chiaro e diretto possibile, saper rispondere, dare dei feed back capaci di valorizzare ma al tempo stesso orientare meglio il proprio interlocutore, sono elementi che contraddistinguono l’efficacia delle relazioni interpersonali in un gruppo. Le parole esercitano un vero e proprio potere sulla mente delle persone, tanto da influenzarne le loro azioni. Ma ancor più importanti sono le espressioni non verbali e il linguaggio del corpo, infatti si comunica “sempre” anche quando non si parla! La comunicazione interpersonale nel team <ul style="list-style-type: none">• Il processo comunicativo• I principi della comunicazione• La comunicazione efficace nel gruppo di lavoro• La comunicazione non verbale e il linguaggio del corpo• Fattori che facilitano e fattori che ostacolano la comunicazione• Il concetto di empatia• L’ascolto attivo e l’ “arte” di ascoltare Stili e tecniche di comunicazione: quali utilizzare <ul style="list-style-type: none">• I diversi stili comunicativi: aggressività, passività, assertività• Le tecniche di comunicazione assertiva• La critica costruttiva	

Grafici e comunicazione

Durata: 1-2 gg	IMPATTO		
Prerequisito: corso Grafici – base o conoscenze analoghe	Area	Atteggiamento	Livello
	Dall'interno	Assertività	★★★★
Argomentazione		★	
Negoziazione		★★★★★	
Leadership		★★★	
Problem Solving		★★	
Decision Making		★	
Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★	
	Membership	★★	
	Adattabilità	★	
	Ascolto	★★★	
	Resilienza	★	
	Apertura	★★★★★	
Su se stessi	Introspezione	★★★	
	Determinazione	★★	
	Obiettività	★★★★★	
	Creatività	★★★	
	Efficacia	★	
	Efficienza	★★★	
Descrizione:			
<p>Realizzare un grafico al posto di fornire numeri è sicuramente un metodo comunicativo migliore: l'importante è che il grafico sia "fatto bene"; le insidie sulla creazione di grafici sono numerose, dalla definizione del tipo di grafico ai testi relativi al titolo: ogni minimo dettaglio deve essere studiato e valutato per ottimizzare la trasmissione del messaggio desiderato e minimizzare i rischi di fraintendimento.</p> <p>Per la esemplificazione pratica verrà utilizzato il prodotto Excel, ma le metodiche e gli aspetti teorici sono applicabili a qualsiasi strumento di produzione grafici, dal più semplice al più complesso.</p>			

La comunicazione interpersonale efficace

Durata: 1 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Comunicare in modo più efficace con gli altri; Ascoltare "attivamente" l'interlocutore e comprendere la prospettiva altrui; Aumentare la consapevolezza e la competenza nella gestione delle relazioni interpersonali; Sviluppare la capacità di gestire in modo costruttivo situazioni ed interlocutori "critici"	
Metodologie: Riflessioni guidate, esercitazioni e role playing.	
Descrizione: <p>Saper ascoltare, trasmettere i propri pensieri nel modo più chiaro e diretto possibile, saper rispondere, dare dei feed-back capaci di valorizzare ma al tempo stesso orientare meglio il proprio interlocutore, sono elementi che contraddistinguono l'efficacia delle relazioni interpersonali e di gruppo. Le parole esercitano un vero e proprio potere sulle menti delle persone, tanto da influenzare le loro azioni. Ma ancor più importanti sono le espressioni non verbali e il linguaggio del corpo, infatti si comunica "sempre" anche quando non si parla!</p> <ul style="list-style-type: none">• Il processo comunicativo• La comunicazione interpersonale efficace• La comunicazione non verbale e il linguaggio del corpo• Fattori che facilitano e fattori che ostacolano la comunicazione• Il concetto di empatia• L'ascolto attivo e l' "arte" di ascoltare• I diversi stili comunicativi: aggressività, passività, assertività• Le tecniche di comunicazione assertiva• La critica costruttiva	

La comunicazione persuasiva

Durata: 4 hh	IMPATTO		
	Area	Atteggiamento	Livello
Prerequisito: nessuno	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★
Negoziazione		★★★★★	
Leadership		★★★	
Problem Solving		★★	
Decision Making		★	
Obiettivi: Sviluppare la capacità di entrare in sintonia con i bisogni degli altri; Creare empatia; Imparare a comprendere il "modello" interpretativo della realtà del proprio interlocutore; Passare da una comunicazione "ambigua" a una comunicazione "specifica"	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★
		Adattabilità	★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★
		Apertura	★★★★★
Metodologie: Riflessioni guidate ed esercitazioni sui concetti esposti	Su se stessi	Introspezione	★★★
		Determinazione	★★
		Obiettività	★★★★★
		Creatività	★★★
		Efficacia	★
		Efficienza	★★★
Descrizione:			
<p>Ogni persona interpreta la realtà che la circonda attraverso un "suo modello", che è ovviamente diverso dalla realtà stessa ed anche dai modelli interpretativi degli altri.</p> <p>Quando ciascuno di noi interagisce con le altre persone esponendo i propri pensieri, ciò avviene non solo attraverso il linguaggio verbale, ma anche per mezzo dell'uso della voce e soprattutto utilizzando il linguaggio del corpo.</p> <p>Quando si comunica, inoltre, si utilizzano numerosi messaggi o parole sottintese volte a semplificare il discorso, ma che spesso conducono a gravi malintesi.</p> <p>Il corso presenta alcune tecniche per valorizzare la relazione comunicativa e risultare più convincenti.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La propria "zona di comfort" • I principi base della comunicazione • Il legame esistente tra modalità sensoriali e modelli di rappresentazione della realtà • Il "peso" della comunicazione verbale, paraverbale, non verbale • Il linguaggio del corpo • I principali messaggi inconsci: rifiuto/ tensione/ accettazione • Come "sintonizzarsi" con gli altri 			

La conflittualità interpersonale : come gestirla

Durata: 3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: analizzare e comprendere le cause soggettive e oggettive della conflittualità; individuare le soluzioni pratiche che annullino gli effetti negativi del conflitto; facilitare il passaggio dalla logica di conflitto alla logica di collaborazione; migliorare le capacità relazionali con gli altri rafforzando l'autostima	
Metodologie: Il percorso attuato in tre incontri, intervallati a distanza di almeno due settimane il secondo dal primo e da sei settimane il terzo dal secondo, è previsto per un numero di partecipanti non superiore alle dieci unità. I partecipanti elaboreranno casi di conflitti interpersonali con implicazioni organizzative, per approdare ad una "relazione di aiuto" in follow up: ogni partecipante presenterà il suo caso in un tempo determinato ed il gruppo potrà fornire i suoi tentativi di soluzione. Verrà reso comune uno schema di elaborazione dei casi, basato su: rappresentazione del contesto - quale funzione organizzativa è coinvolta - clima e cultura esistente - gli "attori" coinvolti - le possibili soluzioni individuate dal partecipante	
Descrizione: I conflitti sono presenti in tutti gli ambiti della nostra vita personale e professionale; ma devono essere affrontati e, possibilmente, non subito. In questo corso, l'azione formativa si muove su due strade: la prima riguarda le relazioni interpersonali e i comportamenti individuali, la seconda è relativa alle implicazioni organizzative e alla cultura di riferimento. <ul style="list-style-type: none">• team building: presentazione incrociata• la comunicazione interpersonale – riferimenti teorici• funzioni organizzative e contesti conflittuali• clima, cultura, norme e riti: dall'arte del comando ai colleghi impossibili, come convivere?• l'assertività e i suoi metodi per migliorare i rapporti interpersonali e organizzativi.	

La negoziazione efficace

Durata: 16 hh	
Prerequisito: Nessuno	
<p>Obiettivi: Spesso la parola “negoziazione” riporta alla mente situazioni di conflitto e difficoltà relazionali.</p> <p>Una negoziazione efficace, che può coinvolgere due o più individui o gruppi di persone che comunicano interattivamente gli uni con gli altri, ha lo scopo principale di raggiungere un obiettivo comune portando il massimo beneficio per entrambe le parti con reciproca soddisfazione.</p> <p>Negoziare non è solo ottenere il proprio beneficio o profitto, indipendentemente da quello della controparte ...anzi.</p> <p>Chi si trova a “negoziare” spesso lo deve fare con molti interlocutori, perseguendo contemporaneamente obiettivi di coordinamento di persone e funzioni aziendali, instaurando relazioni con i fornitori e cercando collaborazione con altre funzioni aziendali.</p>	
Descrizione:	
<p>Nel percorso formativo saranno approfonditi principalmente tre obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none">• Riconoscere ed evitare gli errori di percezione;• Distinguere e separare i “problemi” dalle “persone”;• Costruire contratti “sociali” oltre che economici. <p>Struttura del corso</p> <ul style="list-style-type: none">• Cosa vuol dire negoziare• I vantaggi dell’utilizzo delle tecniche di negoziazione• I requisiti per una negoziazione di qualità• Le caratteristiche del buon negoziatore• Gli errori frequenti• Stili negoziali• Le fasi della negoziazione• Trattativa o contrasto?• Gli ostacoli• La migliore alternativa possibile	

Presentation management

Durata: 1-2 gg	IMPATTO		
	Area	Atteggiamento	Livello
Prerequisito: Nessuno	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★
		Negoziazione	★★★★★
		Leadership	★★★
		Problem Solving	★★
		Decision Making	★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★
		Adattabilità	★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★
		Apertura	★★★★★
	Su se stessi	Introspezione	★★★
Determinazione		★★	
Obiettività		★★★★★	
Creatività		★★★	
Efficacia		★	
Efficienza		★★★	

Descrizione:

La Presentation Management è una disciplina molto pratica: come organizzare una presentazione, a partire da una riunione davanti a poche persone fino ad un convegno internazionale con centinaia di partecipanti; verranno affrontati aspetti come la scelta della location, le varie possibili alternative, la disposizione dei tavoli, le apparecchiature necessarie e/o opportune.

Attenzione ai servizi (coffee break e lunch) e alle varie implicazioni specialmente in ambito internazionale.

Presentazioni efficaci

<p>Durata: 5-6 gg</p> <p>Prerequisito: timidezza diffusa e/o incapacità di affrontare un pubblico sono considerati elementi utili per meglio misurare i progressi ottenuti; una conoscenza di base dei prodotti Office (Word-PowerPoint) è sufficiente per seguire al meglio le relative parti di approfondimento.</p> <p>Destinatari: Il corso si rivolge a manager responsabili di settore, quadri intermedi, addetti al settore commerciale che in genere devono presentare i risultati del proprio lavoro per “vendere” quanto è stato realizzato.</p> <p>Obiettivi: riferire ai propri superiori (al limite superiore al consiglio di amministrazione o all’assemblea dei soci) sull’andamento delle attività gestite; informare i propri collaboratori sui piani delle attività prossime che da loro ci si aspetta; presentare progetti, presenziare a riunioni; parlare in pubblico; effettuare docenze nelle attività formative</p> <p>Metodologia: Durante il seminario ogni partecipante sarà guidato in alcune presentazioni “standard” di esercitazione, per mettere immediatamente in pratica quanto appreso; il continuo feedback inter-gruppo permetterà di portarsi a casa una tecnica e un metodo per proseguire in autonomia verso una eccellenza nella capacità di presentare.</p>	IMPATTO																																										
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #800000; color: white;">Area</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Atteggiamento</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Livello</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="6" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); background-color: #ffffcc;">Dall'interno</td> <td>Assertività</td> <td>★★★★</td> </tr> <tr> <td>Argomentazione</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Negoziazione</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Leadership</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Problem Solving</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Decision Making</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td rowspan="6" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); background-color: #ffffcc;">Dall'esterno</td> <td>Cooperatività</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Membership</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Adattabilità</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Ascolto</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Resilienza</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Apertura</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td rowspan="6" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); background-color: #ffffcc;">Su se stessi</td> <td>Introspezione</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Determinazione</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Obiettività</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Creatività</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Efficacia</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Efficienza</td> <td>★★★</td> </tr> </tbody> </table>	Area	Atteggiamento	Livello	Dall'interno	Assertività	★★★★	Argomentazione	★	Negoziazione	★★★★★	Leadership	★★★	Problem Solving	★★	Decision Making	★	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★	Membership	★★	Adattabilità	★	Ascolto	★★★	Resilienza	★	Apertura	★★★★★	Su se stessi	Introspezione	★★★	Determinazione	★★	Obiettività	★★★★★	Creatività	★★★	Efficacia	★	Efficienza	★★★
Area	Atteggiamento	Livello																																									
Dall'interno	Assertività	★★★★																																									
	Argomentazione	★																																									
	Negoziazione	★★★★★																																									
	Leadership	★★★																																									
	Problem Solving	★★																																									
	Decision Making	★																																									
Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★																																									
	Membership	★★																																									
	Adattabilità	★																																									
	Ascolto	★★★																																									
	Resilienza	★																																									
	Apertura	★★★★★																																									
Su se stessi	Introspezione	★★★																																									
	Determinazione	★★																																									
	Obiettività	★★★★★																																									
	Creatività	★★★																																									
	Efficacia	★																																									
	Efficienza	★★★																																									
<p>Descrizione:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● la comunicazione: concetti base ● organizzare l’evento (dalla riunione di reparto al meeting internazionale) ● scegliere gli argomenti più convincenti, analizzare il pubblico ● preparare la scaletta, organizzare al meglio i contenuti ● preparare il materiale di supporto: PowerPoint ● parlare in pubblico: dal rompere il ghiaccio a chiudere in maniera efficace ● valutare l’efficacia <p>NB: il corso è una sintesi unica dei precedenti “Presentation Management”; “Storytelling”; “Public Speaking”; “Powerpoint efficace”</p>																																											

Public speaking

Durata: 2-3 gg	IMPATTO		
Prerequisito: nessuno	Area	Atteggiamento	Livello
	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★
		Negoziazione	★★★★★
		Leadership	★★★
		Problem Solving	★★
		Decision Making	★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★
		Adattabilità	★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★
		Apertura	★★★★★
	Su se stessi	Introspezione	★★★
		Determinazione	★★
		Obiettività	★★★★★
Creatività		★★★	
Efficacia		★	
Efficienza		★★★	
<p>Descrizione:</p> <p>Il Public speaking è una delle competenze trasversali più importanti: in ogni situazione è essenziale saper presentare le proprie idee, i propri progetti, le proprie proposte sia in ambito personale che in ambito aziendale.</p> <p>Il corso si propone di dare degli strumenti operativi e pratici per superare le problematiche di ansia, la comprensione dei vari aspetti comunicativi verbali e non verbali, la gestione dell'uditorio e del "percorso" della presentazione, dal "decollo" all' "atterraggio".</p>			

Storytelling

Durata: 1-2 gg	IMPATTO		
Prerequisito: nessuno	Area	Atteggiamento	Livello
	Dall'interno	Assertività	★★★★
Argomentazione		★	
Negoziazione		★★★★★	
Leadership		★★★	
Problem Solving		★★	
Decision Making		★	
Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★	
	Membership	★★	
	Adattabilità	★	
	Ascolto	★★★	
	Resilienza	★	
	Apertura	★★★★★	
Su se stessi	Introspezione	★★★	
	Determinazione	★★	
	Obiettività	★★★★★	
	Creatività	★★★	
	Efficacia	★	
	Efficienza	★★★	
Descrizione:			
<p>Preparare i contenuti di una presentazione è una disciplina antica, ma sempre attuale; la valutazione del pubblico, la scelta degli argomenti, il loro ordinamento, seguono delle metodologie precise per ottenere il massimo risultato: persuadere l'uditorio verso le conclusioni che si desiderano.</p> <p>Attraverso simulazioni e prove pratiche si procederà alla preparazione di una presentazione tipo, in modo da assimilare metodologie e tecniche specifiche.</p>			

Una comunicazione migliore con il metodo teatrale

Durata: 1-4 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: sviluppare le capacità di comunicare attraverso la relazione e non soltanto con i contenuti; trasmettere con maggiore efficacia le proprie emozioni; controllare la propria tensione corporea; sapere comportarsi ed esprimere con la padronanza di chi “va in scena”; acquisire strumenti di comunicazione da utilizzare indipendentemente dal fatto teatrale	
Metodologie: Utilizzare un approccio teatrale permette, attraverso anche inaspettati e propedeutici elementi ludici, la trasformazione del gruppo, in cui ogni persona è chiamata a partecipare in modo attivo osservando e commentando il proprio lavoro e quello degli altri colleghi.	
Descrizione: Saper stare in scena è un principio non necessariamente riservato agli attori. Scena infatti può essere considerata ogni situazione in cui ci troviamo a dover comunicare a qualcuno le nostre esigenze e le nostre emozioni. È proprio in quel momento che una maggiore capacità comunicativa ci aiuta a raggiungere meglio i nostri obiettivi. Come in teatro anche nella vita quando vogliamo comunicare non basta dire semplicemente delle parole, non è purtroppo sufficiente, ma è maggiormente rilevante, infatti, come si dicono le parole e l’emozione che con esse vogliamo comunicare. <ul style="list-style-type: none">• i vari metodi di recitazione: dalla Commedia dell’Arte a Stanislavski• la memoria sensitiva: come utilizzarle• osservazione e auto-osservazione del linguaggio corporeo• sapere gestire le emozioni in pubblico	

Uso efficace della riunione

<p>Durata: 1 gg</p> <hr/> <p>Prerequisito: nessuno</p> <hr/> <p>Obiettivi: comprendere il funzionamento delle varie tipologie di riunione per identificarne l'utilità; organizzare, gestire ed informare collaboratori e gruppi di lavoro; rendere lo strumento "riunione" un momento efficace nel lavoro quotidiano</p> <hr/> <p>Destinatari: Imprenditori, manager, responsabili di gruppi di lavoro con delle risorse da organizzare, gestire ed informare.</p> <hr/> <p>Metodologie: Esercitazioni di ruolo</p>	IMPATTO																																										
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #800000; color: white;">Area</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Atteggiamento</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Livello</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="6" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Dall'interno</td> <td>Assertività</td> <td>★★★★</td> </tr> <tr> <td>Argomentazione</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Negoziazione</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Leadership</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Problem Solving</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Decision Making</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td rowspan="6" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Dall'esterno</td> <td>Cooperatività</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Membership</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Adattabilità</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Ascolto</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Resilienza</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Apertura</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td rowspan="6" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Su se stessi</td> <td>Introspezione</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Determinazione</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Obiettività</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Creatività</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Efficacia</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Efficienza</td> <td>★★★</td> </tr> </tbody> </table>	Area	Atteggiamento	Livello	Dall'interno	Assertività	★★★★	Argomentazione	★	Negoziazione	★★★★★	Leadership	★★★	Problem Solving	★★	Decision Making	★	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★	Membership	★★	Adattabilità	★	Ascolto	★★★	Resilienza	★	Apertura	★★★★★	Su se stessi	Introspezione	★★★	Determinazione	★★	Obiettività	★★★★★	Creatività	★★★	Efficacia	★	Efficienza	★★★
Area	Atteggiamento	Livello																																									
Dall'interno	Assertività	★★★★																																									
	Argomentazione	★																																									
	Negoziazione	★★★★★																																									
	Leadership	★★★																																									
	Problem Solving	★★																																									
	Decision Making	★																																									
Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★																																									
	Membership	★★																																									
	Adattabilità	★																																									
	Ascolto	★★★																																									
	Resilienza	★																																									
	Apertura	★★★★★																																									
Su se stessi	Introspezione	★★★																																									
	Determinazione	★★																																									
	Obiettività	★★★★★																																									
	Creatività	★★★																																									
	Efficacia	★																																									
	Efficienza	★★★																																									
<p>Descrizione:</p> <p>Nelle aziende è frequente una situazione curiosa: o si fanno troppe riunioni, o se ne fanno troppo poche. Nel primo caso il rischio è quello della riunione vissuta come perdita di tempo, attività improduttiva e inutile, fine a se stessa; nel secondo caso il rischio è quello della mancanza di circolazione delle informazioni, o di una circolazione asfittica, burocratizzata.</p> <p>Analizzare e riflettere sui vari tipi di riunione, su come scegliere se è opportuno fare una riunione, come organizzarla, come gestirla, come renderla efficace è lo scopo di questo corso.</p> <p>Partendo da concetti di base teorici saranno esaminate le varie tipologie di riunione in modo da fornire una panoramica completa di cosa è possibile fare in tale ambito.</p> <ul style="list-style-type: none"> • le riunioni: tipologia (consultiva, informativa, deliberativa, formativa, persuasiva) • i partecipanti: dinamiche di comunicazione • organizzazione: la durata, il luogo, gli strumenti necessari • tipi speciali di riunione: il brainstorming • le alternative 																																											

Uso ottimale degli strumenti di comunicazione

<p>Durata: 1 gg</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="background-color: #800000; color: white;">IMPATTO</th> </tr> <tr> <th style="background-color: #f0f0f0;">Area</th> <th style="background-color: #f0f0f0;">Atteggiamento</th> <th style="background-color: #f0f0f0;">Livello</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="6" style="background-color: #ffff00; text-align: center; vertical-align: middle;">Dall'interno</td> <td>Assertività</td> <td>★★★★</td> </tr> <tr> <td>Argomentazione</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Negoziazione</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Leadership</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Problem Solving</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Decision Making</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td rowspan="6" style="background-color: #ffff00; text-align: center; vertical-align: middle;">Dall'esterno</td> <td>Cooperatività</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Membership</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Adattabilità</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Ascolto</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Resilienza</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Apertura</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td rowspan="6" style="background-color: #ffff00; text-align: center; vertical-align: middle;">Su se stessi</td> <td>Introspezione</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Determinazione</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Obiettività</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Creatività</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Efficacia</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Efficienza</td> <td>★★★</td> </tr> </tbody> </table>	IMPATTO			Area	Atteggiamento	Livello	Dall'interno	Assertività	★★★★	Argomentazione	★	Negoziazione	★★★★★	Leadership	★★★	Problem Solving	★★	Decision Making	★	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★	Membership	★★	Adattabilità	★	Ascolto	★★★	Resilienza	★	Apertura	★★★★★	Su se stessi	Introspezione	★★★	Determinazione	★★	Obiettività	★★★★★	Creatività	★★★	Efficacia	★	Efficienza	★★★
IMPATTO																																														
Area		Atteggiamento	Livello																																											
Dall'interno		Assertività	★★★★																																											
		Argomentazione	★																																											
	Negoziazione	★★★★★																																												
	Leadership	★★★																																												
	Problem Solving	★★																																												
	Decision Making	★																																												
Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★																																												
	Membership	★★																																												
	Adattabilità	★																																												
	Ascolto	★★★																																												
	Resilienza	★																																												
	Apertura	★★★★★																																												
Su se stessi	Introspezione	★★★																																												
	Determinazione	★★																																												
	Obiettività	★★★★★																																												
	Creatività	★★★																																												
	Efficacia	★																																												
	Efficienza	★★★																																												
<p>Prerequisito: nessuno</p>																																														
<p>Obiettivi: mettere ordine nella comunicazione aziendale, fornendo chiavi di lettura pratiche e semplici per consentire a chiunque di essere più efficace ed efficiente nelle attività di comunicazione, che nella moderna società dell'informazione rappresentano una quota rilevantissima di ogni attività lavorativa e non. I responsabili aziendali della comunicazione potranno impostare dei programmi aziendali di "regolamento" sulle comunicazioni tali da fornire a tutti i dipendenti dei facili e semplici strumenti di miglioramento, in un'ottica di ricerca della qualità anche nella comunicazione.</p>																																														
<p>Metodologie: Il confronto tra tutti i presenti permetterà di approfondire anche alla luce delle esperienze pratiche di tutti il panorama della problematica.</p>																																														
<p>Descrizione:</p> <p>La comunicazione nelle aziende oggi è possibile attraverso una serie notevole di "media", che permettono di comunicare molto più e molto più in fretta; come mai allora la comunicazione, a detta di molti, sta peggiorando? come mai sono sempre più frequenti i "misunderstanding", le lamentele, le perdite di tempo, lo stress "da comunicazione"?</p> <ul style="list-style-type: none"> • la comunicazione: concetti base - le interferenze nella comunicazione: "rumore" e "silenzio" e la loro gestione - i mezzi di comunicazione verbali e non verbali • le tecniche e le tecnologie: uso ed abuso – riunioni formali – riunioni informali - videoconferenza • i media tradizionali da "riscoprire" - posta, fax, telefono: quando, come e perché. • e-mail: regole base – netiquette - evoluzione futura - problemi connessi alla email-abuse • nuovi media: SMS, What's app, Facebook, LinkedIn, • elementi di Privacy nella comunicazione 																																														

Area Famiglia

La famiglia è la società naturale prima, origine e fonte di ogni altro aggregato sociale. Ogni individuo ha relazioni interpersonali e quelle dell'ambito familiare sono spesso i legami più presenti nella vita quotidiana.

Negli ultimi anni ci sono state importanti riforme legislative che tengono conto del cambiamento sociale e di costume.

Rilevanti innovazioni sono state introdotte in materia di filiazione al di fuori del matrimonio, e nell'ambito della gestione della crisi coniugale, con i nuovi percorsi di separazione e divorzio alternativi al ricorso in Tribunale: la mediazione familiare, la negoziazione assistita da avvocati, il "divorzio veloce" e il "divorzio breve".

E' importante conoscere e capire quali sono i diritti dei singoli membri della famiglia e la tutela che l'ordinamento accorda ai soggetti più deboli.

Abusi e violenza in famiglia

Durata: 4 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Verranno esaminate le ipotesi più frequenti in cui si può subire l'abuso o la violenza: all'interno della famiglia, in ambienti scolastici, all'interno di gruppi, a qualsiasi età, anche adolescenziale. I diritti e le azioni da intraprendere per tutelare il soggetto e gli altri componenti del nucleo familiare.	
Destinatari: privati, soci, dipendenti	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• le condotte illecite• la violenza (domestica, psicologica, fisica, assistita)• il mobbing familiare e lo stalking• abusi e maltrattamenti familiari nei confronti del coniuge o convivente e dei figli• la tutela: l'ordine di allontanamento	



La mediazione familiare

Durata: 4 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Il corso si propone di far conoscere l'istituto della mediazione familiare come strumento alternativo o di supporto alla risoluzione delle dispute giudiziali.	
Destinatari: privati, soci, dipendenti	
Descrizione: Chi è il mediatore familiare e quando è opportuno intraprendere un percorso di mediazione. A chi si rivolge e quali sono gli argomenti trattati con il mediatore.	

Separarsi e divorziare oggi: negoziazione assistita e divorzio breve

Durata: 4 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: il corso si propone di informare l'utenza sulle nuove riforme che hanno riguardato la separazione ed il divorzio. Saranno analizzate le possibilità alternative al deposito della domanda in Tribunale: l'accordo concluso a seguito di negoziazione assistita da avvocati e la dichiarazione di volersi separare resa direttamente all'Ufficiale dello stato civile del proprio comune di residenza.	
Destinatari: privati, soci, dipendenti	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• presupposti per accedere alla procedura di negoziazione assistita• trasmissione dell'accordo al pubblico ministero e deposito al Comune• accordo concluso innanzi all'Ufficiale dello stato civile: i presupposti• la legge sul divorzio breve	



Tutela della famiglia di fatto

Durata: 4 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Il corso si propone di analizzare quali strumenti mette a disposizione la legge per la tutela delle famiglie di fatto in Italia: la regolamentazione dei rapporti tra conviventi, il riconoscimento legale della convivenza.	
Destinatari: privati, soci, dipendenti	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• pacs e coppie di fatto: i nuovi contratti di convivenza• diritti e doveri delle persone stabilmente conviventi• la cessazione del rapporto di convivenza• l'assegnazione della casa familiare e successione nel contratto di locazione• assegni familiari• diritto al risarcimento danno morale per convivente deceduto• equiparazione della tutela per i figli e residue disparità	



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Area Finanza e Amministrazione

Adempimenti e responsabilità in funzione del ruolo aziendale

Durata: 4 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: conoscere gli aspetti normativi relativi alle responsabilità di ruolo; individuare i punti focali caratterizzanti le analisi gestionali societarie; sviluppare le capacità di previsione e controllo nell'ambito di una logica gestionale	
Destinatari: Consiglieri di amministrazione di PMI	
Descrizione: Il corso affronta le tematiche centrali riguardanti le responsabilità dei membri dei consigli di amministrazione così come sono definite dalle normative vigenti. I contenuti e la metodologia didattica sono costruiti per un'utenza non particolarmente abituata alle tecniche gestionali, ed è studiato per realtà societarie di piccole e medie dimensioni, con l'intento di comunicare l'essenzialità delle funzioni dei consiglieri. Destinatari privilegiati sono: piccoli imprenditori, soci familiari, responsabili di produzione o di vendite coinvolti nell'assetto societario. Il corso distingue due aree di contenuti, ognuna delle quali può essere eventualmente sviluppata indipendentemente dall'altra. <ul style="list-style-type: none">● area legislativa, legale, fiscale<ul style="list-style-type: none">○ Codice civile e responsabilità degli amministratori○ Legge 231 – responsabilità amministrativa della società, modelli di organizzazione, gestione e controllo○ DPSS - documento programmatico sulla sicurezza○ Project financing e gestione del patrimonio● area bilancio e contabilità<ul style="list-style-type: none">○ Lo stato patrimoniale, il Conto economico, gli indici di bilancio, la nota integrativa○ La comunicazione del bilancio○ Contabilità analitica, analisi dei costi, budget○ Pianificazione finanziaria e cash flow○ Il controllo della gestione	

Controllo di gestione per non amministrativi

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Conoscere i fondamentali del controllo di gestione, al fine di operare in una logica comune con le altre funzioni aziendali per decidere obiettivi e scelte prioritarie in coerenza con la politica aziendale	
Destinatari: quadri aziendali, imprenditori, responsabili area commerciale o produttiva	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi, esercitazioni e casi	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• Il controllo di gestione. Cos'è, a cosa serve, come si imposta• Classificare i costi, impostare i budget e i controlli periodici• Il break even point e i principali indici di bilancio	

Controllo di gestione avanzato

Durata: 2 gg	
Prerequisito: partecipazione – con certificazione ottenuta – al corso base	
Obiettivi: conoscenza dei fondamentali del controllo di gestione;	
Destinatari: quadri e impiegati amministrativi, imprenditori, responsabili area	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi, esercitazioni e casi	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• Ridefinizione dei concetti base del controllo di gestione.• Il budget; la ripartizione su base mensile/trimestrale delle voci di Ricavo/costo.• La Contabilità Analitica e i Centri di Costo• La riclassificazione del bilancio• Principali indici di bilancio	

Riclassificazione del bilancio

Durata: 2 gg	
Prerequisito: conoscenza di base dei principi di contabilità; partecipazione ai corsi Controllo Gestione uno e due	
Obiettivi: Al termine della attività si dovrà essere in grado di riclassificare autonomamente un bilancio e individuare le aree di criticità presenti per decidere obiettivi e scelte prioritarie indirizzando la politica aziendale	
Destinatari: amministrativi, quadri aziendali, imprenditori, responsabili area commerciale, logistica o produttiva	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi, esercitazioni e casi	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• Verifica/analisi degli scostamenti tra preventivo e consuntivo• I metodi di riclassificazione del bilancio (patrimoniale-economico-.....)• Il rendiconto finanziario e gli indicatori• Analisi della Redditività e valutazioni dei vari indicatori di riferimento• Conoscere per decidere: come utilizzare immediatamente la metodologia acquisita	

Finanza comportamentale in ambito bancario e finanziario

<p>Durata: 16 hh</p> <p>Obiettivi: il corso si propone di individuare i principali aspetti emotivi e cognitivi che possono condurre a scelte di investimento errate. Verranno individuati ed analizzati sia i principali aspetti psicologici che influenzano le decisioni di investimento dei propri clienti sia le trappole mentali in cui cadiamo quando prendiamo delle decisioni in ambito finanziario (avversione alle perdite, illusione di sapere, errori di valutazione). Al termine del corso, i Partecipanti avranno una maggiore consapevolezza dei processi cognitivi e dei condizionamenti emotivi che influenzano sia le proprie decisioni sia quelle dei propri clienti: conoscere meglio se stessi per conoscere meglio i propri clienti.</p> <p>Destinatari: quadri e consulenti private, promotori finanziari e private bankers</p>	IMPATTO																																										
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #800000; color: white;">Area</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Atteggiamento</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Livello</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="6" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Dall'interno</td> <td>Assertività</td> <td>★★★★</td> </tr> <tr> <td>Argomentazione</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Negoziazione</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Leadership</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Problem Solving</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Decision Making</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td rowspan="6" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Dall'esterno</td> <td>Cooperatività</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Membership</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Adattabilità</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Ascolto</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Resilienza</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Apertura</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td rowspan="6" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Su se stessi</td> <td>Introspezione</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Determinazione</td> <td>★★</td> </tr> <tr> <td>Obiettività</td> <td>★★★★★</td> </tr> <tr> <td>Creatività</td> <td>★★★</td> </tr> <tr> <td>Efficacia</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Efficienza</td> <td>★★★</td> </tr> </tbody> </table>	Area	Atteggiamento	Livello	Dall'interno	Assertività	★★★★	Argomentazione	★	Negoziazione	★★★★★	Leadership	★★★	Problem Solving	★★	Decision Making	★	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★	Membership	★★	Adattabilità	★	Ascolto	★★★	Resilienza	★	Apertura	★★★★★	Su se stessi	Introspezione	★★★	Determinazione	★★	Obiettività	★★★★★	Creatività	★★★	Efficacia	★	Efficienza	★★★
Area	Atteggiamento	Livello																																									
Dall'interno	Assertività	★★★★																																									
	Argomentazione	★																																									
	Negoziazione	★★★★★																																									
	Leadership	★★★																																									
	Problem Solving	★★																																									
	Decision Making	★																																									
Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★																																									
	Membership	★★																																									
	Adattabilità	★																																									
	Ascolto	★★★																																									
	Resilienza	★																																									
	Apertura	★★★★★																																									
Su se stessi	Introspezione	★★★																																									
	Determinazione	★★																																									
	Obiettività	★★★★★																																									
	Creatività	★★★																																									
	Efficacia	★																																									
	Efficienza	★★★																																									
<p>Descrizione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dalla finanza classica a quella comportamentale; • il passato della specie influenza il suo comportamento presente; • psicologia degli investimenti: avidità e paura; • strategie cognitive sistematiche: euristiche e pregiudizi; • processo cognitivo e processo decisionale: violazione dei principi di razionalità; • conoscere se stessi e prevenire gli errori comportamentali: emotività, pianificazione, programmazione, speculazione e consulenza; • trading, emozioni e decisioni: le variabili decisionali (valore atteso, rischio e premio per il rischio); • le motivazioni al risparmio: consulenza e gestione dei risparmi; • intelligenza emotiva: gestire clienti e non portafogli; • intuizioni e guru: anche gli esperti sbagliano; • protezione e recupero delle perdite; • il portafoglio di investimento comportamentale; 																																											

Finanza comportamentale per consumatori ed utenti finali

<p>Durata: 1 gg</p>	IMPATTO		
<p>Prerequisito: nessuno</p>	Area	Atteggiamento	Livello
<p>Obiettivi: chiarire ed analizzare il comportamento decisionale in materia economico-finanziaria; comprendere il funzionamento dei processi cognitivi utilizzati dagli individui; individuare le “trappole comportamentali”), che spingono a prendere decisioni sbagliate; facilitare l’educazione al consumo consapevole</p> <p>Destinatari: consumatori, chiunque si trovi a dover effettuare scelte di carattere finanziario ad ogni livello</p> <p>Metodologia: Il corso di carattere teorico-pratico presenta spazi dedicati ad analisi di casi e simulazioni pratiche, facendo riferimento alle specifiche realtà dei partecipanti</p>	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★
		Negoziazione	★★★★★
		Leadership	★★★
		Problem Solving	★★
		Decision Making	★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★
		Adattabilità	★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★
		Apertura	★★★★★
	Su se stessi	Introspezione	★★★
Determinazione		★★	
Obiettività		★★★★★	
Creatività		★★★	
Efficacia		★	
Efficienza		★★★	
<p>Descrizione:</p> <p>Il corso si propone di chiarire ed analizzare il comportamento decisionale del consumatore e di comprendere il funzionamento dei processi cognitivi utilizzati nelle scelte individuali, in relazione all'utilizzo del denaro nella vita quotidiana. Saranno analizzati fenomeni quali l'irrazionalità quotidiana, l'illusione di sapere, il potere del denaro, l'impulso consumista ed altri aspetti psicologici che ci allontanano da una corretta educazione al “consumo consapevole”. Al termine del corso, i Partecipanti avranno uno strumento in più per valutare il loro approccio alle decisioni di carattere finanziario.</p> <ul style="list-style-type: none"> • introduzione alla Finanza Comportamentale - moneta e denaro - neuroeconomia e neuromarketing; - l'illusione di sapere • la contabilità mentale - l'irrazionalità economica quotidiana • le convenzioni sociali - il potere del prezzo - denaro e sentimenti • euristiche (scorciatoie cognitive): effetto dotazione (Brunello); - effetto ancoraggio (prezzi outlet) - trappola dei costi sommersi (progetto auto) - propensione allo status quo (nuove proposte) - avversione agli estremi (televisioni) - inversione delle preferenze (rottamazione) • l'impulso consumista: come difendersi 			

Finanza comportamentale per dirigenti e gestori di risorse

<p>Durata: 2 gg</p>	IMPATTO	Area	Atteggiamento	Livello
Prerequisito: nessuno			Dall'interno	Assertività
<p>Obiettivi: chiarire ed analizzare i comportamenti decisionali nelle scelte di carattere economico-finanziario; comprendere il funzionamento dei processi cognitivi utilizzati nelle scelte individuali; riconoscere e analizzare i comportamenti ("trappole comportamentali"), che spingono a prendere decisioni sbagliate</p>		Argomentazione		★
		Negoziazione		★★★★★
		Leadership		★★★
	Problem Solving	★★		
<p>Destinatari: imprenditori, ruoli di responsabilità nella gestione delle organizzazioni</p>	Dall'esterno	Decision Making	★	
		Cooperatività	★★★★★	
		Membership	★★	
		Adattabilità	★	
		Ascolto	★★★	
		Resilienza	★	
<p>Metodologia: Il corso di carattere teorico-pratico presenta spazi dedicati ad analisi di casi aziendali e simulazioni pratiche, facendo riferimento alle specifiche realtà aziendali dei partecipanti</p>	Su se stessi	Apertura	★★★★★	
		Introspezione	★★★	
		Determinazione	★★	
		Obiettività	★★★★★	
		Creatività	★★★	
		Efficacia	★	
	Efficienza	★★★		
<p>Descrizione: Il corso si propone di chiarire ed analizzare il comportamento decisionale dell'agente economico, e di comprendere il funzionamento dei processi cognitivi utilizzati nelle scelte individuali, prendendone in considerazione gli aspetti di carattere emotivo ed i limiti di conoscenza. Al termine del corso, i partecipanti avranno una maggiore consapevolezza dei loro limiti e pertanto saranno in grado di valutare le proprie decisioni in maniera più consapevole, evitando molti degli errori che spesso si commettono.</p> <ul style="list-style-type: none"> • le teorie - teoria economica classica - teoria dei mercati efficienti - la finanza comportamentale come approccio alternativo - la teoria del prospetto • processi decisionali: violazione dei principi di razionalità • effetto framing; • euristiche (scorciatoie cognitive) bias (pregiudizio) - trappole cognitive - il processo di debiasing (correzione dei pregiudizi cognitivi) • gestire le risorse con la finanza comportamentale: il denaro non è tutto: premi ed incentivi versus motivazione al lavoro e volontariato; • i 2 principi fondamentali: "noi" (Peter F. Drucker) e "l'apprezzamento altrui" (Carnegie Dale). 				

Finanza comportamentale per le scelte assicurative e previdenziali

Durata: 1 gg	IMPATTO		
	Area	Atteggiamento	Livello
<p>Obiettivi: il corso si propone di individuare i principali aspetti emotivi e cognitivi che possono condurre a scelte assicurative e previdenziali errate. Verranno individuati ed analizzati sia i principali aspetti psicologici che influenzano le decisioni assicurative e previdenziali dei propri clienti sia le trappole mentali in cui cadiamo quando prendiamo delle decisioni in ambito assicurativo e previdenziale (emotività, illusioni, insicurezze, errori di valutazione, pianificazione e programmazione). Al termine del corso, i Partecipanti avranno una maggiore consapevolezza dei processi cognitivi e dei condizionamenti emotivi che influenzano sia le proprie decisioni sia quelle dei propri clienti: conoscere meglio se stessi per conoscere meglio i propri clienti.</p> <p>Destinatari: agenti assicurativi, brokers, consulenti assicurativi, promotori finanziari.</p>	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★
		Negoziazione	★★★★★
		Leadership	★★★
		Problem Solving	★★
		Decision Making	★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★
		Adattabilità	★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★
		Apertura	★★★★★
	Su se stessi	Introspezione	★★★
		Determinazione	★★
		Obiettività	★★★★★
Creatività		★★★	
Efficacia		★	
Efficienza		★★★	
<p>Descrizione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • economia e psicologia umana (incertezza ed emozioni); • educazione finanziaria e gestione del tempo; • consulenza (risparmio, investimento e rischio); • decisioni e scelte assicurative (previdenza e rischi assicurativi); • crisi pensionistica e gestione del cambiamento; • riforma del sistema previdenziale (sistema retributivo vs. sistema contributivo); • pianificazione e ciclo di vita; • sicurezza finanziaria e previdenza integrativa (capitale e rendita vitalizia); • diventare finanziariamente indipendenti; • fenomeni psicologici e trappole cognitive (euristiche e bias). 			

Finanza comportamentale per studenti in età compresa fra i 17 ed i 19 anni

<p>Durata: 16 hh</p>	IMPATTO		
<p>Obiettivi: il corso si propone di chiarire ed analizzare il comportamento decisionale nell'età evolutiva di transizione dallo stato infantile a quello dell'individuo adulto in relazione all'utilizzo del denaro nella vita quotidiana. Saranno analizzati fenomeni quali l'irrazionalità quotidiana, l'illusione di sapere, il potere del denaro, l'impulso consumista ed altri aspetti psicologici, che ci allontanano da una corretta educazione al "consumo consapevole". Al termine del corso, i Partecipanti avranno uno strumento in più per valutare il loro approccio alle decisioni di carattere finanziario.</p>	Area	Atteggiamento	Livello
<p>Destinatari: studenti in età compresa fra i 17 ed i 19 anni.</p>	Dall'interno	Assertività	★★★★
<p>Metodologie: didattica frontale in aula con slides in power point, metodologie attive ed esperienziali, monitoraggio e valutazione, test, problem solving, brain-storming, animazione e facilitazione (apprendimento cooperativo e lavori di gruppo, simulazioni e learning by doing, role-playing, giochi e lotterie, studio di casi concreti, auto-casi, testimonianze).</p>		Argomentazione	★
		Negoziazione	★★★★★
		Leadership	★★★
		Problem Solving	★★
		Decision Making	★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★
		Adattabilità	★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★
		Apertura	★★★★★
	Su se stessi	Introspezione	★★★
		Determinazione	★★
		Obiettività	★★★★★
		Creatività	★★★
		Efficacia	★
		Efficienza	★★★
<p>Descrizione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • homo oeconomicus vs. homo piger; • animal spirits e processi neurali; • introduzione alla Finanza Comportamentale; • educazione finanziaria e gestione del tempo; • la contabilità mentale; • le convenzioni sociali; • il potere del prezzo; • denaro e sentimenti; • euristiche (scorciatoie cognitive); • bias (pregiudizi); • trappole mentali. 			



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Area Formazione aziendale

Formazione aziendale - introduzione

<p>Durata: 2 gg</p> <p>Prerequisito: Nessuno</p> <p>Obiettivi: Organizzare in modo ottimale il processo di formazione all'interno dell'azienda per garantire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • il passaggio di competenze/conoscenze tra generazioni • il rapido ed efficace inserimento di nuove risorse • la crescita del proprio personale <p>Destinatari: Responsabili aziendali e settoriali</p>	IMPATTO		
	Area	Atteggiamento	Livello
	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★
		Negoziazione	★★★★★
		Leadership	★★★
		Problem Solving	★★
		Decision Making	★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★
		Adattabilità	★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★
		Apertura	★★★★★
Su se stessi	Introspezione	★★★	
	Determinazione	★★	
	Obiettività	★★★★★	
	Creatività	★★★	
	Efficacia	★	
	Efficienza	★★★	
<p>Descrizione:</p> <p>La formazione come risorsa per la crescita aziendale; il Life-long-learning</p> <p>La definizione degli obiettivi e delle risorse necessarie</p> <p>Le metodologie: formazione tradizionale in aula, e-learning, training on-the-job; pregi e difetti</p> <p>La selezione dei formatori</p> <p>La gestione del materiale: slide, dispense, esercitazioni</p> <p>Il finanziamento della formazione</p> <p>Internet come strumento di formazione: da youtube ai social network</p>			

Formazione continua per le aziende bancarie

Durata: 2 + 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
<p>Obiettivi: I corsi formativi presentati in questo programma sono dedicati allo sviluppo della formazione continua per le aziende bancarie.</p> <p>Lo sviluppo delle competenze riguarderanno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'implementazione della formazione continua pianificata. • La produttività, qualitativa e quantitativa delle reti commerciali. • L'accrescimento e l'estensione delle competenze. • L'interazione tra le funzioni aziendali. • Lo sviluppo di programmi efficaci e professionalmente motivanti. • L'impiego dei Fondi Paritetici Interprofessionali. • Lo sviluppo del project management. • La valutazione delle competenze professionali dei consulenti e dei docenti, sia esterni che interni. • La gestione ed il controllo dei piani formativi. 	
<p>Destinatari: Responsabili dello Sviluppo Risorse umane; Responsabili della Formazione; Capi Progetto di Piani Formativi e di Sviluppo delle competenze professionali; Membri di comitati paritari bilaterali per la formazione continua</p>	
<p>Metodologie: Si prevedono lezioni, esercitazioni e simulazioni di gruppo e miniprogetti e testimonianze di esperti della formazione continua in banca, nelle aziende e nei sindacati.</p>	
<p>Descrizione: Il programma si articola in due moduli:</p> <p>(1° modulo) 2 gg: progettazione degli obiettivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Progettare per competenze e strategie di approccio. • Tipologia delle competenze. • Articolazione delle competenze. • Segmentazione quantitativa e qualitativa delle competenze • Definizione delle priorità temporali e strategiche dei progetti. • Articolazione delle metodologie didattiche (in aula ed a distanza). • Utilizzo del Fondo Interprofessionale FBA la formazione continua. <p>(2° modulo) 2 gg: valutazione dei risultati</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valutazione e monitoraggio del processo formativo e dei suoi risultati. • Strumenti di valutazione. • Valutazione e certificazione delle competenze e dell'apprendimento. • Relazioni con le rappresentanze sindacali. • Verifica delle metodologie didattiche (in presenza a distanza). • Pianificazione degli strumenti, dei metodi e dei tempi per il monitoraggio e la valutazione. • Organizzazione degli strumenti (test, report, indicatori, questionari). 	

Formazione formatori aziendali

Durata: 4-6 gg Prerequisito: Nessuno Obiettivi: Formare docenti interni aziendali sulle metodologie e tecniche necessarie per rendere efficace ed efficiente il processo di formazione di nuovi dipendenti Destinatari: Personale senior aziendale che deve gestire la formazione di nuovi dipendenti sia con metodologie d'aula che con training on-the-job Metodologie: Lezioni frontali e esercitazioni pratiche	IMPATTO		
	Area	Atteggiamento	Livello
	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★
		Negoziazione	★★★★★
		Leadership	★★★
		Problem Solving	★★
		Decision Making	★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★
		Adattabilità	★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★
		Apertura	★★★★★
Su se stessi	Introspezione	★★★	
	Determinazione	★★	
	Obiettività	★★★★★	
	Creatività	★★★	
	Efficacia	★	
	Efficienza	★★★	
Descrizione: La formazione come processo di apprendimento; la trasmissione di metodi, di buone pratiche, di regole e prassi aziendali. L'organizzazione di un corso: definizione degli obiettivi, dei contenuti, scaletta del corso. La microprogettazione del corso e delle esercitazioni. La preparazione e gestione del materiale didattico: slide, dispense e non solo. La gestione dell'aula: elementi di base di public speaking orientato alla formazione Gli strumenti del formatore: dalla lavagna tradizionale alla LIM La formazione on-the-job: metodologie e accorgimenti per una buona efficacia. L'uso di metodologie di e-learning: come integrarle, come renderle realmente efficaci; la formazione come processo continuo di apprendimento "life-long", le possibilità della formazione a distanza tramite internet. L'uso di internet come mezzo di formazione.			

Organizzare la formazione in azienda

<p>Durata: 8 hh</p> <p>Prerequisito: nessuno</p> <p>Obiettivi: definire metodologie e strumenti per la gestione della formazione aziendale</p> <p>Destinatari: Responsabili aziendali e di settore</p> <p>Metodologie:</p>	IMPATTO		
	Area	Atteggiamento	Livello
	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★
		Negoziazione	★★★★★
		Leadership	★★★
		Problem Solving	★★
		Decision Making	★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★
		Adattabilità	★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★
		Apertura	★★★★★
Su se stessi	Introspezione	★★★	
	Determinazione	★★	
	Obiettività	★★★★★	
	Creatività	★★★	
	Efficacia	★	
	Efficienza	★★★	

Descrizione:

La formazione, al pari di qualsiasi processo aziendale, necessita di una buona organizzazione e di una precisa definizione di strumenti, metodi, responsabilità.

In questo corso si impara a definire il processo di formazione all'interno dell'azienda e a strutturarne le varie componenti per renderlo realmente efficace ed efficiente.

- Il processo della formazione: dalla rilevazione dei fabbisogni alla erogazione e alla valutazione
- La gestione dei formatori e delle attività
- La gestione del materiale
- Le varie metodologie: dalla formazione d'aula al training on-the-job e all'e-learning: coinvolgimento, erogazione, valutazione



Area Risorse Umane

Le aziende sono la somma di persone: al di là degli impianti, dei macchinari, dei prodotti, delle idee, quello che fa veramente la differenza di valore sono le risorse umane.

E' una considerazione che più o meno tutti abbiamo sentito, ed è, al di là di una certa "tautologia", del tutto condivisibile; peccato però che spesso, poi, ci se ne dimentichi al momento di valutare piani di investimento aziendale e di crescita: si pensa a impianti, alla pubblicità, alla "ricerca e sviluppo" di nuovi prodotti o al miglioramento di quelli esistenti, e si pensa troppo poco alle persone che quelle attività le devono concretamente portare avanti e realizzare.

Investire nella crescita delle risorse umane che formano il capitale immateriale più importante dell'azienda è, nel medio-lungo termine, uno dei migliori che un imprenditore intelligente può fare: far crescere le persone, motivarle, aumentare le loro potenzialità permette all'azienda di affrontare al meglio qualsiasi sfida il mercato le ponga.

Al contrario spesso, specialmente in periodi difficili, il primo taglio avviene proprio sulla formazione e sullo sviluppo del personale, creando un circolo vizioso che, piano piano, porta al soffocamento dell'azienda.

Budgeting del personale

Durata: 8 hh	
Prerequisito: conoscenza di base di amministrazione del personale	
Obiettivi: definire le corrette pratiche per una buona gestione del budget del personale	
Destinatari: Responsabili aziendali, di amministrazione e di gestione delle risorse umane	
Metodologie:	
Descrizione: Nella definizione del più generale budget aziendale la voce del personale è quella più complessa; numerose dinamiche rendono questa voce una delle più aleatorie e difficili da stimare, con conseguenze su tutto il processo. Il piano delle risorse umane <ul style="list-style-type: none">• Definizione delle esigenze• Valutazione delle posizioni e dei piani di carriera• Pianificazione del turn-over Elementi esogeni <ul style="list-style-type: none">• I contratti di lavoro e le varie voci che influiscono sui costi con il passare del tempo Particolarità del calcolo <ul style="list-style-type: none">• La gestione dei fondi di accantonamento• I costi storici come elementi di valutazione• I costi dell'assenteismo	



Diritto del lavoro – elementi base

Durata: 15 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Il corso ha l'obiettivo di fornire un livello di conoscenza basico sulla principale legislazione nazionale in materia di lavoro e sui principali adempimenti amministrativi nella gestione del personale. Nonché far conoscere quali sono gli obblighi del datore di lavoro ed i doveri dei lavoratori e gli elementi fondamentali del CCNL specifico di categoria.	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• normativa in materia di lavoro;• obblighi del datore di lavoro;• comunicazione obbligatorie;• contratti di lavoro;• assunzioni agevolate;• doveri del lavoratore;• CCNL di categoria.	



Fondi di previdenza complementare

Durata: 1 gg	
Prerequisito: nessuno	
Descrizione: In questo corso intendiamo chiarire bene gli aspetti pratici e i riflessi diretti sulla realtà sia dal punto di vista del lavoratore sia, soprattutto, dal punto di vista della Azienda, che si vede chiamata a vari adempimenti e ad una gestione sicuramente più ampia ed articolata della Previdenza Complementare. La partecipazione a questo corso sarà fondamentale per tutti coloro che desiderano essere aggiornati su ogni aspetto relativo alla problematica legata alla specifica area di gestione aziendale, e quindi viene suggerita sia agli addetti e/o responsabili relativi al settore dell'amministrazione del personale.	

La valutazione del personale

Durata: 2 gg Prerequisito: nessuno Obiettivi: avere una panoramica chiara del significato e dei possibili scopi di un sistema di valutazione; impostare un piano di inserimento di una metodologia di valutazione in azienda Destinatari: imprenditori, manager, responsabili del settore	IMPATTO		
	Area	Atteggiamento	Livello
	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★★
		Negoziazione	★★★★★
		Leadership	★★★★★
		Problem Solving	★★
		Decision Making	★★★★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★★★
		Adattabilità	★★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★★
		Apertura	★★★★★
Su se stessi	Introspezione	★★	
	Determinazione	★★★★	
	Obiettività	★★★★★	
	Creatività	★★★	
	Efficacia	★★	
	Efficienza	★★★	
Descrizione: La valutazione delle prestazioni dei dipendenti è un momento aziendale tra i più delicati; una buona metodologia di valutazione può portare eccezionali benefici aziendali, così come una cattiva metodologia può causare enormi danni. La valutazione deve essere affrontata come un progetto strategico aziendale, fin dalla sua proposta e ipotesi, per essere poi seguito con la massima attenzione per ottenere dei veri benefici. Verranno esaminati i vari metodi di valutazione, i loro pregi e difetti e le possibili implementazioni in modo da impostare una ipotesi di "piano di valutazione" effettivamente rispondente alle esigenze della azienda.			

La valutazione del personale – strumenti operativi

Durata: 3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Impostare un piano di valutazione del personale	
Destinatari: imprenditori, manager, responsabili del settore	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• La definizione degli obiettivi della valutazione• Il piano della valutazione: tempi e metodologie• La profondità della valutazione: chi valutare e come• La scheda di valutazione: caratteristiche generali• Definizione degli item di valutazione• Metodologie di correzione della valutazione• L'uso della valutazione a posteriori	

La valutazione del personale – formazione valutatori

Durata: 16 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: preparare dei valutatori sulla metodologia di valutazione e sui suoi scopi	
Destinatari: le figure aziendali responsabili di risorse che dovranno utilizzare il metodo di valutazione impostato in azienda	
Descrizione: Uno dei punti critici di un sistema di valutazione risiede nei valutatori e nel loro approccio al sistema; in particolare: <ul style="list-style-type: none">• Il significato e gli obiettivi della valutazione• Il ruolo di responsabile di risorse: da Boss a Leader• Essere il Coach della propria squadra• La metodologia di valutazione continua: come valutare e quando• Il questionario di valutazione: uso e abuso• I bias della valutazione: come accorgersene ed evitarli	

Normativa paghe e contributi

Durata: 4-5 gg (32-40 ore)	
Prerequisito: nessuno	
Descrizione: La gestione del personale dal punto di vista normativo: dalla assunzione alla emissione della busta paga, con tutti i riflessi di calcolo contributivo e fiscale. Nel corso si esaminano le fonti del diritto del lavoro, gli aspetti contrattuali e di integrativi aziendali che consentono e guidano il calcolo della paga, nonché gli aspetti dei rapporti aziendali con gli istituti previdenziali e il fisco; oltre al calcolo della busta paga si prenderanno in esame gli adempimenti periodici (mensili e annuali) che l'azienda, in quanto sostituto di imposta, è tenuta ad osservare. Il corso, teorico e pratico, prevede la compilazione e il calcolo MANUALE della busta paga, in modo da avere le basi teoriche utili per l'utilizzo di qualsiasi software di calcolo.	

Area Informatica

L'informatica è ormai una disciplina pervasiva; nessun ambito lavorativo ne è esente o può farne a meno, sia esso a carattere amministrativo (dove è del tutto ovvio) sia a carattere commerciale o produttivo.

L'uso dell'informatica è una competenza che molti, erroneamente, ritengono acquisita (o danno per scontato che i propri collaboratori ne abbiano piena padronanza); purtroppo non è così.

Molto spesso gli strumenti di produttività più comuni (a partire da Word ed Excel) sono usati a sproposito, gli stessi Personal Computer vengono sottoutilizzati o mal utilizzati non sapendo organizzare al meglio il loro sfruttamento.

Altra convinzione errata è che il personale tecnico dell'azienda sia pienamente in grado di costruire competenze di "uso" di tali strumenti; purtroppo spesso il personale specializzato ha un livello di competenza anche eccessivo e comunque non riesce nel non facile lavoro di "formazione" delle persone non specializzate, che giustamente considerano gli strumenti informatici un semplice "mezzo" e non il "fine" del loro lavoro.

In quest'ottica i corsi proposti son rivolti a "non informatici", dando comunque per scontata una conoscenza basilare dei vari strumenti, cercando di enfatizzare gli aspetti di efficacia ed efficienza raggiungibili con un accorto e corretto uso delle potenzialità offerte.

Access

Durata: 8-16 hh	
Prerequisito: Conoscenza del computer e dei principali applicativi per ufficio	
Obiettivi: Mettere in grado l'utente di impostare un database relazionale elementare mediante Access – o in subordine mediante Open Office o Libre Office Base	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• Introduzione al database• Perché usare un database e quando• Principali caratteristiche di un DB relazionale• Introduzione ad ACCESS: la schermata di avvio• Introduzione ad ACCESS: Creazione di una tabella• Introduzione ad ACCESS: Tabelle collegate• Introduzione ad ACCESS: Query• Introduzione ad ACCESS: Report	

Da Utonto a Utente

Durata: 16 hh	
Prerequisito: Utente di PC che ha delle difficoltà (anche se non se ne rende conto)	
Obiettivi: Prendere consapevolezza delle potenzialità reali dello strumento PC e come utilizzarle al meglio per essere più efficaci ed efficienti nel lavoro quotidiano	
Destinatari: Utenti di PC Windows a qualsiasi livello	
Metodologie: Lezioni frontali con esercitazioni; è opportuno che ciascun partecipante sia dotato del proprio PC portatile in modo da lavorare quanto più possibile su un ambiente familiare e reale	
Descrizione: Il PC come strumento di organizzazione o disorganizzazione: impostazioni di base per una maggiore efficacia e produttività <ul style="list-style-type: none">• organizzazione e struttura delle cartelle• cartelle condivise e servizi cloud• l'uso accorto della tastiera e di altri strumenti di input• l'uso del software: scorciatoie, servizi, potenzialità nascoste• gli strumenti di base• PDF creator e l'uso corretto del formato PDF• La gestione della posta• La ricerca su internet: cosa si trova e come lo si trova• Le banche dati: uso e gestione; trasferimento dati tra sistemi, i formati principali• La gestione delle minacce software: virus e non solo	

Elementi di statistica per l'impresa

Durata: 2 gg	
Prerequisito: uso base di excel	
Obiettivi: Introdurre elementi di valutazione statistica nella gestione aziendale	
Destinatari: Responsabili aziendali, dirigenti, quadri, responsabili di settore	
Descrizione: La statistica è un potente mezzo di valutazione e analisi dei dati, che permette di “vedere” la realtà attraverso i numeri. Gli elementi base: media, moda, mediana: significato e insidie nel loro utilizzo La statistica sulle vendite e sulla clientela: analisi ABC, analisi di Pareto, analisi bidimensionale e l'individuazione grafica di cluster I grafici per la valutazione statistica: uso e analisi delle immagini I cruscotti: come costruirsi un proprio cruscotto con i dati aziendali Gli indici: dagli indici di bilancio agli indici di produttività: metodologie, sensibilità, rischi La statistica per la produttività: budgeting, previsioni, controllo La statistica per i controlli di qualità Strumenti per la statistica	

Fogli di calcolo – base

Durata: 1-2 gg	
Prerequisito: ogni partecipante deve essere dotato di un proprio PC portatile con istallato il software di produttività in uso in azienda	
Descrizione: <p>Il “Foglio di calcolo elettronico” è, da più di 30 anni, uno degli strumenti più versatili e “pericolosi” a disposizione dell’utente di un personal computer. L’uso ottimale di questo strumento passa dalla comprensione di base del suo uso, dalla comprensione delle potenzialità dello strumento e alla razionalizzazione dell’uso per renderlo più produttivo ed efficace.</p> <ul style="list-style-type: none">• Il foglio di calcolo: principi base di funzionamento• Formule, funzioni, indirizzamento dei dati• Funzioni condizionali, funzioni di ricerca• Organizzazione ottimale dei dati• Funzioni di ordinamento e filtro• Funzioni estetiche• I grafici: elementi base• Fogli multipli e funzioni di riferimento incrociato	



Fogli di calcolo – avanzato

Durata: 2 gg	
Prerequisito: corso Fogli di calcolo – base o conoscenze analoghe. ogni partecipante deve essere dotato di un proprio PC portatile con installato il software di produttività in uso in azienda	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• Organizzazione generale dei dati per l'uso tramite fogli di calcolo• Problematiche di trattamento dati provenienti da sistemi centralizzati (server o gestionali amministrativi) e le possibili "trappole" che comportano gravi dispendi di tempo.• Uso di file separati con riferimenti incrociati: come organizzare fogli da distribuire ai collaboratori per avere rapidamente dati di sintesi• Collegamento a dati esterni (tabelle pivot)	

Google apps

Durata: 2 gg	
Prerequisito: Aver già utilizzato la posta elettronica, per inviare e leggere email, oltre che di office automation.	
Obiettivi: Utilizzare al meglio le Apps di Google per leggere, inviare, organizzare la propria posta elettronica e personalizzare l'interfaccia di utilizzo. Inserire eventi nel calendario con altri invitati, condividere un calendario e creare slot di disponibilità per accettare appuntamenti. Gestire la console di amministrazione delle Google Apps for Business.	
Destinatari: Imprenditori, professionisti e dipendenti con ruoli di direzione /coordinamento; Amministratori di dominio che si occuperanno della gestione della posta elettronica	
Descrizione: Il corso consente di imparare a gestire un dominio di posta elettronica nel suo passaggio alle Google Apps for Business utilizzando la console di amministrazione ed impara a sfruttare a pieno le funzionalità delle principali Google Apps: Gmail, Calendari, Contatti, Task e Chat, Drive. <ul style="list-style-type: none">• Overview Google Apps• Overview della console di amministrazione delle Google Apps for Business• Gestione utenti e organizzazioni• Gruppi• Impostazioni di dominio (gestione ruoli, alias)• Impostazione e gestione delle applicazioni di dominio• Gestione delle etichette (cartelle)• Gestione dei filtri• Gestione firma• Delega• Accesso POP/IMAP• Calendari• Gestione eventi ed invito a partecipare per un altro utente• Condivisione del calendario• Contatti(inserimento, cancellazione, modifica)• Gestione gruppi di contatti e Deduplica dei contatti• Sync Contatti con Device	



Grafici – base

Durata: 1-2 gg	
Prerequisito: uso corrente di Excel	
Descrizione: La scelta del “giusto” grafico in base alla tipologia di dati; la preparazione preliminare dei dati e la manipolazione dei dettagli del grafico per costruire uno degli elementi di base di una presentazione di dati aziendali o scientifici. La lettura di un grafico e delle sue possibili insidie.	

Introduzione a Microsoft Office

Durata: 8 hh	
Prerequisito: Corso base “da utonto a utente” o conoscenze analoghe	
Obiettivi: Rendere edotti delle potenzialità e dei rischi connessi all’uso di un software di produttività personale	
Destinatari: chiunque in azienda debba utilizzare un personal computer	
Descrizione: Microsoft Office e i suoi competitor come LibreOffice promettono, da molti anni, di fornire “una marcia in più” per la produttività aziendale; purtroppo ancora oggi, nonostante questi strumenti siano cresciuti negli anni in termini di funzionalità e potenzialità ancora ci sono ampi spazi di miglioramento Come organizzare il lavoro con Office: modelli, layout, font, decisioni di base Impostazioni di office per semplificare il lavoro Conoscere tutti gli strumenti e valutarne l’uso in base alle esigenze reali Interagire tra i vari strumenti: da excel a word a powerpoint usare sempre quello più indicato Usare i servizi di condivisione interni all’azienda o cloud Le problematiche di privacy: come preparare un documento pulito L’uso del PDF come standard di invio e archiviazione	



Powerpoint - base

Durata: 1-2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Descrizione: Utilizzo di un programma di presentazioni; dalla scelta dello stile più adatto allo scopo alla gestione completa delle slide e di tutti gli elementi che le possono comporre. La gestione delle immagini, degli effetti di animazione, la progettazione di una struttura e di slide indice per presentazioni più complesse fino alla stampa delle presentazioni con note per i partecipanti.	



Powerpoint - efficace

Durata: 1-2 gg	
Prerequisito: uso corrente di Powerpoint (eventualmente acquisibile con il corso PowerPoint - base)	
Descrizione: Usare Power Point è facile; usarlo bene no. Per fare una presentazione in Power Point che non “uccida” i partecipanti, che sia un valido supporto per il presentatore e aiuti veramente a veicolare i messaggi voluti occorre fare riferimento a numerose discipline: grafica, psicologia della gestalt, percezione, colori, gestione dei grafici, preparazione dei testi necessitano ciascuna una attenzione e una specifica utilizzazione per ottenere una presentazione di sicuro effetto.	

Social Network: quali le potenzialità ?

Durata: 8 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Comprendere il mondo dei sociali network e la loro potenzialità per l'azienda.	
Destinatari: Responsabili aziendali, responsabili commerciali e di marketing	
Descrizione: Il mondo dei social network è una realtà con cui occorre fare i conti: superare un ostilità di fondo che li vede solo come un "passatempo" pericoloso per la produttività capire invece come è possibile sfruttarli per migliorare l'attività dell'azienda a 360°. I social network: quali ? da facebook a linkedin a twitter I problemi: l'anonimato, la persistenza, i rischi per la privacy Come regolare l'uso dei social network in azienda Presidiare i social network: sviluppare una comunicazione integrata I social network come veicolo di promozione "non ufficiale" Usare i social network come un "orecchio" sul mercato: analizzare i commenti e valutarli statisticamente Creare una rete di relazioni professionali e commerciali	

Software Open Source: why not ?

Durata: 16 hh	
Prerequisito: essere stanchi di spendere troppo per aggiornamenti software inutili	
Obiettivi: fornire gli elementi obiettivi di valutazione per il passaggio da software proprietari a software opensource; fornire una metodologia di approccio per un progetto di conversione	
Destinatari: manager e imprenditori in vena di economie	
Descrizione: <p>Il fenomeno del software “open source” è ormai una realtà consolidata e adottata sia da grandi organizzazioni che da enti pubblici al fine di standardizzare l’uso di strumenti “indipendenti” e di risparmiare decine di migliaia di euro in licenze.</p> <p>Verranno esaminati:</p> <ul style="list-style-type: none">• il modello open source: dove funziona e dove è rischioso• open source e licenze• esempi di programmi open source e alternative: Libre Office, PDF Creator, ProjectLibre• La decisione: fattori economici e fattori organizzativi• Il piano di conversione: metodologie, rischi, modalità di coinvolgimento del personale• Il piano di formazione	

Sviluppo Android base

Durata: 4 gg	
Prerequisito: Conoscenza del linguaggio di programmazione Java	
Obiettivi: Installare e configurare Android SDK, plugin e emulatore Android Imparare a utilizzare l'ambiente di sviluppo Android Studio Progettare e costruire un'applicazione Android Capire a fondo il ciclo di vita di un'applicazione Android e delle sue componenti principali	
Destinatari: Sviluppatori software che abbiano interessati a sviluppare app per la piattaforma Android	
Descrizione: <p>Il corso "Android Base" della durata di 4 giorni consecutivi consente di apprendere i fondamentali del linguaggio di programmazione Java, il suo framework e la sintassi.</p> <p>Lo sviluppo di applicazioni per i sistemi Android richiede una conoscenza di base del linguaggio di programmazione Java.</p> <p>Il corso si concentra sulla programmazione orientata a oggetti e sulle le tecniche utilizzate principalmente nel Software Development Kit di Android (SDK).</p> <ul style="list-style-type: none">• Creare un progetto Android con Android Studio• Eseguire l'applicazione• Componenti di una applicazione Android• Ciclo di vita di una applicazione• Modificare un progetto creato• Cambiare nome a una Activity• Ciclo di vita delle Activity• Creare una Activity• ListActivity e ListView• Intent e filtri Intent• Dialog e Messaggi Toast• Menu• Shared Preferences• Internal Storage• SQLite Database	

Sviluppo Java nozioni base

Durata: 2 gg	
Prerequisito: Minima conoscenza di logiche di programmazione	
Obiettivi: Conoscere i fondamenti della Java Virtual Machine Realizzare implementazione, compilazione ed esecuzione di applicazioni base Java Conoscere dichiarazioni, sintassi e controlli base dei flussi in Java Conoscere i concetti di base della programmazione orientata ad oggetti Java: classi, interfacce, ereditarietà, polimorfismo Usare collezioni di elementi di dati, file di input/output, serializzazione, try / catch / finally	
Destinatari: Questo è un corso fondamentale per qualsiasi programmatore che non ha alcuna conoscenza di Java.	
Descrizione: Il corso consente di apprendere i fondamenti del linguaggio di programmazione Java, il suo framework e la sintassi. Il corso si concentra sulla programmazione orientata a oggetti e sulle le tecniche utilizzate. Il corso consente quindi di fornire gli strumenti e le competenze di base per assicurare un avvio allo sviluppo di applicazioni Android. <ul style="list-style-type: none">• Linguaggio di programmazione Java• Java Virtual Machine, JDK e JRE• Installazione dell'ambiente di sviluppo per Java• Sviluppare usando un Text Editor e IDE• Tipi di dati primitivi e Array• Flussi di controllo: If/else, Switch, ciclo While, ciclo For• Oggetti e Classi• Ereditarietà• Interfacce• Costruttori e Metodi• Overriding e Overloading dei metodi• Polimorfismo• Collezioni• Interfacce	

WEB 2.0 – nuovo mondo e nuovi metodi

Durata: 8 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Comprendere il senso del WEB 2.0 e i suoi riflessi sulle dinamiche aziendali	
Destinatari: Responsabili aziendali e di settore	
Descrizione: Con l'avvento del WEB 2.0 siamo passati dall'era della scrittura all'era della scrittura condivisa; si tratta di una trasformazione epocale di cui ancora non si sono ben compresi gli effetti e le possibili ricadute sull'azienda. In questo corso vogliamo sensibilizzare verso il fenomeno in modo da valutarne le potenzialità e i rischi per l'azienda. Dal WEB 1.0 al WEB 2.0: cambio di paradigma Potenzialità e rischi del WEB 2.0: da wikipedia ai social come yahoo answer Contribuire? Se si, come e perché ? Usare strumenti WEB 2.0 per le esigenze aziendali: i WIKI I social network e i servizi cloud: come integrarli nell'organizzazione aziendale	

Word - base

Durata: 8 hh	
Prerequisito: ogni partecipante deve essere dotato di un proprio PC portatile con installato il software di produttività in uso in azienda	
Obiettivi: imparare le funzioni di base che permettono di usare WORD non solo come una semplice “macchina da scrivere”	
Destinatari: chiunque debba usare WORD	
Metodologie: lezioni frontali ed esercitazioni guidate	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• La gestione testi: funzioni di base per creare un testo organizzato• La marcatura tramite stili; efficacia ed efficienza per la gestione di documenti complessi• Formattazione base del testo• Le funzioni di ricerca• L'impostazione della pagina (margini, testata, piede)• La gestione di tabelle• Funzioni di controllo: ortografia e grammatica• L'utilizzo di modelli• La stampa e l'uso del PDF come strumento di invio documenti	

Word - avanzato

Durata: 8-16 hh	
Prerequisito: corso word-base o conoscenze analoghe ogni partecipante deve essere dotato di un proprio PC portatile con installato il software di produttività in uso in azienda	
Obiettivi: uso avanzato di WORD con documenti complessi	
Destinatari: chi deve utilizzare WORD per la creazione/gestione di documenti complessi	
Metodologie: lezioni frontali ed esercitazioni guidate	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• La stampa/unione per la creazione di lettere a “n” destinatari• L’inserimento di immagini e grafici• I riferimenti: gestione di un sommario, di note, di citazioni e bibliografie, di indici dei nomi• Gestione avanzata degli stili	



Area Lingue

Corso	Durata (hh)
Cinese principianti	40
Cinese intermedio	16
Francese base	40
Francese avanzato	16
Inglese per bambini	
Inglese ragazzi	
Inglese teenager	
Inglese base	40
Inglese intermedio	
Inglese avanzato	16
Inglese Business	16
Tedesco base	
Tedesco elementare	
Tedesco intermedio	
Tedesco intermedio superiore	
Tedesco avanzato	
Tedesco business	
Spagnolo base	
Spagnolo intermedio	



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Area Logistica

La gestione operativa delle scorte nell'azienda distributiva

Durata: 1-2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: identificare i parametri di controllo nella gestione delle scorte di merci sapere determinare il livello ottimale delle scorte massimizzare il livello di servizio e minimizzare i costi	
Destinatari: addetti reparti di vendita, di uffici commerciali, di magazzini	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, simulazioni guidate	
Descrizione: Il corso mira a fornire strumenti operativi per le attività quotidiane nella gestione degli stock in magazzino e in area di vendita. Tali strumenti sono in grado di misurare quantitativamente e sistematicamente sia le risorse impiegate (costi di acquisto e di magazzinaggio delle merci, costo del lavoro) sia i risultati effettivi (indici di rotazione). <ul style="list-style-type: none">• le scorte: tipologie di costi attribuibili• rotazione fisica e rotazione finanziaria delle merci• indici di rotazione e di copertura delle giacenze• la domanda di merci, i preventivi vendite ve la pianificazione• l'analisi ABC• i modelli di riordino• le scorte di sicurezza e il livello di servizio	

La Logistica distributiva per non logistici

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: apprendere i principi di base della logistica in particolare di magazzino; interagire con le funzioni Acquisti e Vendite; acquisire le principali tecniche e metodologie di settore; leggere il sistema informativo e valutare il significato degli indicatori di gestione	
Destinatari: persone interessate ad affrontare le problematiche logistiche o da avviare a funzioni di trasporto e magazzino nelle aziende commerciali di distribuzione al dettaglio o all'ingrosso.	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi	
Descrizione: <p>Si tratta di un corso base nel quale vengono presentate le principali attività logistiche per un'azienda commerciale: approvvigionamenti, trasporto, conservazione, confezionamento e distribuzione delle merci.</p> <ul style="list-style-type: none">• Il fabbisogno logistico• le scorte e la loro gestione• i costi – i tempi – le consegne• l'organizzazione del magazzino e i vari processi operativi• canali distributivi: magazzini centrali e periferici, piattaforme• pianificazione della distribuzione (Distribution Resources Planning) e Just in Time• principali indicatori di gestione e tableau de bord	

Organizzazione del magazzino

Durata: 20 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: fornire elementi conoscitivi e di metodo per l'organizzazione e la gestione del magazzino; approfondire le tecniche di progettazione del layout di magazzino; valutare i criteri di stoccaggio delle merci; confrontare le tecniche di movimentazione e di stoccaggio	
Destinatari: imprenditori, responsabili di magazzino, addetti	
Metodologie: Il corso di carattere teorico-pratico presenta spazi dedicati ad analisi di casi aziendali e simulazioni pratiche, facendo riferimento alle specifiche realtà aziendali dei partecipanti	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• Logistica e magazzino: sistema logistico e funzioni del magazzino – le attività tipiche - stoccaggio delle merci e criteri di ubicazione – varie tipologie di magazzino: materie prime, semilavorati, prodotti finiti – magazzini e aziende commerciali - lay-out di magazzino – attribuzione di spazi e volumi ottimali - le tecniche di stoccaggio - strutture di stoccaggio e mezzi di movimentazione• Strumenti per la gestione del magazzino: come misurare le prestazioni del magazzino – determinare gli indicatori di performance – i flussi di merce – giacenze, rotazioni, coperture, inventari – analisi ABC – gestione delle merci e degli assortimenti• L'operatività di magazzino: controllo dei flussi in entrata e in uscita – tecniche di picking e preparazione degli ordini – gestione delle percorrenze – controllo delle spedizioni – controllo delle giacenze• Costi di gestione del magazzino: costo degli stock - costi operativi di magazzino – differenze inventariali - minimizzare i costi globali.	

Area Management e organizzazione

In una società fondata sulla conoscenza, le organizzazioni hanno fondamento nella competenza del loro “capitale intellettuale” e possono operare solo mediante la convergenza e trasparenza delle responsabilità professionali. Emerge pertanto un nuovo paradigma così caratterizzato:

- da una logica organizzativa basata sui compiti (a chi spetta fare?) a una logica basata sulle competenze (chi è meglio in grado di?)
- la centralità dell’apprendimento organizzativo
- la valorizzazione del ciclo della conoscenza
- l’importanza di saper progettare lo sviluppo di nuove competenze (rilevazione e analisi dei fabbisogni formativi, elaborazione di piani di formazione basati sulle competenze)
- il saper utilizzare al meglio, in modo efficace ed efficiente, le nuove tecnologie ed esserne attore consapevole

Le aziende devono al contempo identificare un modello efficace di Change Management per stare al passo con l’instabilità del contesto e degli scenari organizzativi, quindi

- saper gestire gli aspetti strutturali, relazionali ed emotivi legati al cambiamento
- vivere il cambiamento come processo di apprendimento
- mantenere un adeguato equilibrio tra autonomia (creatività, flessibilità individuale) e controllo (regolazione delle individualità nell’ambito degli obiettivi organizzativi)

Occorre inoltre da parte delle organizzazioni e dei propri leader sviluppare capacità di

- analisi e progettazione organizzativa, con particolare riferimento ai modelli che valorizzano i processi aziendali
- gestione dei progetti, anche interfunzionali e intersocietari
- utilizzo di nuove tecnologie che favoriscono il lavoro in team

Le organizzazioni di successo sviluppano infine culture che riflettono gli assunti e i valori dei loro fondatori e leaders. Quando le organizzazioni evolvono esse sviluppano anche subculture in relazione alle loro funzioni e livelli gerarchici, che in contesti dinamici di forte cambiamento possono divenire disfunzionali. E’ compito della leadership gestire queste istanze culturali per aiutare l’organizzazione a imparare e a divenire adattiva e innovativa.

Ambienti WIKI per il lavoro di gruppo a distanza

<p>Durata: 3-4 gg</p> <p>Prerequisito: nessuno</p> <p>Destinatari: responsabili di gruppi di lavoro che vogliono coordinare le attività a distanza</p>	IMPATTO		
	Area	Atteggiamento	Livello
	Dall'interno	Assertività	★★★
		Argomentazione	★★★
		Negoziazione	★★★★
		Leadership	★★★
		Problem Solving	★★
		Decision Making	★★★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★★★★
		Adattabilità	★★★★★
		Ascolto	★★★★★
		Resilienza	
		Apertura	★★★
	Su se stessi	Introspezione	
Determinazione			
Obiettività			
Creatività			
Efficacia			
Efficienza		★★★★	

Descrizione:

Le moderne tecnologie WEB 2.0 mettono a disposizione degli ambienti di lavoro che permettono un uso innovativo e molto efficace da porre al centro del lavoro di gruppo aziendale.

L'uso di uno strumento WIKI permette di sviluppare e condividere contenuti all'interno di un lavoro di gruppo anche a persone che hanno la propria sede a distanza uno dall'altro, ottimizzando i tempi e i costi connessi alla gestione del progetto.

Il corso introduce alle potenzialità dello strumento, al suo uso e alla sua gestione da parte dei partecipanti. Il corso stesso vedrà i partecipanti coinvolti in un progetto di scrittura collaborativa e di creazione materiale a distanza; il corso, per questo motivo, si articola su un calendario di almeno 4 settimane.

Analisi e progettazione organizzativa: la logica per processi

Durata: 3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Far acquisire ai partecipanti criteri e strumenti di analisi, diagnosi e progettazione organizzativa; Acquisire un approccio metodologico per sviluppare logiche organizzative di collaborazione basate sui processi aziendali	
Descrizione: <p>Le strutture organizzative si stanno evolvendo verso modelli innovativi: appiattiti, orizzontali, a rete. La comprensione di logiche che prediligano una visione per processi dell'organizzazione può realizzare una più efficace collaborazione tra aree aziendali, sempre finalizzata al miglioramento della qualità del prodotto/ servizio.</p> <ul style="list-style-type: none">• L'evoluzione dei modelli di organizzazione<ul style="list-style-type: none">○ Modello appiattito○ Piramide inversa○ L'azienda rete○ L'impresa virtuale• I processi organizzativi• Logiche alla base della organizzazione per processi• Strumenti per l'analisi e la progettazione organizzativa<ul style="list-style-type: none">○ Individuazione delle fasi/ attività di un processo di lavoro○ Matrice attività/ responsabilità○ Analisi delle criticità○ Individuazione degli obiettivi di miglioramento○ SWOT Analysis○ Work Breakdown Structure (WBS)• Diagramma di Gantt	

Analisi organizzazione aziendale

Durata: 3-4 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: definire un piano aziendale per l'analisi della propria organizzazione alla ricerca di una migliore efficacia e competitività per stare sul mercato	
Destinatari: Titolari e responsabili di PMI	
Metodologie: lezioni frontali, casi di studio, discussioni guidate	
Descrizione: L'analisi dell'organizzazione aziendale passa attraverso un ciclo di lavoro ben definito finalizzato alla "conoscenza di se stessi", per definire, in modo strutturato: <ul style="list-style-type: none">• Cosa si fa in azienda• Chi lo fa• Come lo fa• Quali sono i canali di comunicazione e flussi del lavoro aziendale Al fine di definire con chiarezza ruoli, competenze, responsabilità, metodologie di lavoro e di comunicazione interna ed esterna.	

Change Management nei sistemi organizzativi

Durata: 4 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Gestire gli aspetti relazionali e gli aspetti emotivi legati al cambiamento; Mantenere un adeguato equilibrio tra autonomia (creatività, flessibilità) e controllo (regolazione e integrazione degli obiettivi individuali e professionali); Sviluppare la collaborazione tra individui e gruppi	
Descrizione: Il corso intende identificare un modello efficace di cambiamento per stare al passo con l'instabilità del contesto e degli scenari nei quali individui e gruppi e organizzazioni si trovano oggi ad operare. <ul style="list-style-type: none">• Gli scenari di cambiamento nella società post-industriale• Orientamento alla "relazione" e strategie interattive• Nuove logiche di cooperazione• Nuovi valori, nuove capacità, nuovi comportamenti• Il passaggio da una logica formale a una logica innovativa: gli strumenti di facilitazione del cambiamento• Il cambiamento come processo di apprendimento• Responsabilità, autonomia e flessibilità come risorse chiave del cambiamento• L'inseparabilità di autonomia e controllo nella gestione del cambiamento	



Come definire le competenze lavorative all'interno dei processi aziendali

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Impostare un piano di rilevazione e analisi delle competenze aziendali	
Destinatari: Responsabili di PMI e/o responsabili HR	
Metodologie: lezioni frontali, casi di studio, discussioni guidate	
Descrizione: <p>Definire le competenze necessarie per ogni ruolo organizzativo è un requisito indispensabile per la gestione di ogni impresa.</p> <ul style="list-style-type: none">• La definizione delle competenze• L'analisi delle competenze individuali tramite i curriculum• Approfondire le competenze individuali con i colloqui• L'analisi delle competenze di ruolo• Il matching persona/ruolo e l'individuazione dei GAP	

Dall'organizzazione per compiti all'organizzazione per competenze

Durata: 8 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Attivare un confronto guidato e uno scambio di esperienze tra i partecipanti in merito alla elaborazione di piani di sviluppo delle risorse umane e di modifica dei comportamenti organizzativi coerenti con la visione e gli obiettivi aziendali	
Metodologie: Esercitazione e lavoro di gruppo sugli strumenti presentati	
Descrizione: <p>Il passaggio da una logica organizzativa basata sui "compiti" (a chi spetta fare?) a una logica basata sulle "competenze" (chi è meglio in grado di?) rappresenta un nuovo paradigma che interessa in modo più o meno evidente tutte le aziende, con particolare riguardo a quelle fortemente esposte alla competizione, dove la ricerca della qualità dei prodotti/ servizi offerti e della flessibilità operativa diventano un imperativo.</p> <ul style="list-style-type: none">• L'apprendimento organizzativo• Il cambiamento come processo di apprendimento• Dinamica del processo di apprendimento• La "conoscenza" nei contesti organizzativi• Il ciclo della conoscenza<ul style="list-style-type: none">○ I knowledge worker○ Il concetto di "competenza"○ Le competenze per la flessibilità○ Processi organizzativi e competenze○ Competenze, capacità e conoscenze• Strumenti di rilevazione e di analisi dei fabbisogni formativi• Progettazione delle esigenze di sviluppo di nuove competenze• Presentazione di un modello per la elaborazione di piani di formazione, basato sulle competenze	

Elementi base di organizzazione aziendale

Durata: 2-3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: prendere coscienza delle problematiche di organizzazione aziendale e delle fasi di “crisi” di crescita che le aziende, in particolare le PMI, incontrano nella loro vita	
Destinatari: Titolari di PMI in crescita	
Metodologie: Lezioni frontali, casi di studio, discussioni guidate	
Descrizione: Principi di organizzazione aziendale: dalla strutturazione gerarchica all’azienda in rete. La suddivisione dei compiti e lo studio delle procedure aziendali. La valutazione delle competenze come elemento di base per l’organizzazione aziendale. Il “know-how” dell’azienda e dei suoi componenti: come farlo emergere, come focalizzarlo, come farlo crescere. La definizione della “vision” e della “mission” aziendale come elemento di crescita. Le fasi del ciclo di vita di una azienda e i momenti di rischio: valutazione di come affrontarli, prevenirli, minimizzare i rischi e trasformarli in opportunità. La comunicazione interna ed esterna: dall’immagine aziendale allo sviluppo del “brand”.	

Gestione e sviluppo delle unità organizzative della rete bancaria

Durata: 3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Sviluppo delle competenze relative a: <ul style="list-style-type: none">• La gestione degli obiettivi commerciali ed economici misurabili e controllabili nel breve e nel medio termine.• Lo sviluppo delle competenze professionali, in relazione alla occupabilità del personale addetto, alla professionalità del personale addetto, alla fidelizzazione e mantenimento della clientela.	
Destinatari: Responsabili della rete commerciale; Responsabili dell'organizzazione della rete commerciale; Coordinatori di area territoriale	
Metodologie: Si prevedono lezioni, esercitazioni di gruppo e miniprogetti ed uso di materiali didattici multimediali. Si prevedono sia interventi da parte di consulenti di management e sviluppo organizzativo bancario sia testimonianze aziendali e sindacali.	
Descrizione: Schemi e criteri organizzativi e manageriali per la: <ul style="list-style-type: none">• gestione delle specificità degli obiettivi produttivi• gestione delle relazioni con il gruppo• gestione delle comunicazioni con i clienti• gestione delle relazioni con i rappresentanti Sindacali Metodi inerenti la quantificazione e lo sviluppo degli obiettivi per la: <ul style="list-style-type: none">• gestione degli obiettivi• gestione ed utilizzo di tecniche quali/quantitative• gestione del potenziale organizzativo e commerciale dello sportello• gestione degli organici e della occupabilità• gestione integrata delle unità di rete• gestione del gruppo di lavoro	

L'influenza della redditività nella strategia aziendale - L'analisi SWOT

Durata: 2 gg	
Prerequisito: conoscenza di base dei principi di contabilità; partecipazione ai corsi Controllo Gestione uno due e tre	
Obiettivi: Al termine della attività si dovrà essere in grado di individuare le aree di criticità presenti per decidere obiettivi e scelte prioritarie indirizzando la politica aziendale	
Destinatari: amministrativi, quadri aziendali, imprenditori, responsabili area commerciale, logistica o produttiva	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi, esercitazioni e casi	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• verifica del rapporto qualità/prezzo con i principali competitors• calcolo della redditività aziendale in funzione del mix prodotto• ridefinizione/adeguamento strategie aziendali in funzione degli obiettivi di mercato concordati• Definizione dei volumi di vendita e strategie da adottare a supporto del prodotto	

Knowledge management

Durata: 2-3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Prendere coscienza del valore della Knowledge aziendale, di come sedimentarla per renderla trasmissibile e di come farla crescere	
Destinatari: Responsabili aziendali e settoriali	
Metodologie:	
Descrizione: <p>Il valore di una azienda comprende, in modo rilevante, la sua "knowledge": cosa si fa, cosa si sa fare, come lo si fa, chi si conosce, le relazioni interne ed esterne. Molto spesso queste conoscenze sono "interne" di singole persone-chiave e questo rappresenta un rischio per l'azienda in caso di turn-over, caso sempre più frequente. In questo corso si valutano le caratteristiche della knowledg aziendale e se ne definiscono gli elementi, per poi valutare gli strumenti utili da mettere in uso per una sua implementazione e crescita indipendentemente dalle persone.</p> <ul style="list-style-type: none">• i manuali delle procedure e le buone pratiche• la formazione come elemento di knowledge• l'informatica a supporto : dal document management al CRM ma anche strumenti più semplici come la posta elettronica e le rubriche aziendali• il knowledge management: la definizione delle competenze e conoscenze e la sua formalizzazione	

La Consapevolezza del proprio ruolo in azienda

Durata: 30 hh in sessioni giornaliere da 3 hh	
Prerequisito: Non sono richiesti specifici requisiti	
Obiettivi: analizzare il profilo professionale; individuare motivazioni e aspettative; determinare le aree di forza e le aree da migliorare; agevolare lo sviluppo di qualità professionali adeguate al ruolo.	
Destinatari: Titolari e Amministratori d'azienda, Dirigenti, Quadri, Responsabili	
Metodologie: sarà seguito un approccio di tipo esperienziale condotto partendo dal vissuto professionale dei partecipanti e innescando su questo terreno l'iter formativo previsto	
Descrizione: <p>Il percorso fornisce al partecipante una chiave di lettura per comprendere come interpreta il proprio ruolo in azienda e lo agevola nella ricerca e potenziamento delle proprie risorse.</p> <ul style="list-style-type: none">• Obiettivi personali e obiettivi aziendali,• Mappa e territorio,• L'atteggiamento,• Il proprio lavoro e il cambiamento in azienda,• I valori professionali fondamentali,• Filtri percettivi,• Organizzazione e gestione del tempo,• Il proprio ruolo di,• Flessibilità: uscire dagli schemi,• Sviluppare nuove qualità,• Misurare il cambiamento e lo sviluppo professionale,• Esercitazioni.	

Organizzazione aziendale e funzionale

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Prendere coscienza delle caratteristiche ed esigenze organizzative di una azienda di dimensioni maggiori	
Destinatari: responsabili e manager di PMI in crescita	
Metodologie: lezioni frontali, simulazioni, casi di studio	
Descrizione: <p>Una Microimpresa ha, tipicamente, una organizzazione centrata sulla figura dell'imprenditore e una struttura gerarchica semplice e lineare; quando l'azienda però cresce questa organizzazione risulta insufficiente e insoddisfacente, e si devono esplorare nuove forme organizzative che meglio rispondono alle mutate esigenze, valutandone l'introduzione in azienda nel modo più efficace e indolore.</p> <ul style="list-style-type: none">• Dall'organizzazione gerarchica all'organizzazione a matrice• La definizione delle funzioni e il funzionigramma• Il ruolo del responsabile di funzione vs il ruolo del responsabile gerarchico• Lavorare per progetti come alternativa all'organizzazione strutturata di matrice fordista• Prevenire e gestire i conflitti tra capi• Il nuovo modello di dipendente: la membership	

Per una cultura dell'innovazione nelle piccole imprese

Durata: 3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Comprendere la posta in gioco e le problematiche dell'innovazione; dimostrare che l'Innovazione non è un terreno riservato per pochi; proporre un approccio collettivo ai progetti innovativi nelle micro e piccole imprese; identificare la capacità di innovare delle persone e delle organizzazioni: aspetti organizzativi, comportamentali e sociali; creare le condizioni favorevoli alla gestione dell'Innovazione con il Project Management	
Metodologia: lezioni frontali, sedute di lavoro pratico per la realizzazione di progetti	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• l'innovazione in azienda - a cosa serve - cosa ci fa guadagnare - la situazione attuale - i numeri chiave - regolamentazioni e norme - gli strumenti/attrezzi indispensabili per innovare• importanza dell'informazione - gli attori dell'informazione - la ricerca dell'informazione - le reti - l'utilizzo delle risorse - indirizzi utili• sapere chiudersi e sapere aprirsi - proteggere il patrimonio del sapere aziendale - segreti, brevetti, marchi - contratti di fiducia• la creatività - cos'è la creatività - il potenziale creativo individuale - la creatività in azienda - tecniche di creatività - metodi di risoluzione dei problemi• i risultati - la performance gestionale - i vari poli di competitività - la relazione cliente/fornitore alla luce dell'innovazione- il ruolo dei poli - gli apporti potenziali	



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Area Marketing

Conoscere il proprio mercato con le tecniche di segmentazione

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: conoscere le tecniche di segmentazione chiarire il posizionamento di marketing individuare e acquisire le informazioni relative alle clientele acquisite e potenziali mantenere o riacquistare il vantaggio competitivo	
Destinatari: responsabili funzioni Commerciali nelle PMI, altri ruoli interessati all'approfondimento della conoscenza dei mercati	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, simulazioni guidate	
Descrizione: L'"intelligence" dei mercati obiettivo e la conoscenza della clientela sono necessarie per il successo delle politiche commerciali e di marketing delle aziende. Pertanto è utile riuscire a rendere più efficaci le azioni da intraprendere attraverso le tecniche di segmentazione dei mercati, attribuendo così precisi target omogenei, quantificabili e coerenti. Senza dimenticare che conoscere le persone significa anche comprenderle, comprendere i loro stili di vita, i loro status. <ul style="list-style-type: none">• Marketing aziendale e sistema informativo (SIM)• La segmentazione: processi e variabili da considerare• La segmentazione nei mercati di prodotti di largo consumo• Segmentazione funzionale, concentrata, di prodotto, di mercato, differenziata, indifferenziata• Il marketing di nicchia• Le strategie di segmentazione e la scelta in coerenza con le analisi SWOT• Il posizionamento: valutazioni in base alla segmentazione effettuata	

Direct marketing

Durata: 2-3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: comprendere il comportamento di acquisto dei target interessati; facilitare la preselezione della clientela potenziale; valutare la convenienza delle azioni di comunicazione diretta.	
Destinatari: funzioni commerciali, vendita, marketing	
Metodologie: lezione frontale, esercitazioni pratiche con analisi di esempi e casi	
Descrizione: Il marketing diretto consiste nell'utilizzare una base dati relativa ad informazioni su singoli target, per attuare una transazione personalizzata (vendita o proposta commerciale). Nel corso verranno presentati i seguenti argomenti: <ul style="list-style-type: none">• caratteristiche del marketing diretto (Direct Marketing)• ultrasegmentazione, relazioni interattive e comunicazioni a due vie• strumenti e media per la comunicazione diretta: supporti fisici e virtuali• tecniche di comunicazione del Direct Marketing: informazione e animazione• la comunicazione delle promozioni e la generazione di traffico nelle strutture di vendita• tecniche di fidelizzazione• indicatori di efficacia dell'azione di Direct Marketing (feedback, redemption, satisfaction)• le attività di Direct Marketing e le tipologie di clienti• il Direct Marketing nel mix della comunicazione: strategie e costi	

Domanda stagnante e tecniche di marketing per la piccola impresa

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Fornire ai partecipanti conoscenze utili su come adeguare gli strumenti e le tecniche di gestione dei fattori del marketing mix a situazioni di stagnazione di domanda; facilitare il conseguimento degli specifici obiettivi di mercato	
Destinatari: Imprenditori commerciali e artigiani, responsabili e addetti commerciali e marketing, in tutti i settori economici	
Metodologie: Il corso di carattere teorico-pratico presenta spazi dedicati ad analisi di casi aziendali e simulazioni pratiche, facendo riferimento alle specifiche realtà aziendali dei partecipanti	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• Marketing e Vendite nelle fasi di recessione – livelli di competitività e fattori critici per il successo – conciliare l’ottimizzazione dei costi e il livello del valore percepito per il mercato – quale mercato coprire: concentrazione o indifferenziazione?• La gestione del Marketing in mercati competitivi - Marketing Mix - posizionamento strategico e targeting - gestire il portafoglio prodotti/servizi• Un Marketing dinamico e competitivo - i fattori principali di cambiamento - valore e qualità dell’offerta – tecniche dinamiche di segmentazione della domanda – marketing creativo• L’attività di Marketing - Programmare le opportunità - controllo dei risultati - controllo della gestione - analisi delle performance: parametri ed indicatori – Marketing audit	

Il marketing dell'innovazione

Durata: 1-2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: saper passare dal ciclo di vita del progetto al ciclo di vita del prodotto/servizio; integrare la visione del cliente ad ogni tappa del processo innovativo; organizzare la leva della comunicazione utilizzando i mezzi più coerenti con l'immagine del prodotto/servizio	
Descrizione: <p>Introdurre sul mercato un nuovo prodotto o un nuovo servizio comporta l'adozione di strategie e di strumenti di marketing che non sempre le micro e piccole imprese hanno a disposizione. Il corso intende suggerire alcune soluzioni che possono facilitare il momento critico del lancio.</p> <ul style="list-style-type: none">• il marketing dell'innovazione – finalità - analisi dell'offerta, della domanda e dell'ambiente (monitoraggio concorrenza, clienti, normative, tecnologie) – Benchmarking – studi di mercato – mercati test – segmentazione dei clienti• strategie di Marketing del nuovo prodotto/servizio• concezione e sviluppo - test specifici (test del concept, test del product) – la fase di lancio• la previsione delle vendite• la pianificazione delle azioni - politiche di prodotto, di distribuzione, di comunicazione off-line e on-line e business model• il piano di comunicazione• il controllo	

Il marketing innovativo

Durata: 1-3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: rileggere i fondamentali del Marketing, decidere le strategie e attuare le politiche operative e i piani di comunicazione; impostare un sistema di gestione delle relazioni con la clientela attuale e potenziale; sviluppare le proprie potenzialità con la cooperazione o la collaborazione in rete; analizzare e mettere in pratica tecniche di vendita che facilitino una posizione di successo sul mercato	
Descrizione: <p>Passare dalla concezione ormai “tradizionale” del Marketing strategico ed operativo ad una visione innovativa in grado di permettere alle piccole e micro imprese di fruire in maniera ottimale dei saperi e degli strumenti tecnologici ed informatici più recenti e sperimentati nelle organizzazioni maggiori.</p> <ul style="list-style-type: none">• impostazione del Marketing “classico” - conoscenza e azione - analisi dei mercati e targeting - le politiche di lungo termine• il marketing mix - la vendita• Marketing as innovative• Customer Relationship Management• strumenti per la fidelizzazione• il branding innovativo• le esperienze di rete e di partnership con il co-marketing• nuove tecniche di arricchimento delle vendite con la gestione degli eventi (Event Management)	

La scatola degli attrezzi per il Marketing

Durata: 2-3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: conoscere i principali strumenti per l'analisi strategica nell'elaborazione di una politica di Marketing; impostare la pianificazione del Marketing aziendale; identificare gli indicatori per il "tableau de bord"; facilitare il controllo dei risultati	
Destinatari: responsabili e operatori di settore nelle PMI	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, analisi delle buone pratiche aziendali	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• l'orientamento al marketing e le strategie di segmentazione nei nuovi scenari competitivi• strumenti di analisi e diagnosi (analisi SWOT, matrici, sistema informativo, CRM, ecc.)• strumenti per il posizionamento commerciale• strumenti per il marketing mix (ciclo di vita, valore aggiunto, qualità, pricing, trade marketing, category management, promotion mix, ecc.)• strumenti per la vendita (planning, time management, motivazioni, ecc.)	

Marketing mix per le piccole aziende

Durata: 2-4 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: definire le leve del Marketing nella propria realtà aziendale; integrare gli elementi caratteristici del marketing mix; ridefinire il mix aziendale in funzione del ciclo di vita dei prodotti/servizi; ridefinire il posizionamento rispetto alla concorrenza.	
Destinatari: imprenditori, dirigenti, quadri e figure professionali coinvolte	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, analisi delle buone pratiche aziendali	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• le caratteristiche dei prodotti/servizi: funzionalità, costi, inserimento nell'offerta aziendale• la definizione del prezzo: dal posizionamento alla redditività• canali distributivi: scelte, copertura territoriale• la comunicazione commerciale: dal targeting al promotion mix• coerenza del marketing mix adottato con i mercati di riferimento• ottimizzazione del posizionamento• le tre P dei servizi• strumenti per il monitoraggio e la valutazione del marketing mix.	

Tecniche di ricerche di mercato

Durata: 2-3 gg	
Prerequisito: non necessario	
Obiettivi: conoscere le varie tipologie di studio dei mercati; scegliere le tecniche adeguate agli obiettivi strategici; definire gli obiettivi della ricerca a partire dalle problematiche; elaborare, analizzare e valutare i dati risultati	
Destinatari: responsabili marketing, responsabili commerciali, responsabili di produzione nelle PMI	
Metodologie: lezione frontale, studio di casi inerenti alle diverse tipologie di ricerca	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• la diagnosi: dalla descrizione del contesto al briefing• la scelta delle metodologie• il data base informativo: fonti interne ed esterne• la ricerca qualitativa: metodologie, elaborazione degli strumenti, criteri di valutazione• la ricerca quantitativa: metodologie, elaborazione degli strumenti, valutazione dei questionari, tecniche di campionamento• comunicazione e presentazione dei risultati	

WEB marketing

Durata: 2-4 gg	
Prerequisito: non è richiesta alcuna conoscenza tecnica, nemmeno del mondo Internet	
Obiettivi: fornire un quadro generale sulle principali azioni di marketing digitale disponibili sul web, per consentire ai partecipanti una valutazione su quali intraprendere, relativamente al loro settore di business; creare o aggiornare le competenze dei frequentanti; far conoscere la terminologia specifica di quest'area tematica, insieme ad alcuni semplici strumenti di gestione delle attività avviate.	
Destinatari: Il corso è da considerarsi di livello base e quindi si rivolge a imprenditori, quadri e figure operative della piccola e media impresa.	
Descrizione:	
<ul style="list-style-type: none">• Introduzione al corso: definizione, obiettivi e strategie di web marketing• I presupposti: avere una presenza web all'altezza - elementi indispensabili in un sito web - rassegna dei principali sistemi di gestione dei contenuti (CMS) - tendenze del web design• Search Engine Marketing (SEM) - Search Engine Optimization (SEO) - come funziona un motore di ricerca - la SERP - come scegliere le keyword (con esercitazione) - ottimizzazione di un sito per i motori di ricerca (fattori on e off page) - local SEO e Google Places• Advertising - pubblicità sul web con Google AdWords - altre forme: banner, pop-up, interstitial• Altre forme di comunicazione web: e-mail marketing, mobile marketing, affiliate marketing, comunicati stampa• Social Media Marketing (SMM) e viral marketing - web 2.0 e social network - blog aziendali - Facebook, Twitter e altri social network: Google+, Youtube, LinkedIn, Pinterest, Foursquare - monitorare la presenza "social"• Misurazione dei risultati: le metriche	



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Project Management

Gestire progetti interfunzionali ed intersocietari

Durata: 3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: individuare le differenze di provenienza professionale e comportamentale dei quadri; valutare i fattori di conflitto culturale, professionale e relazionale; sviluppare i processi comunicativi e motivazionali; programmare progetti produttivi condivisi e praticabili; organizzare e dirigere team composti da soggetti di diversa provenienza; coordinare attività specialistiche.	
Metodologia: Si prevedono lezioni frontali, esercitazioni di gruppo e realizzazione di miniprogetti.	
Descrizione: Spesso la gestione di progetti che implicano il confronto tra strutture diverse anche all'interno della stessa azienda si rivela fonte di situazioni conflittuali. Ruoli, funzioni, interessi vengono a sovrapporsi, quando non a scontrarsi. Il corso si propone di esaminare le cause di inefficienza, individuando le possibili soluzioni in termini di decisioni organizzative e di gestione delle relazioni interpersonali. <ul style="list-style-type: none">• Aspetti organizzativi: negoziazione delle situazioni di conflitto - pianificazione organizzativa di progetti innovativi - gestione delle responsabilità - pianificazione delle riunioni e dei documenti informativi - svolgimento di un efficace processo di decision-making• Aspetti relazionali: i gruppi non omogenei e le loro dinamiche - i meccanismi di difesa nel lavoro di gruppo - sviluppo di skills di conduzione nei gruppi di lavoro: leadership, stili di comunicazione e time management - gestione delle relazioni esterne del gruppo di lavoro	

Project Management – metodologia

Durata: 24-32 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: illustrare le basi delle metodologie di project management e le motivazioni per la loro applicazione nelle realtà aziendali di tutti i tipi.	
Destinatari: Responsabili aziendali o di settore	
Descrizione: Introduzione al Project management: le sue origini e la sua storia La definizione del progetto: cosa si vuole fare e perché Definizione degli obiettivi tramite la metodologia SMART La raccolta delle informazioni per la costruzione delle Breakdown Structure Dalle Breakdown Structure ai Work Package La definizione delle priorità e la stesura del diagramma di Gantt L'analisi del percorso critico Il controllo avanzamento lavori tramite l'Earned Value I ruoli nel progetto La comunicazione come elemento base del successo di un progetto Gli strumenti informatici: da Excel a Project Libre a Microsoft Project e oltre Gli strumenti WEB 2.0 per il project management	

Project Management per il lavoro quotidiano

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Destinatari: Il corso di rivolge a chiunque voglia organizzare al meglio le attività dei suoi collaboratori e/o le proprie.	
Metodologie: lezioni frontali, esercitazioni di gruppo e uso di metodologie operative tratte dal Project Management	
Descrizione: Il project management è visto come una metodologia di organizzazione particolare, adatta a grandi organizzazioni e grandi progetti, e poco affine o poco applicabile al lavoro d'ufficio quotidiano. In effetti il lavoro stesso di organizzazione segue delle regole empiriche, "per esperienza", di cosa è meglio fare prima o dopo, di come distribuire il lavoro, di come affrontare le scadenze. L'uso di metodologie operative tratte dal Project Management permette di farlo meglio, sfruttando le tecniche di pianificazione anche in attività di breve durata, o ripetitive, per rendere più produttive le risorse e più efficace l'ufficio. <ul style="list-style-type: none">• Il Project Management – introduzione• La definizione degli obiettivi• Suddividere il lavoro: Work Breakdown Structure• Organizzare il lavoro in Work Packages• Pianificare, stabilire le priorità e le assegnazioni• Planning ripetitivi settimanali, mensili, annuali• Seguire l'avanzamento lavori• Software per la pianificazione: excel o open source (Gantt Project)	

Lavorare per progetti: essere Squadre vincenti!

Durata: 12 hh	
Prerequisito: nessuno	
Destinatari: Il corso di rivolge a chiunque voglia organizzare al meglio le attività dei suoi collaboratori e/o le proprie.	
Descrizione: Lavorare in gruppo con un obiettivo comune per un risultato vincente! È quello a cui aspirano le squadre sportive ed i gruppi di lavoro in ogni ambito: nelle aziende come in famiglia, nello sport come in ogni organizzazione o comunità. In questo percorso formativo ragioneremo sul lavoro di squadra per il raggiungimento di un obiettivo comune. Lavorare su qualsiasi progetto spesso vuol dire lavorare contemporaneamente su diverse attività, anche ripetitive e standardizzate, mantenendo precisione, focalizzazione dell'obiettivo, impegno e passione nel proprio compito, tenendo conto delle caratteristiche, delle competenze e delle sensibilità di ognuno. Nel percorso formativo saranno sviluppati tre livelli di attenzione: <ul style="list-style-type: none">• Metodo e operatività: segmentazione delle attività, suddivisione dei compiti, previsione della tempistica;• Progetto e realizzazione: pianificazione dei tempi e delle attività definendo le priorità, gestione degli imprevisti e delle urgenze;• Verifica e controllo: attuazione del progetto, attivando una costante verifica del lavoro, dei tempi, del clima, delle relazioni e delle scadenze. La realizzazione di un progetto è sia un'esperienza di project management, che di gestione delle relazioni interpersonali e delle diversità con un team vincente! Struttura del corso <ul style="list-style-type: none">• Il progetto: gestione e variabili• I pilastri di un team vincente• Essere squadra• Lo sviluppo di un progetto	

Area Sviluppo personale

Buona parte di ciò che realizziamo nella vita è direttamente collegato a ciò che in qualche modo abbiamo “programmato” dentro di noi riguardo ai nostri risultati, a quanto pensiamo di valere e di poter fare e quindi noi siamo il frutto dei nostri stessi condizionamenti e siamo responsabili di ciò che otteniamo.

Partendo da questa premessa ciascuno di noi deve imparare a diventare leader di se stesso e quindi:

- assumersi la responsabilità della propria vita
- imparare a gestire i propri stati d’animo e uscire da stati emozionali improduttivi
- superare i conflitti interni
- sviluppare la propria capacità decisionale
- fare chiarezza in termini di valori di riferimento e di obiettivi da raggiungere
- migliorare la capacità di creare relazioni positive con gli altri

A quest’ultimo riguardo, in particolare, occorre apprendere la capacità di valorizzare le proprie competenze relazionali e cioè:

- sviluppare l’attitudine a cooperare e a considerarsi parte di un team;
- imparare a praticare una leadership efficace cioè essere in grado di “guidare se stesso” e, in conseguenza, divenire un punto di riferimento per gli altri (leader come coach);
- orientarsi verso un atteggiamento rivolto a creare vantaggi (soddisfazione di bisogni) non solo per noi stessi ma anche per i nostri interlocutori (relazioni vincere-vincere)

Un altro aspetto fondamentale per la crescita personale è rappresentato dalla capacità di accedere al proprio potenziale creativo e innovativo, particolarmente importante nei momenti di crisi e di cambiamento. Esistono infatti due modalità “complementari” del pensiero umano: quella analitico-razionale e quella globale-intuitiva, entrambe fondamentali per affrontare e risolvere i problemi.

Può essere utile infine comprendere e sviluppare una serie di aspetti relativi al proprio benessere psico-fisico, in particolare imparare a gestire lo stress attraverso pratiche quali la meditazione, il respiro circolare, lo yoga, le filosofie orientali.

Autostima: sviluppare la corretta percezione di sé sul lavoro e nella vita

Durata: 15-16 hh + follow-up	IMPATTO	
	Area	Livello
Prerequisito: nessuno	Dall'interno	Assertività ★★★★★
		Argomentazione ★★★
Negoziazione ★★★★★		
Leadership ★★★★★		
Problem Solving ★★★★★		
Decision Making ★★★★★		
Obiettivi: Indagare e analizzare pensieri, vissuti emotivi e comportamenti che minano alla radice la sana e corretta percezione di se. Comprendere il funzionamento dei processi cognitivi di svalutazione, imparare a gestire le emozioni disfunzionali che da essi derivano per arrivare a costruire, nel tempo, comportamenti correttivi che incidano positivamente e in profondità sulla realtà vissuta.	Dall'esterno	Cooperatività ★★★
		Membership ★★★
		Adattabilità ★★★
		Ascolto ★★★★★
	Resilienza ★★★★★	
	Apertura ★★★	
Metodologie: Didattica frontale. Esercitazioni individuali e di gruppo sui contenuti presentati. Simulazioni. Facilitazione. Home work.	Su se stessi	Introspezione ★★★★★
		Determinazione ★★★★★
		Obiettività ★★
		Creatività ★★★★★
		Efficacia ★★★★★
Descrizione: Il corso affronta l'apprendimento dell'autostima attraverso un percorso graduale Per ciascun incontro è prevista una prima parte teorica seguita da esercitazioni individuali e/o di gruppo. Una parte essenziale del percorso è costituita dagli home work, esercizi da svolgere nei giorni che intercorrono tra una lezione e l'altra. Le tematiche affrontate sono le seguenti: <ul style="list-style-type: none"> • Imparare a riconoscere il dialogo interiore svalutativo, per trasformarlo da minaccia in risorsa. • Riconoscere i pensieri e le convinzioni limitanti che condizionano la corretta percezione di se, degli altri e degli eventi. • Lavorare sull'accettazione di se stessi, distinguendola da rassegnazione e fatalismo. • Interrompere la "lamentite", individuando e correggendo le modalità tramite le quali una persona si passivizza di fronte alle situazioni: assumersi la responsabilità di ciò che si è e si fa. • Imparare l'assertività per definirsi nel mondo. • Agire costantemente e consistentemente: individuare i propri obiettivi, mettere in atto le azioni opportune, rinforzare e fare memoria dei successi ottenuti. Questa parte, sviluppata anche tramite gli home work, costituisce il vero cuore del corso, in quanto qualsiasi cambiamento è possibile esclusivamente nella ripetizione consapevole e costante di comportamenti correttivi. 		Efficienza ★★★



Chiarire i valori e gli obiettivi personali

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Metodologie: lezioni frontali, giochi di ruolo, simulazioni	
Descrizione: Mediante la creazione della Gerarchia dei valori è possibile chiarire i propri obiettivi e definire una strategia di azione.	

Come sviluppare le capacità decisionali: il problem solving

Durata: 3-6 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: valorizzare della professionalità dei quadri; saper gestire situazioni di incertezza normativa, di mutamento procedurale e di innovazione di mercato; verificare i processi inerenti l'occupazione e mobilità delle risorse umane; verificare i comportamenti decisionali (efficienza, qualità, affidabilità, verificabilità); conoscere gli strumenti per la costruzione di un gruppo di lavoro e la gestione del proprio tempo	
Metodologia: Si prevedono lezioni, esercitazioni di gruppo e miniprogetti ed uso di materiali didattici multimediali. Si prevedono sia interventi da parte di esperti dello sviluppo organizzativo e dell'analisi comportamentale dei processi decisionali sia testimonianze aziendali e sindacali	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• Il processo decisionale: gestire i ruoli professionali - schemi, euristiche e stereotipi che influenzano i processi decisionali - processi di decision-making• Team Building e problematiche gestionali - le distribuzioni - la varianza - l'indice di correlazione - la quantificazione delle probabilità - la comprensione del rischio - i sistemi per il miglioramento della qualità e della produttività -• Il Time Management - le priorità temporali e l'organizzazione del lavoro - carichi di lavoro - scadenze e arretrati - problematiche di sviluppo - il Time Management individuale e di gruppo	



Comprendere come le persone decidono

Durata: 2 gg	
Prerequisito: conoscenze di base di PNL	
Metodologie: lezioni frontali, giochi di ruolo, simulazioni	
Descrizione: Grazie all'impiego dei Metaprogrammi della Programmazione Neuro Linguistica, possiamo migliorare sensibilmente le nostre capacità di analisi e comunicazione interpersonale, sia in ambito personale, sia lavorativo.	



Entrare rapidamente in rapporto con gli altri

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Metodologie: lezioni frontali, giochi di ruolo, simulazioni	
Descrizione: Grazie all'impiego dell'Instant Rapport della Programmazione Neuro Linguistica, possiamo migliorare sensibilmente le nostre capacità di entrare in relazione con le altre persone, sia in ambito personale, sia lavorativo	



Gestire lo stress con il respiro circolare

Durata: 4 gg	
Prerequisito:	
Obiettivi: gestione dello stress	
Destinatari: manager e responsabili	
Metodologie: esercitazioni guidate, simulazioni	
Descrizione: Il Respiro Circolare è una tecnica di meditazione dinamica che consente una profonda connessione con le proprie emozioni; avvia un processo che stimola l'utilizzo di energie potenti per sciogliere nodi pregressi in modo inconsapevole e dolce.	

I Ching per la consapevolezza

Durata: 1 gg	IMPATTO		
	Area	Atteggiamento	Livello
Prerequisito: nessuno	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★★★
		Negoziazione	★★★★
		Leadership	★★★★
		Problem Solving	★★★
		Decision Making	★★★★★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★
		Membership	★★★
		Adattabilità	★★★
		Ascolto	★★★★
		Resilienza	★★
		Apertura	★★★★
	Su se stessi	Introspezione	★★★★★
		Determinazione	★★
		Obiettività	★★
Creatività		★★★	
Efficacia		★★★★	
Efficienza		★★★★	

Descrizione:

I Ching è un antico libro base della filosofia cinese; il suo uso rappresenta un metodo di analisi delle problematiche (dubbi, decisioni da prendere, difficoltà lavorative o della vita); attraverso un metodo di interrogazione del testo si procede ad un lavoro di auto-analisi introspettiva di incredibile potenza.

La metodica viene illustrata sia nelle sue basi teoriche sia nella sua applicazione pratica, con esercitazioni guidate.

Introduzione alla filosofia cinese

Durata: 1 gg	IMPATTO		
Prerequisito: nessuno	Area	Atteggiamento	Livello
	Dall'interno	Assertività	★★★★
		Argomentazione	★★★
		Negoziazione	★★★★★
		Leadership	★★★★★
		Problem Solving	★★★
		Decision Making	★★★★
	Dall'esterno	Cooperatività	★★★★★
		Membership	★★★★
		Adattabilità	★★★
		Ascolto	★★★★★
		Resilienza	★
		Apertura	★★★★★
	Su se stessi	Introspezione	★★★★★
		Determinazione	★★
		Obiettività	★★
		Creatività	★★★★
		Efficacia	★★
		Efficienza	★★★
Descrizione:			
<p>La filosofia cinese è decisamente “aliena” rispetto al nostro modo di pensare “occidentale”; una introduzione alle grandi filosofie cinesi più antiche, come il Confucianesimo e il Taoismo (ancora oggi alla base del pensiero cinese) permette di “vedere” sia noi stessi sia il rapporto con gli altri da un punto di vista alternativo che apre a interessanti e utili riflessioni nella vita di tutti i giorni, nel rapporto con gli altri e con il lavoro e le sue problematiche.</p>			

Introduzione alla filosofia e alla pratica dello Yoga

Durata: 16 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Al termine del corso i partecipanti avranno acquisito tecniche pratiche respiratorie e di concentrazione mentale che aumenteranno il loro livello adattivo alla vita privata e lavorativa.	
Metodologia: lezioni frontali pratiche e teoriche con l'uso di materassini da ginnastica e materiale cartaceo (dispense)	
Descrizione: Lezioni di yoga, con l'obiettivo di fornire strumenti che ogni individuo può utilizzare al fine di migliorare il proprio benessere e abbassare il livello di stress legato al normale svolgersi della vita privata e lavorativa.	

La cooperazione e il team approach

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Motivare a far "crescere" il proprio gruppo; Collaborare con gli altri nel raggiungimento di un obiettivo comune; tilizzare le risorse comuni sulla base di modalità operative condivise; Ricercare l'accordo soddisfacendo gli interessi propri e quelli altrui	
Metodologie: Discussione guidata sugli argomenti trattati	
Descrizione: <p>Le persone più motivate sia nel lavoro che in altri ambiti della vita (tempo libero) sono di solito quelle che operano per progetti, che condividono con il proprio gruppo una visione e degli obiettivi di crescita comune. Si tratta di persone che si impegnano per se stesse e per il team perché, in questo modo, soddisfano alcuni dei bisogni fondamentali: importanza, cooperazione, crescita e contribuzione.</p> <ul style="list-style-type: none">• I bisogni alla base della motivazione• La logica della cooperazione• L'organizzazione cooperante• Il team approach• L'interdipendenza• Obiettivi, scopo, visione, mission• Strategie e strumenti per la cooperazione nel lavoro di gruppo• La gestione dei conflitti e dell'impatto emotivo• Tecniche e strumenti di negoziazione• Gli stili negoziativi	

La gestione efficace del tempo

Durata: 16 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: “Ami la vita? Allora non sciupare il tempo, perché è la sostanza di cui è fatta la vita” (Benjamin Franklin) Ogni giorno tutti noi ci confrontiamo con l'impossibilità di gestire il tempo e fare tutto in modo efficace. Attraverso questo corso cercheremo di mettere ordine "nell'universo che non sta più nelle nostre agende", con l'obiettivo di valorizzare il tempo nel rispetto di noi stessi e degli altri, migliorando la qualità della nostra vita e del nostro lavoro.	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• La gestione del tempo• La pianificazione• Definire gli obiettivi• È importante o urgente?• Definire i compiti• Gestire l'agenda• La curva di efficienza• Lo stress• Perdere tempo – il tempo rubato• Gestire le relazioni• Dalla teoria alla pratica	

Leadership Skills

Durata: 8 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Mettere in grado i partecipanti di migliorare le proprie capacità di guidare le persone e i gruppi; Far acquisire una metodologia per l'individuazione e la realizzazione degli obiettivi	
Metodologia: Discussioni guidate ed esercitazioni sui concetti presentati	
Descrizione: <p>"Nessuno può insegnare qualcosa a un altro uomo. Può solo aiutarlo a tirare fuori qualcosa che ha già dentro di sé" (Galileo Galilei). Un buon leader guida con l'esempio! Per essere uno stimolo nei confronti di altre persone, occorre essere l'esempio vivente di ciò in cui si crede e di ciò che si afferma. Occorre innanzitutto divenire leader di noi stessi, migliorarsi costantemente, perseguendo e raggiungendo i risultati prefissati. In passato il significato della parola leader era riservato a una ristretta élite di persone, si indicava con essa un "capo carismatico" capace di "guidare", di "condurre"; oggi invece il significato di questa parola può essere esteso e divenire alla portata di tutti, associandola a chi è in grado di "guidare se stesso" e conseguentemente divenire un punto di riferimento per gli altri.</p> <ul style="list-style-type: none">• La leadership efficace<ul style="list-style-type: none">- Che cosa è la leadership?- Sviluppare la leadership- Gli stili di leadership- La leadership situazionale- Il leader come coach- Il leader guida con l'esempio- L' "arte" della critica• Guidare verso gli obiettivi<ul style="list-style-type: none">- La funzione degli obiettivi- Obiettivi, scopo, visione- Caratteristiche degli obiettivi• Il piano di azione	

Mappe Mentali e Mappe Concettuali; apprendere ad apprendere

<p>Durata: 2/3 gg + follow-up</p>	IMPATTO																																											
<p>Prerequisito: nessuno</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #800000; color: white;">Area</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Atteggiamento</th> <th style="background-color: #800000; color: white;">Livello</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="6" style="background-color: #ffff00; text-align: center; vertical-align: middle;">Dall'interno</td> <td>Assertività</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Argomentazione</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Negoziazione</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Leadership</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Problem Solving</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Decision Making</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td rowspan="5" style="background-color: #ffff00; text-align: center; vertical-align: middle;">Dall'esterno</td> <td>Cooperatività</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Membership</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Adattabilità</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Ascolto</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Resilienza</td> <td style="text-align: center;">★</td> </tr> <tr> <td rowspan="6" style="background-color: #ffff00; text-align: center; vertical-align: middle;">Su se stessi</td> <td>Apertura</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Introspezione</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Determinazione</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Obiettività</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Creatività</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Efficacia</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">Efficienza</td> <td style="text-align: center;">★ ★ ★ ★</td> </tr> </tbody> </table>	Area	Atteggiamento	Livello	Dall'interno	Assertività	★ ★ ★	Argomentazione	★ ★ ★ ★	Negoziazione	★ ★ ★ ★	Leadership	★ ★ ★	Problem Solving	★ ★ ★ ★ ★	Decision Making	★ ★ ★ ★ ★	Dall'esterno	Cooperatività	★ ★ ★ ★	Membership	★ ★ ★ ★	Adattabilità	★ ★ ★ ★	Ascolto	★ ★ ★	Resilienza	★	Su se stessi	Apertura	★ ★ ★	Introspezione	★ ★ ★ ★	Determinazione	★ ★ ★	Obiettività	★ ★ ★ ★ ★	Creatività	★ ★ ★ ★ ★	Efficacia	★ ★ ★ ★ ★		Efficienza	★ ★ ★ ★
Area	Atteggiamento	Livello																																										
Dall'interno	Assertività	★ ★ ★																																										
	Argomentazione	★ ★ ★ ★																																										
	Negoziazione	★ ★ ★ ★																																										
	Leadership	★ ★ ★																																										
	Problem Solving	★ ★ ★ ★ ★																																										
	Decision Making	★ ★ ★ ★ ★																																										
Dall'esterno	Cooperatività	★ ★ ★ ★																																										
	Membership	★ ★ ★ ★																																										
	Adattabilità	★ ★ ★ ★																																										
	Ascolto	★ ★ ★																																										
	Resilienza	★																																										
Su se stessi	Apertura	★ ★ ★																																										
	Introspezione	★ ★ ★ ★																																										
	Determinazione	★ ★ ★																																										
	Obiettività	★ ★ ★ ★ ★																																										
	Creatività	★ ★ ★ ★ ★																																										
	Efficacia	★ ★ ★ ★ ★																																										
	Efficienza	★ ★ ★ ★																																										
<p>Obiettivi: Sviluppare l'abilità grafica (e/o la competenza informatica) per realizzare Mappe Mentali e Concettuali. Imparare, grazie al sistema delle Mappe Mentali, il mind mapping come stile di pensiero, divenendo abili ad utilizzarlo nelle diverse situazioni Diventare consapevoli, attraverso il sistema delle Mappe Concettuali, del modo in cui sono organizzate le conoscenze nella nostra mente. "Imparare ad imparare" sviluppando la capacità di elaborare le informazioni da apprendere, rendendole assimilabili. Sviluppare l'apprendimento "significativo" e profondo, frutto del ragionamento deduttivo e argomentativo, in alternativa all'apprendimento "meccanico" e superficiale.</p>																																												
<p>Metodologia: Lezioni frontali. Esercitazioni individuali e di gruppo. Brainstorming e Problem Solving. Hand writing and drawing.</p>																																												
<p>Descrizione:</p> <p>Le Mappe Mentali per l'organizzazione del pensiero. Sfruttare al massimo le capacità creative della mente. Il corso insegna l'impiego del Mind Mapping nel lavoro e nello studio: pianificare una presentazione, gestire una riunione con i collaboratori, preparare un progetto o un evento. Mappe Mentali nella vendita di persuasione attraverso la mappatura di scenari plausibili e desiderabili per il cliente. Brainstorming e il Decision making attraverso le mappe. Mappare un testo per parole chiave, prendere appunti tramite mappe.</p> <p>Le Mappe Concettuali per l'organizzazione a rete delle conoscenze e per la memorizzazione delle informazioni. Le Mappe Concettuali servono a rendere espliciti i concetti e a migliorare il modo di organizzarli nel pensiero. Sono uno strumento meta-cognitivo che consente di rispondere in ogni momento alla domanda "cosa conosco di questo argomento?". Aiutano a riflettere in profondità sulla struttura della nostra conoscenza e sui processi mediante i quali la costruiamo. La competenza nel costruire Mappe Concettuali, costituisce uno dei modi più raffinati e precisi per tradurre in rappresentazione comunicabile il proprio sapere, al fine di generare una feconda riflessione sulla qualità e la profondità di conoscenza che è generata in un'azienda.</p>																																												

Sviluppare le competenze cognitive: creatività e problem solving

Durata: 8 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Fornire ai partecipanti metodi e tecniche: <ul style="list-style-type: none">• per sviluppare e utilizzare la creatività individuale e di gruppo• per risolvere problemi e prendere decisioni	
Metodologia: Esercitazioni di gruppo sulle metodologie presentate	
Descrizione: <p>Sulla creatività si sono diffusi molti pregiudizi che ostacolano l'utilizzo di questa componente del pensiero umano e che influiscono negativamente su processi quali il cambiamento e l'innovazione. Il nostro pensiero si esplica in realtà secondo due modalità complementari: quella analitico-razionale e quella globale-intuitiva, entrambe fondamentali per affrontare e risolvere i problemi. L'accesso al potenziale creativo e innovativo degli individui, dei gruppi e delle organizzazioni è peraltro particolarmente importante nei momenti di crisi e di cambiamento.</p> <ul style="list-style-type: none">• Le competenze cognitive• La creatività individuale e di gruppo• Il pensiero convergente e il pensiero divergente• I "sei cappelli" per pensare• Identificazione e soluzione dei problemi• Le fasi del Problem Solving• L'atteggiamento mentale che facilita la soluzione dei problemi• Metodologie di analisi creativa:<ul style="list-style-type: none">○ Brainstorming○ Issue Analysis○ SWOT Analysis○ METAPLAN	

Tecniche di lettura veloce (Speed Reading)

Durata: 15 hh	IMPATTO		
	Area	Atteggiamento	
	Livello		
Prerequisito: nessuno	Dall'interno	Assertività	★
		Argomentazione	★★★
		Negoziazione	★★
		Leadership	★★★★★
		Problem Solving	★★★★★
		Decision Making	★★★
Obiettivi : Incrementare la velocità di lettura per le necessità della vita professionale e dello studio, aumentando attenzione e comprensione. Risparmiare tempo in tutte le fasi della lettura, trasformando l'azione del leggere in abitudine quotidiana e in strumento imprescindibile per individuare e raggiungere i propri obiettivi.	Dall'esterno	Cooperatività	★
		Membership	★★
		Adattabilità	★★
		Ascolto	★★★
		Resilienza	★★★★★
		Apertura	★★★
Metodologie: Didattica frontale, esercitazioni individuali con testi e strumentazione ottica idonea. Utilizzo di flash card, di software appositi e del web. Facilitazione. Home work.	Su se stessi	Introspezione	★★★★★
		Determinazione	★★★★★
		Obiettività	★★
		Creatività	★★★★★
		Efficacia	★★★★★
		Efficienza	★★★★★
Descrizione:			
<p>Le tecniche di Lettura Veloce consentono di utilizzare i normali movimenti oculari in modo molto più mirato e strategico, producendo una lettura ad altissima efficienza. Svolgendo gli esercizi specifici, s'impara progressivamente ad ampliare il campo visivo, ad aumentare la rapidità di spostamento degli occhi e a ridurre al minimo i punti di fissità per riga di testo, eliminando i vizi d'impostazione acquisiti in fase di primo apprendimento e rinforzati negli anni. La mente è educata ad una maggiore velocità d'ingresso delle informazioni, fattore che potenzia attenzione e concentrazione. Gradualmente si assiste anche al progressivo scomparire della "lettura o ripetizione mentale" (la classica vocina che ripete nella mente quanto letto), fatto che aiuta ad incrementare ulteriormente la velocità. Una persona normalmente dotata, che ha appreso a leggere a 6 anni, ha una velocità compresa tra le 100 e le 200 parole al minuto. Imparare le strategie di Lettura Rapida consente come minimo di raddoppiare, ma la media dei partecipanti ai corsi arriva anche a triplicare o quadruplicare, e non è raro trovare persone che, con impegno ed esercizio costante, superano le 1.000 parole al minuto. In termini pratici questo si traduce nella possibilità di leggere un libro di 250 pagine in appena 2 ore, così come capitato in recenti edizioni del corso.</p> <p>Le Tecniche di Lettura Veloce si integrano perfettamente con il corso sulle Tecniche di Memoria. L'uso combinato di queste due abilità, consente di ottenere i migliori risultati nell'ambito dello studio e dell'apprendimento.</p>			

Tecniche di memoria e metodi di studio

<p>Durata: 2-3 gg</p>	<table border="1"> <thead> <tr style="background-color: #800000; color: white;"> <th colspan="3">IMPATTO</th> </tr> <tr style="background-color: #ffff00;"> <th style="color: black;">Area</th> <th style="color: black;">Atteggiamento</th> <th style="color: black;">Livello</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="6" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); color: black; font-weight: bold;">Dall'interno</td> <td>Assertività</td> <td>★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Argomentazione</td> <td>★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Negoziazione</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Leadership</td> <td>★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Problem Solving</td> <td>★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Decision Making</td> <td>★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td rowspan="5" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); color: black; font-weight: bold;">Dall'esterno</td> <td>Cooperatività</td> <td>★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Membership</td> <td>★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Adattabilità</td> <td>★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Ascolto</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td>Resilienza</td> <td>★</td> </tr> <tr> <td rowspan="7" style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg); color: black; font-weight: bold;">Su se stessi</td> <td>Apertura</td> <td>★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Introspezione</td> <td>★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Determinazione</td> <td>★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Obiettività</td> <td>★ ★</td> </tr> <tr> <td>Creatività</td> <td>★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Efficacia</td> <td>★ ★ ★ ★ ★</td> </tr> <tr> <td>Efficienza</td> <td>★ ★ ★ ★</td> </tr> </tbody> </table>	IMPATTO			Area	Atteggiamento	Livello	Dall'interno	Assertività	★ ★ ★	Argomentazione	★ ★ ★	Negoziazione	★	Leadership	★ ★ ★ ★ ★	Problem Solving	★ ★ ★ ★ ★	Decision Making	★ ★ ★ ★ ★	Dall'esterno	Cooperatività	★ ★ ★	Membership	★ ★ ★	Adattabilità	★ ★ ★	Ascolto	★	Resilienza	★	Su se stessi	Apertura	★ ★ ★ ★	Introspezione	★ ★ ★ ★ ★	Determinazione	★ ★ ★ ★	Obiettività	★ ★	Creatività	★ ★ ★ ★ ★	Efficacia	★ ★ ★ ★ ★	Efficienza	★ ★ ★ ★
IMPATTO																																														
Area		Atteggiamento	Livello																																											
Dall'interno		Assertività	★ ★ ★																																											
	Argomentazione	★ ★ ★																																												
	Negoziazione	★																																												
	Leadership	★ ★ ★ ★ ★																																												
	Problem Solving	★ ★ ★ ★ ★																																												
	Decision Making	★ ★ ★ ★ ★																																												
Dall'esterno	Cooperatività	★ ★ ★																																												
	Membership	★ ★ ★																																												
	Adattabilità	★ ★ ★																																												
	Ascolto	★																																												
	Resilienza	★																																												
Su se stessi	Apertura	★ ★ ★ ★																																												
	Introspezione	★ ★ ★ ★ ★																																												
	Determinazione	★ ★ ★ ★																																												
	Obiettività	★ ★																																												
	Creatività	★ ★ ★ ★ ★																																												
	Efficacia	★ ★ ★ ★ ★																																												
	Efficienza	★ ★ ★ ★																																												
<p>Prerequisito: nessuno</p>																																														
<p>Obiettivi : Imparare ad usare meglio la memoria in tutte le situazioni della vita (studio, lavoro, relazioni, hobby, ecc.) attraverso l'uso di tecniche semplici ed efficaci, utili per ricordare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • testi, discorsi, poesie, liste; • parole in lingua straniera; • terminologia tecnica e scientifica; • articoli di legge; • nomi e volti delle persone; • numeri di qualsiasi genere (date storiche, codici, prezzi, etc...); <p>Utilizzare al meglio il tempo nello studio. Sviluppare con più facilità attenzione e concentrazione. Usare meglio la creatività. Sostenere la motivazione e l'autostima in tutte le fasi dell'apprendimento</p>																																														
<p>Metodologie: Didattica frontale, esercitazioni individuali e di gruppo sui contenuti presentati, simulazioni, facilitazione e home work.</p>																																														
<p>Descrizione:</p> <p>Fare affidamento su una buona memoria rappresenta un requisito per raggiungere gli obiettivi programmati nel lavoro e nella vita. Grazie alle tecniche di memorizzazione la capacità di ricordare aumenta rapidamente anche con poco esercizio. Le tecniche di memoria si applicano allo studio, ma anche per ricordare le cose della vita, come ad esempio i nomi e i volti delle persone che incontriamo o più semplicemente una lista della spesa.</p> <p>Il corso insegna anche a sviluppare l'attenzione e a favorire la concentrazione nello studio. Vengono inoltre affrontati i temi del pensiero creativo e del metodo di studio, cercando di individuare quale sia – soggettivamente - quello più efficiente e produttivo.</p> <p>Le Tecniche di Memoria si integrano perfettamente con il corso di Lettura Veloce. L'uso combinato di queste due abilità, consente di ottenere i migliori risultati nell'ambito dello studio e dell'apprendimento.</p>																																														



Tecniche di precisione linguistica

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Metodologie: lezioni frontali, esercitazioni, simulazioni	
Descrizione: Grazie all'impiego del Metamodello della Programmazione Neuro Linguistica, possiamo migliorare sensibilmente le nostre capacità di analisi e comunicazione interpersonale, sia in ambito personale, sia lavorativo.	

Vinco io se vinci tu

Durata: 4 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: Migliorare la capacità di relazione con le altre persone; Sviluppare un atteggiamento positivo/ propositivo nei confronti di capi, colleghi, collaboratori	
Metodologia: Discussioni guidate ed esercitazioni sui concetti presentati	
Descrizione: <p>Il modo in cui ci relazioniamo alle altre persone, sia nel lavoro sia in altri ambiti della vita, è determinante per la nostra possibilità di creare legami efficaci. Una delle modalità più produttive affinché gli altri collaborino volentieri con noi è quella di riuscire a instaurare delle relazioni cosiddette "vincere-vincere". Ciò significa in sintesi sviluppare un atteggiamento rivolto a creare un vantaggio (cioè una maggiore soddisfazione dei propri bisogni) non solo per noi stessi ma anche per gli altri.</p> <ul style="list-style-type: none">• Il "bilancio" delle emozioni• Capire le persone• L'ascolto• Chiarezza nella comunicazione• Coerenza e affidabilità• Riconoscere i propri errori• Disponibilità e sincero interesse• L'arte della critica• Gli "altri" che contano per noi	



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Area Vendite

Argomentare la vendita

Durata: 2-3 gg	
Prerequisito: conoscenza dei prodotti e/o servizi	
Obiettivi: costruire un'argomentazione step by step per condurre efficacemente la relazione commerciale; sapere anticipare le obiezioni in modo da disinnescare le possibili contestazioni; controllare i principi della comunicazione; valorizzare la propria immagine; individuare le motivazioni profonde degli interlocutori.	
Destinatari: commerciali, addetti vendite, addetti marketing, assistenti commerciali	
Metodologie: lezione frontale, proposte di esempi e casi, simulazioni	
Descrizione: <p>Il corso propone di esaminare le tecniche che consentono di sviluppare argomentazioni convincenti, in grado di valorizzare i benefici che il prodotto o il servizio in vendita procurerà alla clientela.</p> <ul style="list-style-type: none">• segmentazione della clientela e posizionamento del prodotto/servizio• strutture delle argomentazioni• i vantaggi competitivi dei prodotti/servizi e la valorizzazione dei punti di forza• tecniche di approfondimento e brainstorming per individuare gli argomenti di vendita• costruire i benefici per il cliente• le obiezioni e le contro-obiezioni• redazione dell'argomentazione	

Auditing commerciale per la piccola impresa

Durata: 2-4 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: elaborare diagnosi di efficienza organizzativa dei settori commerciali; costruire analisi SWOT; ottimizzare l'immagine aziendale; definire gli elementi base per la pianificazione commerciale in funzione degli obiettivi aziendali; migliorare la comunicazione interna; costruire sistemi di rilevazione dati e reporting.	
Destinatari: imprenditori, dirigenti, ruoli commerciali di vendita e marketing, controllori della gestione	
Metodologie: analisi di esempi e casi, discussioni sulle buone pratiche aziendali	
Descrizione: «In quale misura le nostre strategie di vendita, di marketing e di comunicazione sono efficaci?» A questa domanda l'Auditing commerciale dà una risposta in quanto serve ad analizzare le forze e le debolezze delle opzioni strategiche dell'impresa e della loro organizzazione. Come dotarsi di un sistema semplice ma efficace di Auditing: questo è il contenuto del seminario	
<ul style="list-style-type: none">• obiettivi dell'Auditing commerciale• l'oggetto dell'Auditing nell'ambito aziendale: contesto ambientale, area di business, strategia di marketing, struttura organizzativa, produttività• parametri e indicatori di controllo• audit degli strumenti: schedari e data base, sito internet, documenti illustrativi, argomentari di vendita, ecc.• audit dei dati a preventivo e consuntivo (vendite, trend, incidenze, performance, ecc.)• l'analisi interna dei processi operativi e l'audit delle attività• audit organizzativo e delle competenze	

Conquistare e fidelizzare i clienti

Durata: 2-3 gg	
Prerequisito: nessuno particolare	
Obiettivi: effettuare diagnosi corrette del proprio mercato; definire i criteri di fidelizzazione; riconoscere i target; ottimizzare il livello di servizio; identificare i fattori chiave per il successo commerciale.	
Destinatari: imprenditori, dirigenti, quadri e figure professionali coinvolte	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, metodi attivi per favorire scambi di esperienze tra i partecipanti	
Descrizione: <p>Ampliare il parco clienti e fidelizzare la clientela esistente sono attività che l'Azienda non può in nessun caso trascurare, in un mercato fortemente competitivo (e non solo). Il corso mira a fornire gli strumenti per elaborare offerte valide ed efficaci sul mercato.</p> <ul style="list-style-type: none">• analisi del portafoglio clienti• definizione dei target e delle azioni da svolgere• fonti e tecniche di ricerca di nuovi clienti• l'offerta deduttiva, la promozionalità e la comunicazione di vendita• l'offerta di fidelizzazione	

Front office nelle strutture di vendita

Durata: 1 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: conoscere le regole e procedure previste per l'accoglienza della clientela sapere accogliere il cliente con efficacia identificare i bisogni della clientela dare le informazioni corrette gestire obiezioni e reclami creare una relazione positiva con il cliente	
Destinatari: addetti al front office di medie-grandi superfici commerciali, hostess, addetti alle casse	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, simulazioni guidate	
Descrizione: <p>Il front office in una struttura di vendita costituisce a volte il primo impatto che il cliente ha con la struttura stessa. Può essere anche l'ultimo momento di contatto con il punto di vendita. Si tratta quindi di un elemento strategico di fondamentale importanza in termini di immagine, di servizio e di assistenza al cliente.</p> <p>Al cliente che chiede informazioni, o che contesta una spesa non soddisfacente oppure un prodotto non valido, si deve accordare un'importanza sostanziale: se il front office è in grado di dare una risposta comunque esauriente, porterà con sé un'immagine positiva del negozio e della sua gestione.</p> <ul style="list-style-type: none">• comportamenti di acquisto dei clienti• gli atteggiamenti e le forme di comunicazione• tipologia di clienti• l'accoglienza del cliente• l'ascolto attivo nella gestione del cliente• il cliente "terribile"• la gestione dei reclami• la chiusura della relazione: completezza dell'informazione al cliente, occasioni di vendita addizionale, creazione di una relazione positiva	

Gestione dei conflitti con i clienti nel punto vendita

Durata: 1-2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: comprendere i motivi del conflitto con il cliente; riconoscere le varie tipologie di lamentele e reclami; avere la padronanza dei metodi di comunicazione per risolvere l'insoddisfazione; affrontare con positività il conflitto; sviluppare i criteri di qualità del servizio in un'ottica di miglioramento del servizio stesso	
Destinatari: Addetti alle vendite, al front office e all'assistenza clienti - chiunque si trovi a gestire una relazione con la clientela	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• individuare le fonti dei conflitti - tipologie di clienti difficili - valutare il proprio metodo per controllare al meglio le emozioni - misurare l'impatto dei conflitti sull'immagine dell'azienda - analizzare le componenti del servizio al cliente• rispondere alle critiche - saper prendere le distanze e non giocare in difesa - applicare i canali di comunicazione efficaci (linguaggio verbale, paraverbale e non verbale) - pratica dell'ascolto attivo - tecnica delle domande e delle riformulazioni per dare sicurezza al cliente• negoziare e consolidare la relazione con il cliente - dirigere la situazione in funzione dei fatti - proporre soluzioni e fare un compromesso - ottenere un accordo soddisfacente - rendere positiva la situazione valorizzando il cliente• fidelizzare il cliente - sentirsi coinvolti nelle decisioni e le cose da fare - rispettare gli impegni presi	

Gestione dei reparti della Grande Distribuzione

Durata: 3-5 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: tradurre in termini operativi gli obiettivi aziendali adattandoli alla realtà di reparto individuare gli elementi essenziali per la costruzione del budget di reparto: obiettivi commerciali, organizzativi e finanziari controllare la gestione economica, analizzare gli scostamenti tra preventivi e consuntivi attuare gli eventuali interventi correttivi programmare le attività e pianificare il lavoro gestire il gruppo di lavoro, attribuire i carichi di lavoro, motivare i collaboratori	
Destinatari: responsabili di reparto della GDO, responsabili di settore e reparto in grandi superfici alimentari, GSS e altre strutture distributive organizzate, al dettaglio o all'ingrosso	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, simulazioni guidate	
Descrizione: Il corso "la gestione dei reparti nella GDO" risponde all'esigenza di fornire dei validi strumenti di programmazione delle attività, della pianificazione delle risorse e del controllo nei reparti alimentari e non delle grandi superfici. Gli ambiti gestionali considerati sono quello economico-finanziario, quello tecnico-merceologico, quello organizzativo - relazionale. <ul style="list-style-type: none">• il reparto all'interno del punto di vendita• significato commerciale ed economico: incidenze di reparto nelle vendite e nei costi, marginalità contributiva• l'assortimento di reparto e la sua gestione: merci, scorte, rotazioni• il budget di reparto all'interno del budget di punto di vendita: definizione degli obiettivi di vendite e di costi, tecniche di preventivazione• il controllo gestionale: consuntivazione, controllo degli scarti• le attività di reparto ed i processi operativi primari e accessori• la parametrizzazione e la produttività di reparto• l'organizzazione del lavoro• la gestione della squadra	

Il cliente difficile

Durata: 2-3 gg	
Prerequisito: conoscenza di base delle tecniche di vendita	
Obiettivi: gestire rapporti delicati nell'ambito delle relazioni commerciali; individuare le situazioni di rischio e controllare la conflittualità; negoziare nelle situazioni critiche; sviluppare ed affermare le proprie competenze negoziali.	
Destinatari: commerciali, venditori, personale di front line, addetti di funzioni al contatto anche occasionale con la clientela	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, esercizi di autodiagnosi e simulazioni	
Descrizione: Nel corso si esamina come affrontare le situazioni critiche, a volte conflittuali, che si determinano con alcuni clienti. Vengono proposti strumenti per bloccare i comportamenti aggressivi, tenendo sempre presenti le esigenze di mantenere rapporti positivi con la clientela. <ul style="list-style-type: none">• sviluppare l'assertività• i clienti difficili: tipologie e caratteristiche• la relazione con il cliente: come non perderlo• l'arte di dire no e la comunicazione positiva• gestire le argomentazioni tecniche e le componenti emotive• • costruire una relazione collaborativa	

Il cliente ha sempre ragione – La vendita assistita in supermercato

Durata: 1 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: conoscere le principali tecniche di vendita interpersonale saper applicare le tecniche di ascolto attivo saper presentare il proprio assortimento: caratteristiche merceologiche, qualità, proprietà, prezzi ... argomentare con efficacia e saper prevenire e rispondere alle obiezioni costruire relazioni positive con i clienti in previsione di una loro fidelizzazione	
Destinatari: addetti alla vendita assistita nei reparti di grandi superfici, merchandiser	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, simulazioni guidate	
Descrizione: La figura del venditore al banco assistito in una grande superficie non è un semplice distributore di merce, ma un professionista della vendita che sa proporre, suggerire, consigliare, sempre nel rispetto della libertà del cliente e delle esigenze produttive dell’Azienda di appartenenza. Il corso si propone quindi di fornire gli elementi sia commerciali, sia relazionali, che consentono di perfezionare le capacità di transazione. Nell’ambito del corso uno spazio sarà accordato anche alla gestione delle obiezioni e dei reclami da parte dei consumatori. <ul style="list-style-type: none">• i prodotti in vendita e la loro qualità percepita• le motivazioni dei consumatori e le decisioni di acquisto• il comportamento del consumatore all’interno del punto di vendita• le fasi della vendita assistita: apertura, servizio, chiusura• le tecniche di vendita, la vendita creativa, la vendita emotiva, la vendita paradossale• la gestione delle obiezioni e dei reclami• il consumatore fidelizzato	

Il micro mercato del punto di vendita

Durata: 2-4 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: definire il bacino di utenza del punto di vendita; impostare buone pratiche di geomarketing intelligence; segmentare la clientela; acquisire strumenti per il controllo della concorrenza; ottimizzare il posizionamento commerciale del negozio.	
Destinatari: imprenditori commerciali, gestori e responsabili di punto di vendita, chiunque sia intenzionato d aprire o rilevare un punto di vendita	
Metodologie: analisi di esempi e casi, discussioni sulle buone pratiche aziendali	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• l'offerta del punto di vendita e la sua area commerciale• fonti endogene ed esogene di informazione• il geomarketing: l'area commerciale, l'attrattività, le ubicazioni problematiche, la definizione di bacino di utenza, le tecnologie informatiche per la localizzazione• la conoscenza dei clienti: metodologie di indagine, dall'analisi dei dati interni alla elaborazione di questionari• la concorrenza diretta: osservazione, strumenti di controllo e di analisi• la concorrenza indiretta• riflessioni per il riposizionamento del punto di vendita e la mission aziendale	

Il punto di vendita che attrae

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: utilizzare le tecniche di presentazione adattandole all'assortimento interpretare e declinare le varie tecniche di comunicazione all'interno (e all'esterno) del punto di vendita applicare le regole del merchandising in una logica di marketing creativo gestire gli eventi promozionali costruire il "clima" del negozio	
Destinatari: il corso è rivolto a chiunque, a vari livelli, abbia responsabilità di vendita in negozio	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, simulazioni guidate	
Descrizione: L'attrattività di un punto di vendita è legata strettamente alle componenti emozionali che rendono il cliente partecipe della vita stessa del negozio: da fruitore passivo, il cliente diventa attore, "prosumer". Le tecniche tradizionali di merchandising, volte alla gestione ottimale degli spazi e delle merci, devono essere coniugate con gli aspetti più interessanti del marketing emozionale, quali la cura dell'ambientazione, il coinvolgimento sensoriale. Il corso pertanto prevede: <ul style="list-style-type: none">• il micro mercato del punto di vendita: aspetti commerciali, concorrenza, evasione• elementi di analisi e di controllo: vendite, costi, margini, rotazioni e scorte• il merchandising: area di vendita, vetrine, layout, display e special display• organizzazione delle promozioni e dei saldi: aspetti normativi, commerciali ed organizzativi• il merchandising innovativo: ambientazione, luci, suoni, odori, stili attrezzature• l'animazione del punto di vendita	

Introduzione alla vendita

Durata: 1 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: avere il controllo di tutte le fasi del colloquio di vendita frontale; costruire un argomentario efficace e adattato al cliente; possedere le tecniche fondamentali di gestione delle obiezioni; rendere formale il colloquio di vendita	
Destinatari: commerciali junior - commessi di punto di vendita - venditori tecnici - addetti alle vendite	
Metodologie: riflessioni di gruppo guidate - supporto teorico- pratico - analisi e valutazione di situazioni a partire dal lavoro quotidiano dei partecipanti - elaborazione di un progetto personale di miglioramento (individuazione degli obiettivi di carattere tecnico e comportamentale) in vista della messa in pratica dell'apprendimento	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• I due orientamenti del colloquio di vendita - vendita del prodotto e vendita del bisogno espresso o latente – strutturazione e preparazione della vendita• Il contatto con il cliente - l'accoglienza - la gestione degli spazi e la prossemica• La scoperta del cliente - direttività o ponderazione – tecnica delle domande – tecnica dell'ascolto• Dalla scheda tecnica all'argomentazione - quali argomenti per quali bisogni?• Gestire le obiezioni – perché le obiezioni? – tecniche di risposta• Concludere una vendita - individuare i segnali di acquisto e i freni alla vendita - lo stile personale di conclusione – una firma, e poi?	

La negoziazione commerciale

Durata: 3-4 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: evitare i rischi di errori formali e sostanziali nella trattativa negoziale; saper definire le poste in gioco; migliorare le proprie capacità negoziali; gestire l'autocontrollo nelle situazioni di stress e conflittualità; affermare la credibilità dell'offerta.	
Destinatari: imprenditori, dirigenti, ruoli commerciali di acquisto e vendita	
Metodologie: analisi di esempi e casi, esercizi pratici e simulazioni	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• analisi della situazione negoziale e identificazione delle parti• negoziazioni multiple e definizione dei ruoli• definizione delle aspettative relazionali• centralità degli obiettivi economici (marginalità)• valorizzazione dei propri argomenti• gestione delle obiezioni: sapere rispondere, sapere prevenire, sapere avanzarle• giochi psicologici, pressing, tecniche di forzatura e rilancio• le fasi della trattativa• l'ascolto attivo, la riformulazione e il processo di conclusione• le situazioni di rischio e la gestione dei conflitti• criteri di validità dei contratti commerciali, adempimenti, clausole, garanzie	

La relazione con il cliente nel servizio post-vendita

<p>Durata: 12 hh</p>	
<p>Prerequisito: nessuno</p>	
<p>Obiettivi: avere padronanza delle chiavi dell'assistenza post vendita; comprendere l'importanza del servizio nella relazione con il cliente per l'immagine dell'azienda; sviluppare le competenze di cultura commerciale relazionale; gestire le situazioni di conflitto; valorizzare il servizio post vendita per ottimizzare la customer satisfaction, fidelizzare il cliente e facilitare le opportunità di cross selling</p>	
<p>Destinatari: Rivolto a servizi post vendita front office – addetti all'assistenza clienti - personale tecnico e installatori – chiunque si trovi a gestire una relazione con la clientela dopo il processo di acquisto</p>	
<p>Descrizione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • perché si perde un cliente - competenze tecniche e attitudini relazionali per il profilo professionale del tecnico di assistenza post vendita - comportamenti e motivazioni del cliente - customer satisfaction e fidelizzazione • la conduzione del colloquio - l'accoglienza e l'instaurazione di un clima di fiducia la gestione degli spazi (prossemica) – tecniche di comunicazione verbale e non verbale - ascolto passivo e ascolto attivo - le tecniche di riformulazione (comprensione delle aspettative) le tecniche di domanda (analisi delle aspettative) – le tecniche argomentative (presentare una soluzione) • il controllo del colloquio - gestire le obiezioni -spiegare e giustificare con l'assertività - sapere gestire le situazioni difficili - difendere l'azienda - rendere visibile il servizio - presentare il prezzo e spiegare la fattura - spiegare e insegnare al cliente il funzionamento del prodotto • la gestione delle chiamate telefoniche - linguaggio verbale e paraverbale - il vocabolario della lingua parlata - l'uso del vocabolario e dei modi di dire positivi per valorizzare l'immagine aziendale - gestione dei reclami e litigi telefonico - la proposta di soluzioni 	

La vendita in negozio

Durata: 1-2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: sapere preparare l'accoglienza della clientela e metterla a proprio agio saper applicare le tecniche di ascolto attivo conoscere e controllare le fasi della vendita personale argomentare con efficacia e saper prevenire e rispondere alle obiezioni costruire relazioni positive con i clienti in previsione di una loro fidelizzazione	
Destinatari: nuovi gestori e responsabili di punto di vendita, addetti alle vendite junior e senior	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, simulazioni guidate	
Descrizione: Rivolto in prima battuta a figure professionali nuove ad esperienze di vendita in negozio, il corso offre anche a professionisti esperti l'opportunità di approfondire alcune problematiche relative alla gestione del cliente all'interno del punto di vendita. Vendere in negozio è vendere l'immagine del negozio	
<ul style="list-style-type: none">• le fasi della vendita in negozio: strutturiamo le vendite• accogliamo il cliente: 10 punti chiave• ascoltiamo il cliente: ascolto attivo e tecnica delle domande• cliente e venditore: tipologie a confronto• sappiamo argomentare!• le obiezioni: come rispondere a quelle classiche e a quelle più sottili• esistono i clienti difficili?• vendiamo anche il prezzo• chiusura della relazione con il cliente: verso la fidelizzazione	



La vendita nei punti vendita del Lusso

Durata: 1 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: valorizzare la presentazione dei prodotti/servizi per ottimizzare l'immagine; acquistare atteggiamenti e tecniche di comunicazione efficaci nella vendita dei prodotti di lusso; conoscere la clientela per costruire relazioni costruite "su misura"	
Descrizione:	
<ul style="list-style-type: none">• offrire un'accoglienza di qualità - ottimizzare l'immagine del punto di vendita: i punti di forza dell'ambiente, gli atteggiamenti positivi, il senso del servizio• creare una relazione di fiducia con il cliente - personalizzare il contatto - identificare il profilo del cliente – impostare un'appropriata comunicazione interculturale• la conduzione del colloquio di vendita - scoprire l'universo del cliente (bisogni, motivazioni, comportamento) con: l'ascolto attivo , l'empatia, l'arte di fare domande e l'argomentazione efficace - valorizzare prodotti e clienti• la fidelizzazione della clientela	

La vendita per non venditori

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno particolare	
Obiettivi: adottare una logica commerciale assertiva; verificare e superare i pregiudizi riguardo alle attività di vendita; distinguere le fasi del colloquio di vendita; argomentare e presentare un'offerta commerciale strutturata e dinamica.	
Destinatari: persone interessate ad affrontare le problematiche commerciali o da avviare a funzioni di vendita	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi, role playing	
Descrizione: <p>Il corso si propone di ampliare le proprie conoscenze sulle problematiche della vendita, sulle tecniche e sui metodi. Mira inoltre a far comprendere gli atteggiamenti e i comportamenti dei professionisti della vendita.</p> <ul style="list-style-type: none">• caratteristiche della vendita e dei venditori• il primo contatto: come presentarsi ed impostare il colloquio di vendita• l'ascolto attivo e la decodifica del comportamento del cliente• la scoperta dei bisogni latenti• come superare il timore delle obiezioni• suscitare interesse, stimolare l'attenzione, sviluppare le argomentazioni• gestire una presentazione commerciale	

La vendita promozionale

Durata: 2-4 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: inquadrare il concetto di promozione nell'ambito del mix operativo; acquisire tecniche per rendere efficaci le azioni promozionali; analizzare il feedback e valutare i risultati.	
Destinatari: ruoli commerciali di vendita di prodotti e/o servizi, responsabili di punti di vendita e loro reparti	
Metodologie: analisi di esempi e casi, discussioni sulle buone pratiche aziendali	
Descrizione: <p>La promozionalità stimola il comportamento di acquisto dei target, facilitando la crescita della domanda. Il suo ruolo nelle politiche di vendita costituisce una leva determinante del marketing operativo. Gli investimenti in promozioni costituiscono ormai la quota maggiore dell'investimento aziendale in comunicazione.</p> <p>Il seminario propone i seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none">• vendita e promozioni: definizioni e ruolo nelle politiche commerciali• tecniche promozionali: tipologie• le strategie di vendita promozionale: lancio di nuovi prodotti/servizi, sollecitazione dei mercati, cross-selling, accelerazione delle rotazioni, ecc.• la campagna di vendita promozionale: programmazione, budget, supporti materiali, gestione operativa• aspetti normativi e vincoli legislativi• indicatori commerciali ed economici per l'analisi e la misurazione di costi e di redditività	

La vendita relazionale

Durata: 3 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: comprendere l'impatto della propria immagine per sapere adattarsi ad una situazione di vendita; approntare gli strumenti della parola in pubblico per essere a proprio agio ed essere persuasivi; sapere identificare i bisogni dei clienti per presentare loro i prodotti che corrispondono alle loro attese; sviluppare un argomentario convincente, promuovendo il proprio ruolo di consulente; mirare alla soddisfazione del cliente per poterlo fidelizzare; conoscere le tecniche di coaching e di comunicazione ispirate all'AT e alla PNL	
Destinatari: responsabili di punto di vendita, di agenzie, di esercizi pubblici – venditori - chiunque abbia relazioni commerciali in un punto di vendita	
Metodologie: esercitazioni pratiche - role playing - studio di casi e simulazioni (ogni esercitazione dà luogo ad un debriefing in cui il partecipante riflette sulle capacità sviluppate in aula) – interventi field con osservazione in altri punti di vendita	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• Conoscere se stessi - scoprire i propri limiti - definire la propria potenzialità di venditore - essere autentici sviluppando fiducia - l'impatto della propria immagine• Sviluppare il giusto atteggiamento per la vendita - l'ABC relazionale: comportamento verbale, non verbale, paraverbale – l'ascolto attivo e l'empatia – tecniche di comunicazione e stati dell'io• Scoprire il cliente - definire il cliente – tipologie di clientela - analisi dei bisogni e tecnica delle domande - le motivazioni di acquisto - le differenze culturali - l'asse di percezione predominante del cliente: visivo, uditivo, cinestesico. olfattivo, gustativo• Vendere e "con-vincere" – l'argomentazione – il convincimento – le obiezioni – sbloccare le situazioni difficili – le vendite complementari – sapere concludere• Fidelizzare – mantenere la relazione WIN/WIN - impostare una strategia di fidelizzazione - riflettere sui punti positivi e negativi di ogni vendita	

Non solo vetrine: tecniche di visual merchandising nel punto di vendita

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: ottimizzare il rapporto tra dati quantitativi (l'efficienza economica) e dati qualitativi (l'efficacia ambientale) nel merchandising del punto vendita; entrare in empatia con la clientela impostando un clima ambientale tale da facilitare la relazione; riconoscere e sapere applicare i fondamentali della gestione dello spazio espositivo: display e special display, effetti massa/isolamento, sequenze ecc.	
Destinatari: imprenditori commerciali, responsabili di punti di vendita, operatori e addetti alle vendite	
Metodologie: lezioni frontali, esercitazioni di gruppo e simulazioni analitiche sulla base delle realtà aziendali dei partecipanti	
Descrizione: <p>Il Merchandising e le tecniche di vendita basate sull'esposizione dei prodotti hanno trovato le loro maggiori applicazioni nella Grande Distribuzione. Sapere utilizzare la risorsa spazio con una logica "industriale" ha costituito uno dei punti di forza di super e ipermercati, in termini sia di impatto commerciale sul mercato, sia di efficienza gestionale.</p> <p>Il corso si propone di ripercorrere, assieme a gestori e responsabili di piccoli e medi punti di vendita, le soluzioni empiriche che possono essere apportate nelle loro strutture dall'applicazione delle tecniche di visual merchandising già sperimentate nelle superfici maggiori, sottolineandone le componenti commerciali, ma anche quelle psicologiche.</p> <ul style="list-style-type: none">• comportamenti di acquisto – le esperienze di shopping – emozioni e motivazioni – l'acquisto di impulso• le categorie di prodotto – assortimenti e politiche assorti mentali – prodotto, qualità, prezzo• lo spazio espositivo – lineare e attrezzature, lay-out, display – le tecniche di vendita visiva e di promozionalità• ambientazione, stile del negozio, relazione emozionale con il cliente• la grammatica del visual merchandising in vetrina e in area di vendita	

Organizzare eventi commerciali (manifestazioni promozionali, meeting, fiere)

Durata: 2-4 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: definire i criteri qualitativi dell'evento che assicurino efficacia per l'intera organizzazione; gestire tutte le fasi caratterizzanti gli eventi, dalla progettazione alla realizzazione; definire ruoli e responsabilità; coinvolgere l'organizzazione interessata.	
Destinatari: responsabili e operatori Marketing, commerciali, responsabili di comunicazione aziendale e pubbliche relazioni, chiunque nelle organizzazioni sia coinvolto in manifestazioni di pubbliche relazioni	
Metodologie: analisi di esempi e casi, discussioni sulle buone pratiche aziendali	
Descrizione: Gestire un evento di carattere commerciale (manifestazioni promozionali, meeting, presentazioni, fiere ecc.) comporta aspetti di carattere organizzativo, aspetti commerciali e, non ultima, l'attuazione di una comunicazione adeguata. Il corso in forma seminariale affronta i seguenti argomenti: <ul style="list-style-type: none">• tipologie di eventi e caratteristiche• definizione degli obiettivi dell'evento• gli attori dell'evento: personale interno, consulenti, esperti, ospiti• pianificare l'evento: il planning e i budget preventivi• i canali organizzativi: gestire l'evento "in casa" o appalto esterno?• la comunicazione dell'evento: contenuti, media, promozione• le relazioni pubbliche: prima, durante, dopo• la gestione operativa: preparazione materiale, allestimento, divisione dei compiti ed aspetti organizzativi• monitoraggio, valutazione dei feedback, bilancio finale	

Progettare e controllare la pianificazione commerciale

Durata: 1 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: distinguere, analizzare e valutare le fasi di programmazione e le fasi di controllo; decidere obiettivi e scelte prioritarie in coerenza con la politica aziendale; attuare procedure di controllo	
Destinatari: quadri aziendali e responsabili di settore nelle PMI	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi	
Descrizione: <p>Il corso si propone di fornire gli strumenti per la programmazione ed il controllo delle politiche commerciali da attuare nelle aziende. Si propone inoltre di analizzare e valutare i consuntivi, evidenziando gli scostamenti verificati rispetto agli obiettivi, ed individuandone le cause. In tal modo si potranno approntare opportune azioni di correzione del piano stesso.</p> <ul style="list-style-type: none">• le fasi della pianificazione• gli obiettivi: definizioni e priorità• piano generale aziendale e piani particolari di settore• indicatori e metodi per il controllo• presentazione del piano in azienda: coinvolgimento, ruoli e responsabilità	

Programmare la gestione delle vendite

Durata: 12 hh	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: facilitare la gestione delle vendite fissandone gli obiettivi; fornire gli strumenti per agevolare la programmazione commerciale; adattare la logica previsionale del controllo di gestione delle vendite alla realtà aziendale	
Destinatari: responsabili commerciali di piccole imprese di produzione e distribuzione che intendono introdurre i principi di base per una metodologia di previsione e di pianificazione	
Descrizione: <ul style="list-style-type: none">• la previsione delle vendite - gli obiettivi commerciali del piano delle vendite e il contesto di mercato - come fare le previsioni: orientamento storico e orientamento per cliente – dalle previsioni ai risultati attraverso il processo di vendita• strumenti tecnici - gli indicatori di base (analisi abc, redemption, break even, visite, indici di efficienza, valutazione dei cicli di vita dei prodotti/servizi, ecc.)• costruzione del piano di vendita - esempi di piani vendita basati sulla realtà dei partecipanti• la programmazione e il controllo dell'attività - costruzione dei piani di azione: cosa controllare e come - quali informazioni necessarie - il controllo dei piani di azioni: quando e come gestirli – esempi di piani di azione basati sulla realtà dei partecipanti• il controllo delle vendite - l'attività di supervisione – la rilevazione dei dati - la gestione degli output – gestire i dati - riprogrammare gli obiettivi e le azioni sulla base dei risultati	

Recuperare il cliente perduto

Durata: 2-3 gg	
Prerequisito: conoscenza di base delle tecniche di vendita	
Obiettivi: analizzare il portafoglio clienti inattivi; individuare le cause di disaffezione o abbandono; creare ipotesi di ripresa dell'azione commerciale; predisporre una strategia di rilancio e costruire un nuovo posizionamento della propria offerta; impostare tattiche e modalità di contatto.	
Destinatari: commerciali, venditori, personale di front line, addetti di funzioni al contatto anche occasionale con la clientela	
Metodologie: lezione frontale, proposte di esempi e casi, esercizi di autodiagnosi e simulazioni	
Descrizione: La "riconquista" di un cliente che si è perduto deve avviarsi con l'analisi del perché sono avvenuti l'allentamento o l'interruzione delle relazioni commerciali. Fatta questa analisi, occorrerà poter presentare al cliente nuovi obiettivi di collaborazione. Il corso propone di lavorare attorno a questi obiettivi, costruendo un nuovo posizionamento dell'offerta commerciale, a partire da una ripresa efficace del contatto con il cliente. <ul style="list-style-type: none">• il cliente infedele: rapporti con l'azienda, rapporti interpersonali• le motivazioni oggettive e razionali dell'allontanamento• le motivazioni soggettive ed emozionali dell'allontanamento• empatia e ascolto attivo per comprendere le motivazioni del cliente• il rilancio della relazione: dal contatto alla proposta	

Store Management

Durata: 2-5 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: applicare alla gestione del punto di vendita una logica basata sulla preventivazione e l'organizzazione; acquisire strumenti e metodi di carattere pratico;	
Destinatari: imprenditori, gestori di punti di vendita, responsabili di reparti, persone che devono aprire o rilevare un punto di vendita	
Metodologie: lezione frontale, discussione di esempi e casi	
Descrizione: <p>Il corso vuole abbracciare i principali aspetti gestionali che riguardano il punto di vendita.</p> <ul style="list-style-type: none">• Il punto vendita e il suo mercato: i clienti, la concorrenza, i fornitori• le risorse interne del punto di vendita• il posizionamento commerciale del punto di vendita• la strategia commerciale, gli assortimenti, i prezzi• marketing operativo, retailing mix e merchandising• il conto economico e la gestione budgetaria• i processi operativi relativi alla gestione delle merci, delle aree di vendita, dei clienti• l'organizzazione del lavoro e le produttività• il cruscotto gestionale (tableau de bord) e gli indicatori• la qualità del servizio	

Tecniche di vendita nel pubblico esercizio

Durata: 2 gg	
Prerequisito: nessuno	
Obiettivi: saper individuare le caratteristiche della domanda di servizio in evoluzione; conciliare le aspettative della clientela con il prodotto/servizio in termini di qualità: servizio percepito, servizio erogato; comprendere e ottimizzare le componenti del servizio offerto in modo da aumentare la propria visibilità; conoscere e applicare gli strumenti finalizzati alla fidelizzazione della clientela	
Metodologie: lezioni frontali, esercitazioni di gruppo e simulazioni analitiche sulla base delle realtà aziendali dei partecipanti	
Descrizione: <p>Il corso intende proporre ai responsabili della gestione e agli operatori di aziende di servizio, in particolare di ristorazione e intrattenimento, ma non solo, l'utilizzo di pratiche di Marketing per il miglioramento delle strategie di offerta e di comunicazione delle loro realtà.</p> <ul style="list-style-type: none">• il cliente: <i>prosumer</i> e consumatore in tempo di crisi• strategie di posizionamento• tecniche di benchmarking• il prodotto/servizio e il suo ciclo di vita• le leve del marketing mix: l'offerta, gli spazi, il prezzo, l'assistenza e la comunicazione• centralità del cliente, customer satisfaction, ECR e CRM• comunicazione efficace e web marketing	



POLYMATHES Cooperativa del Sapere r.l.

Servizi Professionali e corsi di Formazione

Strumenti

Metodologia Arcipelago® - modulo di autovalutazione

Nome Azienda _____

Nome persona _____ data ____/____/____

Autovalutazione		
Area	Atteggiamento	Livello attuale
A. Verso l'esterno	1. Assertività	☆☆☆☆☆
	2. Argomentazione	☆☆☆☆☆
	3. Negoziazione	☆☆☆☆☆
	4. Leadership	☆☆☆☆☆
	5. Problem Solving	☆☆☆☆☆
	6. Decision Making	☆☆☆☆☆
B. Dall'esterno	1. Cooperatività	☆☆☆☆☆
	2. Membership/Workgroup	☆☆☆☆☆
	3. Adattabilità/Flessibilità	☆☆☆☆☆
	4. Ascolto	☆☆☆☆☆
	5. Resilienza	☆☆☆☆☆
	6. Apertura al cambiamento	☆☆☆☆☆
C. Su se stessi	1. Introspezione	☆☆☆☆☆
	2. Determinazione	☆☆☆☆☆
	3. Obiettività	☆☆☆☆☆
	4. Creatività/Innovatività	☆☆☆☆☆
	5. Efficacia	☆☆☆☆☆
	6. Efficienza	☆☆☆☆☆

NB: Fare sempre riferimento alla tassonomia per la descrizione dei singoli atteggiamenti.

ATTENZIONE:

1. Si devono assegnare **in totale 20 "stelline" per ciascuna sezione A – B – C**;
2. Non si possono indicare due "atteggiamenti" della medesima sezione (ABC) con lo stesso voto.

Metodologia Arcipelago[®] - rilevazione fabbisogno

Nome Azienda _____

Nome compilatore _____ data ____/____/____

Definizione del gruppo _____

Nr componenti _____

Fabbisogno

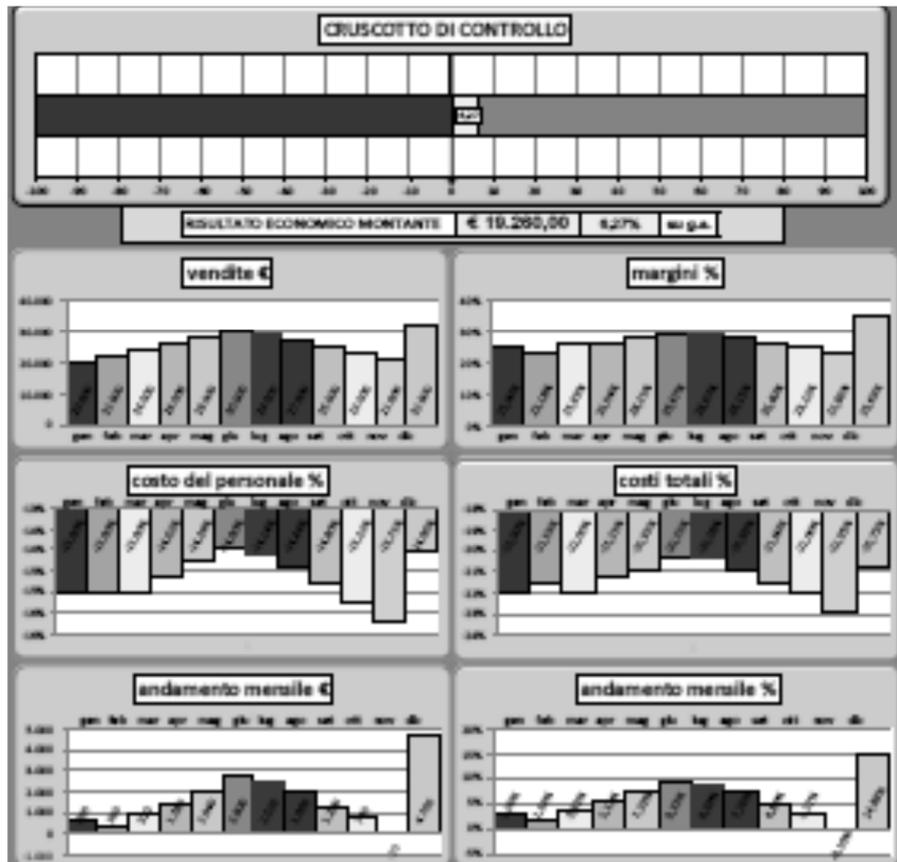
Area	Atteggiamento	Livello Attuale	Livello desiderato
Verso l'esterno	Assertività	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Argomentazione	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Negoziazione	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Leadership	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Problem Solving	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Decision Making	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
Dall'esterno	Cooperatività	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Membership/Workgroup	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Adattabilità/Flessibilità	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Ascolto	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Resilienza	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Apertura al cambiamento	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
Su se stessi	Introspezione	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Determinazione	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Obiettività	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Creatività/Innovatività	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Efficacia	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆
	Efficienza	☆☆☆☆☆	☆☆☆☆☆

NB: Fare sempre riferimento alla tassonomia per la descrizione dei singoli atteggiamenti. Esprimere il livello barrando il valore "attuale" che si ritiene espresso dal gruppo e il valore "desiderato" che si vorrebbe raggiungere.

Per il valore attuale fare riferimento alla "moda" escludendo, quindi, un valore "medio" che potrebbe essere influenzato da casi singoli particolari che dovranno essere valutati separatamente, sia in senso positivo che negativo.

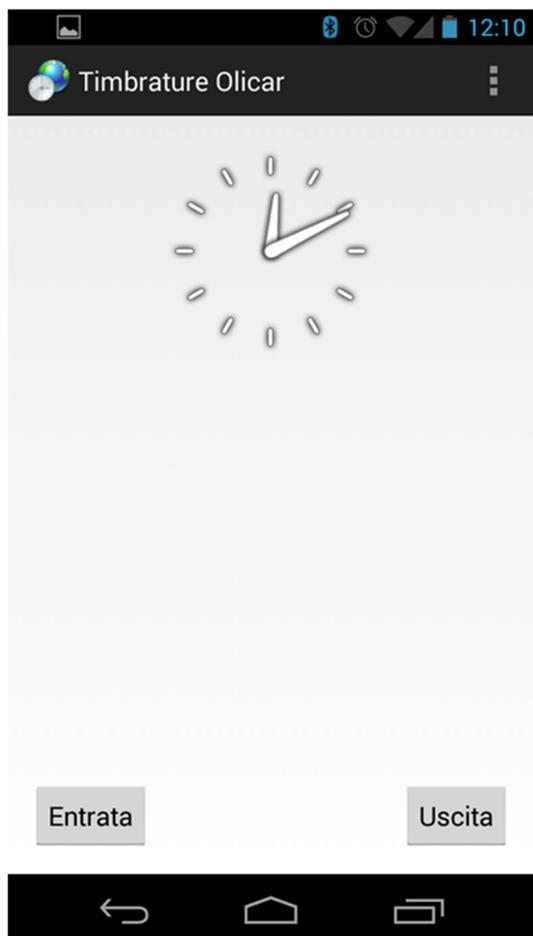
Cruscotto di controllo

Si tratta di uno strumento software abbinato ad una attività di consulenza e formazione destinato ai responsabili aziendali per avere l'immediata sensazione dei macro-dati aziendali a video, al fine di poter rappresentare, sinteticamente, l'andamento aziendale.



Rilevazione Timbrature orari di lavoro tramite Android

Grazie alle potenzialità oggi fornite dagli Smartphone e dai Tablet Android è possibile gestire una marcatura temporale anche se si è fuori sede.



Tramite una semplice App è sufficiente avere connettività Internet per poter segnalare all'ufficio personale gli orari di entrata uscita da i propri turni.

All'avvio dell'applicazione apparirà la schermata con un orologio in alto che segnala l'ora del telefono (a livello indicativo) in quanto l'orario validò sarà ripreso attraverso server in Internet

e due bottoni in basso utili a fare tutto il lavoro di segnalazione marcatura di Entrata e di Uscita

Un'interfaccia scarna e semplice, sviluppata per essere utilizzata anche da personale che non ha dimestichezza nell'utilizzo di strumenti tecnologici.

La ricezione e validazione delle timbrature avviene in tempo reale sui server dell'azienda, in grado quindi di verificare l'inizio e la fine di interventi e attività fuori sede.



Servizio ZEROSPRECHI

Il tempo è un bene prezioso, che per un imprenditore è fondamentale utilizzare ed ottimizzare nel migliore dei modi.

La Polymathes ha sviluppato una serie di servizi per i propri clienti, finalizzati ad affiancare l'imprenditore con l'eccellenza di diversi professionisti per gestire alcuni dei principali costi aziendali, attraverso un unico interlocutore, incrementando, così, la redditività del rapporto.

Il servizio "Zerosprechi" nasce con questo principio: ottimizzare tutti quei costi gestibili da professionisti di onorata esperienza, così da poter presentare un resoconto dove, utilizzando un vecchio detto tipicamente fiorentino, "è la somma che fa il totale".

Tutto questo cercando, addirittura, di poter migliorare la qualità dei servizi a costo zero:

no risparmio = no costo.

La gamma dei servizi da poter analizzare spazia dai più banali (come le utenze), all'analisi dei costi relativi alla mobilità, alla gestione dei conti correnti, agli adempimenti, ampliando tutti i giorni, su sollecito di professionisti interessati ad apportare novità e degli imprenditori stessi, l'elenco di ciò che possiamo mettere a disposizione.