

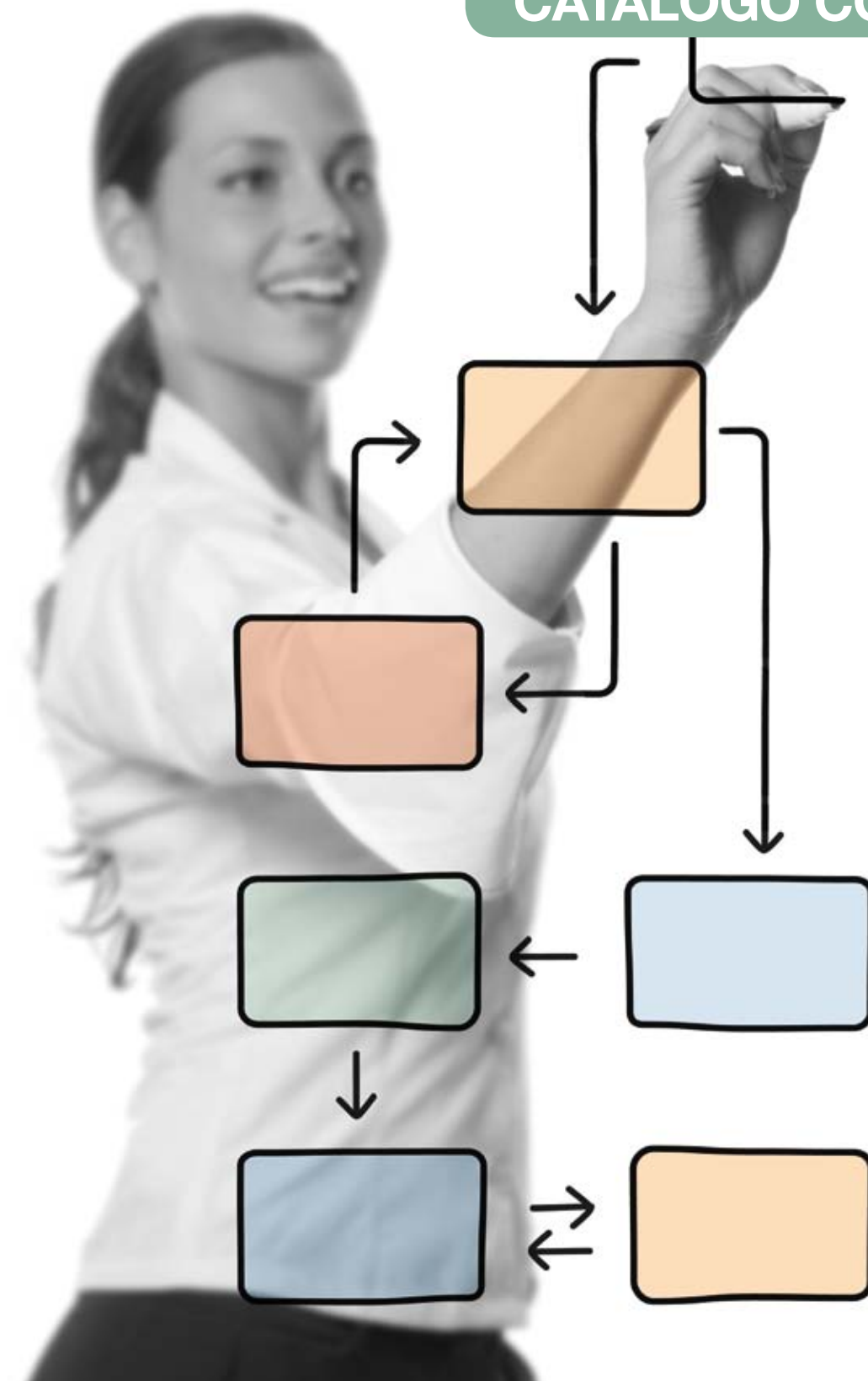
# La qualità delle tue risorse: Manpower Formazione

*Perchè lo sviluppo continuo delle competenze  
è il motore dell'economia e della conoscenza*

*Perchè il confronto e lo scambio di esperienze  
in un'aula allarga i confini del nostro mondo*

*Perchè le risorse formate sono promotrici  
del cambiamento*

## CATALOGO CORSI



Manpower®

Via Rossini, 6/8  
20122 Milano  
Tel. 02 230031

www.manpower.it

Azienda con  
Sistema Gestione Qualità  
Certificato UNI EN ISO 9001:2008



Manpower®



Manpower®

# Manpower Formazione

**La formazione non è mai un insieme di nozioni ma è il risultato di un piano organico, strutturato e solido per “dare la giusta forma” ai propri dipendenti.**

**Oggi un'azienda può acquistare diverse modalità di formazione ma la differenza tra un costo e un investimento sta nella capacità del fornitore nel comprendere il vero fabbisogno formativo.**

**Manpower Formazione** parte dall'accurata conoscenza delle dinamiche all'interno dell'azienda per far scegliere al cliente, nell'ambito di una gamma completa di corsi, quelli più adatti ad aggiornare e approfondire le performance e le capacità dei collaboratori.

**Corsi che rendono la persona più consapevole del proprio ruolo, migliorando la sua capacità di lettura del contesto lavorativo e offrendo gli strumenti adeguati per proporre nuove soluzioni ai problemi quotidiani affrontati in azienda.**

**La conoscenza di Manpower Formazione dei principali strumenti di finanziamento permette infine l'elaborazione di un piano formativo più efficiente anche in termini di ritorno sull'investimento.**

**Manpower Formazione opera su tutto il territorio nazionale, con una rete di 45 Account di Formazione che collaborano con le 400 filiali Manpower per offrire servizi alle aziende che siano di concreto supporto al loro successo sul mercato.**

# Training is Inspiration

**Formazione In House** - corsi erogati in esclusiva per i singoli clienti, tratti dal catalogo e personalizzati sulla base delle esigenze specifiche oppure progettati su temi e aree non presenti a catalogo.

**Formazione Obbligatoria** - corsi che permettono alle aziende di rispettare le normative vigenti in materia di Sicurezza.

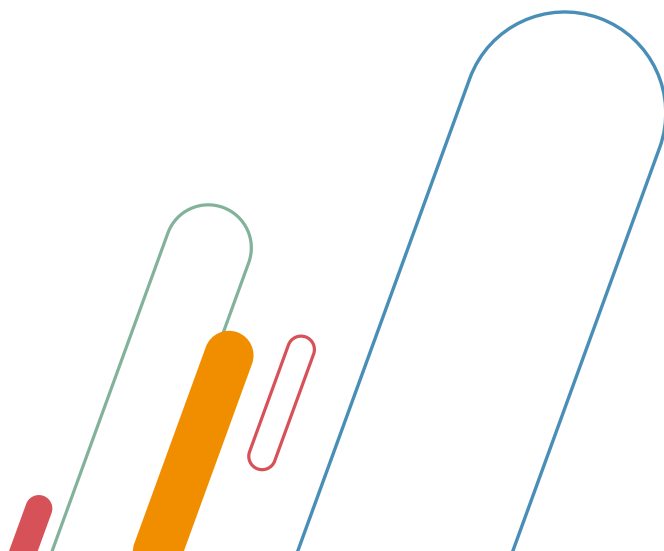
**Formazione Interaziendale** - corsi obbligatori e corsi tratti dal catalogo per aggiornare e approfondire le competenze dei partecipanti e migliorarne le performance e la capacità di integrarsi al meglio in azienda.

**Formazione Manageriale** - corsi basati sul principio *experience and learning*, svolti in ambienti diversi dall'aula, che consentono e consolidano l'apprendimento attraverso la razionalizzazione delle esperienze vissute.

**Formazione Finanziata** - un team di specialisti dedicato, che offre alle aziende una preziosa consulenza sull'utilizzo e la gestione dei Fondi Paritetici Interprofessionali.

Un altro team, specializzato nella gestione dei fondi Forma.Temp, supporta le aziende nella formazione dei lavoratori temporanei.

**Formazione Incentive** - Coach e Atleti che, nel corso di meeting e convention aziendali, trasferiscono la loro esperienza e suggeriscono strategie ed energie cooperative per vincere nello sport come nel business.



# Indice Catalogo

## VENDITE

• Vendere di più	PAG.	4
• Pianificare l'attività commerciale	»	5
• Sviluppare e gestire una Rete di Vendita	»	6
• Difendere il Prezzo	»	7
• Accrescere le vendite all'interno del Punto Vendita	»	8
• Da Tecnico a Tecnico Commerciale	»	9
• Comunicare al Telefono	»	10
• La Negoziazione	»	11
• Sales Coach	»	12
• La Relazione con il Cliente	»	13

## PRODUZIONE, LOGISTICA E ACQUISTI

• La gestione della Produzione	PAG.	14
• Tempi e Metodi nel ciclo di Produzione	»	15
• Introduzione alla Lean Production	»	16
• La Qualità	»	17
• La gestione degli Acquisti per ridurre i costi	»	18
• La gestione del Magazzino	»	19

## RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE

• Il Colloquio di Selezione	PAG.	20
• Il Processo di Selezione	»	21
• Talent Scout Assessment	»	22
• La valutazione del Potenziale	»	23
• La valutazione delle Prestazioni	»	24

I **Docenti** sono professionisti senior della consulenza, che coniugano una pluriennale esperienza lavorativa in numerosi contesti aziendali con gli approfondimenti e il rigore tipici dei ricercatori, per offrire ai partecipanti conoscenze e strumenti concreti, utili e immediatamente operativi.

I corsi sono di breve durata, uno o due giorni, progettati per gruppi composti da un massimo di 12 partecipanti, per garantirne la piena efficacia didattica.

Alla fine di ogni corso viene rilasciato un **Manpower Tool**, uno strumento utile ed efficace, per applicare nel proprio contesto lavorativo quanto appreso in aula.

## SVILUPPO MANAGERIALE

• Migliorare le abilità di Comunicazione	PAG.	25
• Parlare in Pubblico	»	26
• Gestire i Collaboratori	»	27
• La Leadership	»	28
• Team Working	»	29
• Il Coaching	»	30
• Gestire il Tempo	»	31
• Accrescere la produttività individuale	»	32
• Risolvere i Problemi	»	33
• Introduzione al Project Management	»	34
• Change Management	»	35
• Train the trainer	»	36
• Apprendimento Organizzativo	»	37
• Lettura e Apprendimento rapidi	»	38
• Gestione delle Riunioni	»	39
• Team Building	»	40
• Accrescere l'Intelligenza Emotiva	»	41

## AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

• Finanza per non specialisti	PAG.	42
• Il processo di Budgeting	»	43
• Metodologie di Costing	»	44
• Break-Even Point: determinazione e analisi	»	45
• Elementi di Bilancio	»	46

## LINGUE STRANIERE

• Cross Cultural Negotiation Skills	PAG.	47
• International Management Skills	»	48
• International Leadership Skills	»	49
• Comunicare con il Mondo	»	50

## INFORMATICA

• Connettersi con il Mondo	PAG.	51
• Corporate 2.0	»	52

Consulta il Calendario allegato per verificare i corsi erogati in modalità interaziendale e le sedi di erogazione.

## VENDITE

## Vendere di più

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Fornire ai partecipanti gli strumenti e le tecniche per migliorare l'efficacia della propria azione di vendita. Il corso si propone di offrire una "rilettura", in sequenza, delle varie fasi del processo di vendita (la preparazione della visita, l'approccio, la raccolta di informazioni, la costruzione dell'argomentazione di vendita, la gestione delle obiezioni, la negoziazione, la chiusura e il post-vendita) e di fornire, per ogni singola fase, spunti operativi di miglioramento.

## Destinatari

Venditori, Agenti diretti e indiretti, Key Account, Responsabili Commerciali e, in generale, chiunque abbia rapporti commerciali diretti con i clienti. La partecipazione è utile anche a coloro che, pur non trattando direttamente (se non occasionalmente) con il cliente, hanno la responsabilità di un'organizzazione di vendita.

## Contenuti

**Mercati e processi d'acquisto e di vendita**

- Cliente e Venditore: il processo d'acquisto e di vendita
- Le persone coinvolte nel processo d'acquisto
- Lo scambio prezzo-valore

**Preparazione delle visite**

- Le fasi del colloquio di vendita
- Fissare gli appuntamenti
- La preparazione pre-visita
- Gli strumenti necessari alla vendita

**Colloquio di vendita**

- Il primo approccio con il cliente
- L'intervista
  - quali informazioni e come ottenerle
  - la tipologia e la sequenza di domande
- La presentazione efficace dell'offerta
- MANPOWER TOOL: l'argomentario di vendita (C.V.B.)
- La dimostrazione
- La gestione delle obiezioni
  - obiezioni vere e obiezioni false
  - tecniche efficaci per superare le obiezioni
- I modi efficaci di presentazione del prezzo
- La negoziazione
- La chiusura

**Post vendita e controllo**

- La gestione del post vendita
- Il controllo dell'attività di post vendita

## Didattica

Il corso utilizza tecniche d'aula che consentono sia l'approfondimento teorico che il coinvolgimento diretto dei partecipanti attraverso esercitazioni pratiche. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) che risulta essere di grande efficacia nella costruzione dell'argomentazione di vendita.

## VENDITE

## Pianificare l'attività commerciale

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Trasferire ai partecipanti le conoscenze fondamentali per organizzare e gestire con efficacia il territorio di vendita di loro responsabilità. Saper individuare i clienti importanti da seguire, dedicando loro maggior tempo ed evitando visite inutili o poco efficaci. Scegliere i clienti potenziali da visitare e le attività indispensabili per conquistarli. Saper programmare le visite e gestire al meglio il proprio tempo.

## Destinatari

Venditori, Agenti, Account, Responsabili commerciali e, in generale, chiunque gestisca un'area di vendita e/o un parco clienti da sviluppare.

## Contenuti

**Conoscere e programmare il proprio tempo**

- L'analisi del tempo e delle attività
- Attività di vendita/Attività "non di vendita"
- Il calcolo delle visite anno disponibili

**Conoscere la propria area: il marketing locale**

- Il potenziale del proprio territorio di vendita
- La classificazione dei clienti per segmento/mercato
- La classificazione dei clienti potenziali
- La ricerca dei prospect
- Il posizionamento dei concorrenti
- MANPOWER TOOL: un metodo per la ripartizione delle visite sul portafoglio clienti

**Conoscere le proprie risorse**

- La conoscenza commerciale dei propri prodotti/servizi
- L'organizzazione commerciale: con chi fare squadra
- L'autoanalisi dei propri punti forti/deboli e le strategie di miglioramento

**Pianificazione e controllo**

- La pianificazione dell'attività di vendita
- Gli indici di controllo: costo medio visita, fatturato medio visita
- Il piano di vendita: forecast, programma mensile, piano giornaliero
- La gestione degli imprevisti

## Didattica

Il corso utilizza tecniche d'aula che consentono sia l'approfondimento teorico che la sperimentazione diretta dei partecipanti attraverso esercitazioni pratiche.

Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento concreto (MANPOWER TOOL) per il miglioramento dell'efficacia nella pianificazione delle visite e nella gestione del tempo.

## VENDITE

## Sviluppare e gestire una Rete di Vendita

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Fornire ai partecipanti sia i principali criteri per la progettazione e la creazione di una rete di vendita che le modalità di gestione operativa dell'organizzazione di vendita.

Trasferire gli strumenti di base per la selezione, la gestione, il coordinamento, la motivazione e il controllo dell'organizzazione di vendita nel suo insieme.

## Destinatari

Responsabili Commerciali, Capi Area, Direttori Vendite e, in generale, chiunque in Azienda abbia la responsabilità del raggiungimento di obiettivi commerciali attraverso il coordinamento di una rete di vendita diretta o indiretta. La partecipazione risulta, inoltre, particolarmente utile anche a coloro che hanno responsabilità diretta di business (Imprenditori e/o Amministratori di piccole/medie Imprese) che, pur non avendo un'organizzazione di vendita articolata, hanno la necessità di presidiare direttamente i processi commerciali.

## Contenuti

**Analisi del mercato e del territorio**

- Il potenziale di mercato
  - conoscere il potenziale del mercato
  - l'indice di opportunità e la sua costruzione
  - gli indicatori e le variabili dell'indice di opportunità
- Il posizionamento competitivo
- La classificazione dei clienti e la curva di Pareto
  - la matrice fatturato/potenziale
  - la matrice potenziale/probabilità
- La gestione del portfolio prodotti
- I criteri per progettare la rete di vendita

**Budget delle vendite e ripartizione per zone**

- Riclassificare le zone
- Definire e dettagliare gli obiettivi di vendita e l'inserimento di nuovi agenti/venditori
- Assegnare obiettivi per zona e realizzare un piano vendite
- Selezionare e inserire Responsabili vendite/distributori nelle zone scoperte

**Incentivazione e motivazione della rete**

- I sistemi di incentivazione
- Le gare di vendita
- Le modalità di intervento sulle performance negative
- Lo sviluppo e la motivazione del personale di vendita

**Sistema di controllo**

- Il sistema di gestione delle informazioni commerciali

## Didattica

Il corso prevede l'utilizzo di tecniche d'aula che consentono l'approfondimento teorico arricchito dal confronto tra docente (con la sua esperienza concreta di gestione di reti) e le singole realtà dei partecipanti. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) facilmente applicabile nelle diverse realtà commerciali e di grande utilità nella gestione del personale di vendita.

## VENDITE

## Difendere il Prezzo

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Apprendere l'uso della tecnica "Question Selling": il nuovo approccio alla vendita pensato per negoziazioni più efficaci. Modelli linguistici e domande mirate e potenti per condurre il cliente all'acquisto, difendere il prezzo e generare profittabilità.

## Destinatari

Addetti Commerciali, Venditori, Negoziatori, Direttori Commerciali, Direttori Vendite, Responsabili Commerciali, Agenti di Vendita, Consulenti Commerciali, Assicuratori, Promotori finanziari, Professionisti di ogni settore, Imprenditori.

## Contenuti

**Essere il miglior venditore del mondo!**

- L'importanza delle proprie convinzioni
- Per convincere occorre essere convinti
- Persuadere sé stessi
- Fare il "punto nave"
- Il metodo delle 3D per l'autopersuasione

**Tecniche di comunicazione persuasiva nella difesa del prezzo**

- Differenza tra Persuadere e Convincere
- La tecnica "sandwich": la persuasione inattaccabile
- Il Ricalco e Guida: "non vendere, far acquistare"
- Il comando incastrato
- La presupposizione
- Aneddoti e Metafore
- Il chiasmo
- Spalle al muro
- L'uso della voce nelle trattative
- Le 6 tattiche linguistiche per la gestione delle obiezioni
- Le domande che aiutano a chiudere una trattativa
- Applicazioni pratiche

**Mantenere alta la performance**

- Adottare lo schema pensiero "win or win"
- Le 6 aree di Automotivazione
- MANPOWER TOOL: l'autovalutazione per il monitoraggio delle capacità di comunicazione e persuasione

## Didattica

Il corso prevede l'utilizzo di tecniche d'aula che consentono l'approfondimento teorico tramite un ricco confronto tra docente e partecipanti sulla base di esperienze concrete. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) da utilizzare per il monitoraggio delle proprie capacità di comunicazione e persuasione.

## VENDITE

## Accrescere le vendite all'interno del Punto Vendita

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Il percorso si propone di definire le linee guida per valorizzare al massimo le potenzialità del Punto Vendita attraverso la "vendita visiva". Accrescere la consapevolezza dell'importanza dell'addetto alle vendite come leva di marketing strategica per aumentare la percezione di professionalità e attenzione al cliente dell'azienda. Migliorare le loro capacità relazionali per ottenere attenzione, disponibilità, informazioni e fiducia da parte del cliente, per differenziarsi dalla concorrenza e per accrescere la fidelizzazione.

## Destinatari

Addetti alle vendite, Store Manager, Responsabili di PdV e tutti coloro che operano all'interno del mondo Retail.

## Contenuti

- Il ruolo dell'addetto alle vendite di PdV per accrescere l'immagine di professionalità e la fidelizzazione dei clienti
- La vendita visiva e il comportamento del cliente
- Analisi del layout, del percorso interno e della vetrina e i parametri che determinano le scelte relative al layout e al display
- La comunicazione all'interno del PdV e il posizionamento di gondole e totem promozionali
- Esposizione orizzontale e verticale, individuazione dei "punti caldi" e valorizzazione dei prodotti
- La presentazione e la valorizzazione delle promozioni
- La rotazione delle scorte
- Le aspettative dei clienti e la capacità dell'addetto alle vendite di soddisfarle e di superarle
- La vendita attiva: dalla reattività alla proattività sia nella relazione che nell'identificazione delle esigenze e richieste dei clienti
- La comunicazione come elemento distintivo per ottenere attenzione, disponibilità e fiducia dai clienti
- La gestione del reclamo come opportunità per accrescere la percezione di professionalità e attenzione dell'azienda al cliente

## Didattica

Il corso prevede l'utilizzo di tecniche d'aula che consentono l'approfondimento teorico tramite un ricco confronto tra docente e partecipanti sulla base di esperienze concrete. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) da utilizzare per il monitoraggio delle proprie capacità di comunicazione e persuasione.

## VENDITE

## Da Tecnico a Tecnico Commerciale

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Il percorso di formazione si propone di trasferire stili, comportamenti e approcci metodologici che accrescano la capacità di chi esegue un intervento tecnico di presentare e valorizzare efficacemente l'azienda, il servizio e le soluzioni proposte, di migliorare la capacità di coinvolgimento e di condivisione del cliente nella risoluzione del problema, nonché di sviluppare la capacità di gestire in modo adeguato richieste e obiezioni del cliente guidandolo nel ridimensionare correttamente le sue aspettative.

## Destinatari

Tecnici, ingegneri, geometri, manutentori e tutti coloro che svolgono interventi tecnici telefonicamente o di persona.

## Contenuti

- Il ruolo strategico del tecnico per accrescere la percezione di qualità del servizio offerto
- I livelli della comunicazione: verbale, non verbale, paraverbale
- Osservazione e ascolto del cliente
- La conquista dell'attenzione
- Sintesi, chiarezza e autorevolezza della comunicazione
- La fiducia del cliente come aspetto imprescindibile per ottenere adesione alle soluzioni proposte
- Superamento delle titubanze del cliente e dei tentativi di rinvio
- Assertività e gestione delle obiezioni
- Gestione strutturata del contatto
- Qualificazione del cliente
- Tecnica delle domande
- Partecipazione e coinvolgimento del cliente nello sviluppo del contatto
- L'efficace presentazione della soluzione offerta
- La gestione delle obiezioni
- Obiezioni reali e pretestuose
- La conclusione dell'incontro: ringraziamento e gratificazione del cliente

## Didattica

Il corso prevede l'utilizzo di tecniche d'aula che consentono l'approfondimento teorico tramite un ricco confronto tra docente e partecipanti sulla base di esperienze concrete. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) da utilizzare per il monitoraggio delle proprie capacità di comunicazione e persuasione.

## VENDITE

## Comunicare al Telefono

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Insegnare a “trasmettere”, tramite la comunicazione telefonica, cortesia, efficienza e professionalità, accreditando all'esterno un'immagine favorevole e dinamica dell'azienda.

Spiegare come trasformare ogni occasione di contatto telefonico con un interlocutore esterno in un momento di relazione utile, sapendo anche trovare le giuste parole in presenza di reclami e trasformando in positivo anche situazioni negative.

## Destinatari

Segretarie, Receptionist e Operatori telefonici, Addetti all'ufficio commerciale, Addetti al Servizio Assistenza Tecnica e “Cortesia” (numero verde). In senso più ampio, chiunque abbia importanti (per frequenza o rilevanza economica) occasioni di contatto telefonico con l'esterno.

## Contenuti

## Specificità del lavoro di front-line

- L'importanza del comportamento e i riflessi sull'immagine aziendale
- La qualità dei servizi aziendali e le cause di irritazione
- Le telefonate in entrata e in uscita: elementi comuni e differenze
- I presupposti per comunicare con successo al telefono
- Accreditarsi come interlocutore

## Efficacia al telefono

- Le 4 fasi IN Bound: ascoltare, domandare, comprendere, esporre
- Le 4 fasi OUT Bound: domandare, ascoltare, comprendere, esporre
- Le regole d'oro del buon ascoltatore
- Parole, Voce, Postura: i fattori che incidono sulla qualità della telefonata
- La cura degli aspetti vocali: sottolineature, tono, ritmo, pause
- Usare il linguaggio appropriato con le tecniche neurolinguistiche
- Fare e/o aggirare i “filtri”
- Saper capire l'esigenza del cliente e il significato delle sue richieste
- Gli accorgimenti utili e gli errori da evitare
- MANPOWER TOOL: script telefonici (copioni) utili per gestire telefonate commerciali e tabelle sintetiche per condurre tutte le telefonate
- Frasi e tattiche verbali da utilizzare nei momenti cruciali delle telefonate

## Gestione delle situazioni difficili

- Le diverse tipologie di interlocutori
- Saper mantenere un comportamento assertivo anche quando ci si sente in difficoltà
- Gestire il disaccordo mantenendo un rapporto aperto
- Affrontare i reclami in chiave positiva: valorizzare l'informazione, rispondere sul contenuto, ristabilire il rapporto

## Didattica

Il corso prevede la discussione di soluzioni pratiche per la gestione quotidiana del front-line e il governo di situazioni difficili. I partecipanti vengono coinvolti nell'ascolto di comunicazioni telefoniche e sono chiamati a discutere e interpretare gli esempi presentati, verificandone il livello di efficacia. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno specifico dispositivo di miglioramento (MANPOWER TOOL) che, tramite la rappresentazione schematica delle tecniche apprese, consente di gestire con prontezza i vari tipi di telefonate.

## VENDITE

## La Negoziazione

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Conoscere e applicare le tecniche negoziali corrette ad ogni tipo di situazione. Riconoscere e analizzare le situazioni negoziali e individuare i possibili accordi e le loro implicazioni per concludere con successo le negoziazioni. Imparare a valutare le controparti e gli aspetti emotivi per chiudere negoziati con reciproca soddisfazione. Riconoscere e modellare il proprio stile negoziale. Evitare gli errori più frequenti durante una negoziazione.

## Destinatari

Manager, Responsabili di Funzione, Consultant, Project Manager e Team Leader per i quali la negoziazione è una competenza fondamentale nell'attività quotidiana e nel raggiungimento degli obiettivi aziendali.

## Contenuti

- La definizione degli elementi chiave e degli obiettivi di una negoziazione
- L'analisi dei fattori che incidono sulla negoziazione
- Le situazioni negoziali e gli approcci più diffusi
- L'analisi del contesto negoziale
- Il ruolo del negoziatore
- Il ruolo della comunicazione per un ottimo negoziatore
  - sincronizzarsi con l'interlocutore sul piano verbale e non verbale
  - usare il linguaggio più adatto
  - riuscire ad ottenere le informazioni necessarie e conoscere i criteri negoziali dell'interlocutore: le domande giuste
- Prepararsi alla negoziazione: gli stili negoziali
  - autodiagnosi del proprio stile negoziale
  - riconoscimento e “uso” dello stile del proprio interlocutore
  - come integrare i vari stili negoziali per adattarsi all'interlocutore
- Il processo di negoziazione
- Prefigurare e progettare ipotesi di accordo
- Le strategie negoziali
  - le alternative strategiche
  - strategie, tecniche e tattiche negoziali
  - le fasi dell'impostazione di un incontro negoziale e la chiusura di un accordo di successo
- Le informazioni sugli interessi della controparte
- Le competenze personali dei negoziatori
- Gli aspetti emotivi delle negoziazioni

## Didattica

Il corso prevede l'utilizzo di tecniche d'aula che consentono l'approfondimento teorico arricchito dal confronto tra il docente e i partecipanti. Nel corso della giornata si alternano momenti di teoria alla sperimentazione pratica attraverso simulazioni attinenti le tipologie di negoziazione che coinvolgono più frequentemente i partecipanti. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) per la valutazione del proprio stile negoziale.

## VENDITE

## Sales Coach

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Sviluppare nei Responsabili della forza vendita le capacità di gestire, ottimizzare e potenziare azioni, comportamenti e stile dei propri collaboratori. Acquisire tecniche e metodi di coaching operativo finalizzato a creare e definire un approccio riconoscibile, da trasferire ai venditori, in termini di modalità e relazione con il cliente. Individuare insieme ai collaboratori criticità e aree di miglioramento da tradurre in cambiamento e sviluppo con il fine di ottimizzarne le performance di vendita in termini di fatturato.

## Destinatari

Floor manager, Responsabili forza vendita, Responsabili commerciali.

## Contenuti

- Essere Coach del proprio team
- Caratteristiche del rapporto di Coaching
- Vision e Focus del Coach
- Passare dal problema alla soluzione
- Come migliorare le performance dei propri venditori
- Responsabilizzare i propri collaboratori
- Le 3 "A": Anticipare, Allineare, Agire
- Il Coach 80/20
- Attività di Coaching individuale
- L'Action Learning Coach
- Il Self Coaching
- Come individuare nuove aree di performance
- Strategie di potenziamento commerciale
- Definizione del potenziale del cliente
- Il Time Coach: gestire il tempo e individuare le priorità
- Creazione, adozione e trasferimento di modalità operative virtuose
- Gestione ed empowerment di un team di venditori vincenti

## Didattica

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che permettono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) che consente di analizzare e monitorare il miglioramento delle performance commerciali della forza vendita.

## VENDITE

## La Relazione con il Cliente

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Migliorare le abilità comunicative e relazionali con il Cliente in ottica di Customer Care e Customer Satisfaction. Definire stili, metodologie e approcci finalizzati alla comprensione dei bisogni del Cliente, alla gestione dei reclami, all'ottimizzazione dei processi di accoglienza, ascolto e servizio. Sviluppare la capacità di customizzare l'approccio con le differenti tipologie di Cliente nelle loro caratterizzazioni sociali, culturali e psicologiche.

## Destinatari

Addetti vendita, Account commerciali e figure che si interfacciano con i clienti.

## Contenuti

## Comunicare con il Cliente

- Gestire la Comunicazione con il Cliente
- Importanza di contenuto, tono e gestualità
- Comunicazione a una e due vie
- Capire il cliente, anticipare il cliente
- Tecnica delle domande
- Capire il Cliente: l'arte di Ascoltare
- Ascolto attivo, Ascolto Empatico
- Come superare gli ostacoli comunicativi
- Perdita e distorsione comunicativa
- Il messaggio: contenuto più relazione
- Come entrare in sintonia con il Cliente

## Gestire il Cliente

- Customer Relationship Management
- La Soddisfazione del Cliente al centro della propria attività
- Dalla Customer Care alla Customer Satisfaction
- Accogliere e valorizzare il Cliente
- L'impatto del sorriso sulla propensione all'acquisto
- Social Style Profile: come ottimizzare l'approccio con le diverse tipologie di utente
- Strumenti per la gestione pratica di Clienti difficili
- Riconoscere e gestire efficacemente il reclamo
- Capire e anticipare il Cliente per ottimizzare il servizio
- Gestire il conflitto e saper negoziare
- L'intelligenza emotiva nella relazione con gli altri

## Didattica

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) che consente di ottimizzare le dinamiche comunicative e relazionali con il cliente.

## PRODUZIONE, LOGISTICA E ACQUISTI

## La gestione della Produzione

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Trasferire i concetti base per la misurazione e il miglioramento dei risultati della produzione.  
 Far conoscere e applicare le tecniche di analisi e problem solving per migliorare la gestione operativa.  
 Fornire utili suggerimenti per la gestione del personale, nell'attività quotidiana e nei momenti di tensione, con particolare riguardo ai temi della flessibilità produttiva e organizzativa.

**Destinatari**

Responsabili di area/reparto, Quadri e personale impiegatizio con necessità di acquisire metodi e strumenti di gestione di unità e processi produttivi.

**Contenuti****Strategia e produzione**

- Le strategie aziendali di base
- Le tipologie produttive
- Il legame tra strategia aziendale e tipologie produttive
- Le logiche di produzione
- Il valore aggiunto atteso della produzione
- L'integrazione della produzione con le altre funzioni in ottica di sistema

**Risultati della produzione**

- I costi, la qualità, il servizio: sistemi di misurazione e controllo
  - i vincoli di sistema
  - il sistema di misurazione
  - la misurazione dei costi
  - la misurazione del livello di qualità
  - la misurazione del servizio
- Le leve della gestione operativa
  - approvvigionamenti e gestione materiali
  - programmazione della produzione
  - controllo di processo
  - controllo della qualità
- MANPOWER TOOL: l'analisi e il problem solving per il miglioramento delle prestazioni

**Organizzazione e personale**

- Le soluzioni organizzative e la gestione del personale di produzione
- La flessibilità come strumento di produttività ed economicità
- Le abilità e l'identità del Responsabile di produzione ideale

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) per valutare, analizzare e trovare soluzioni ai problemi che riducono la produttività e per generare il miglioramento continuo del processo produttivo.

## PRODUZIONE, LOGISTICA E ACQUISTI

## Tempi e Metodi nel ciclo di Produzione

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Fornire gli strumenti e le tecniche utilizzate nello studio del lavoro, in particolare sui temi di analisi metodi e misura dei tempi.  
 Fornire le competenze che consentono la formazione dell'analista del lavoro.  
 Favorire il miglioramento del processo produttivo nelle diverse fasi del lavoro e la standardizzazione e ottimizzazione dei tempi di processo.

**Destinatari**

Responsabili di reparto e Assistenti ai Responsabili di produzione.

**Contenuti**

- Sistema produttivo e studio del lavoro: definizioni
- Organizzazione e studio del lavoro, modelli, principi e contenuti, tecnologia e organizzazione del lavoro. Le trasformazioni e la produzione snella
- Studio dei metodi di lavoro
- Analisi, definizioni e razionalizzazione del flusso di lavoro
- Fasi tipiche per l'analisi e lo studio dei metodi
- Analisi e schemi di procedimento
- Misurazione del lavoro
- Studio dei tempi mediante rilievo cronometrico
- Determinazione dei tempi standard
- Descrizione del metodo delle osservazioni istantanee
- Analisi e studio dei tempi mediante i metodi dei tempi predeterminati (MTM – Methods Time Measurements e TMC 1 - Tempi dei movimenti collegati)
- Rendimento e saturazione del lavoro
- Ciclo di fabbricazione
- Cartellini operativi
- Abbinamenti e perdite, struttura delle perdite
- Documentazione tecnica per la descrizione del lavoro
- Evoluzione dello studio del lavoro ed ergonomia
- Progettazione del posto di lavoro
- Sistemi di monitoraggio e piani operativi

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) per valutare, analizzare e scegliere il metodo ottimale per lo svolgimento delle attività esecutive con rispetto degli standard di qualità.

## PRODUZIONE, LOGISTICA E ACQUISTI

## Introduzione alla Lean Production

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Fornire un quadro interpretativo delle caratteristiche e dei principi della Produzione Snella, evidenziando i fattori di competitività del nuovo sistema di manufacturing.

Conoscere i modelli organizzativi e i relativi sistemi di gestione caratteristici della Lean Production.

Conoscere i principali processi di cambiamento del manufacturing verso un modello di Lean Production.

Descrivere gli strumenti, le tecniche e i metodi per poter attuare con successo il cambiamento.

**Destinatari**

Responsabili: produzione, logistica, acquisti, magazzini, controllo di gestione, qualità.

**Contenuti**

- Processo di supporto al cambiamento organizzativo aziendale verso logiche Lean
- Produzione snella:
  - contesto evolutivo
  - impatto sull'organizzazione di fabbrica
  - leve di eccellenza
- Percorso realizzativo della produzione snella: obiettivi, vantaggi, principi
- Il miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza dell'organizzazione: logiche e strumenti
- Principali filoni di evoluzione organizzativa:
  - Just in Time (JiT)
  - Total Productive Maintenance (TPM)
  - Total Quality Management (TQM)
  - World Class Manufacturing (WCM)
- Evoluzione della Lean Production: i sistemi a rete e il WCP - World Class Production
- Gestione a vista e lotta agli sprechi e miglioramento focalizzato
- Sistemi di monitoraggio nelle produzioni snelle

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) per vagliare strumenti organizzativi.

## PRODUZIONE, LOGISTICA E ACQUISTI

## La Qualità

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Trasferire i concetti e i criteri base di Gestione della Qualità, affinché quest'ultima non sia più percepita come un dovere da adempiere, ma piuttosto come un mezzo, condiviso da tutta l'organizzazione, per il soddisfacimento del Cliente, per il miglioramento e mantenimento del vantaggio competitivo, per la creazione di un più adeguato sistema di valori.

Acquisire le conoscenze dei principali concetti in tema di Qualità, in modo da costituire le basi per un linguaggio comune.

Conoscere gli indicatori economici e non economici per la misurazione della qualità.

Conoscere tecniche e strumenti da utilizzare per ciascuna delle fasi della Qualità Totale.

Illustrare i passi essenziali dell'approccio basato sui processi.

**Destinatari**

Imprenditori, Direttori e Responsabili della gestione per la qualità, Responsabili per l'aggiornamento e la gestione della documentazione, Auditor, Progettisti e Consulenti di sistemi di gestione per la qualità, Responsabili: produzione, logistica, acquisti, magazzini, controllo di gestione, qualità.

**Contenuti**

- Motivazioni alla Qualità: le logiche di mercato; la storia e l'evoluzione della qualità; la qualità come fattore critico di successo
- Definizioni e logiche di base nell'ambito della Qualità: politica della qualità; management per la qualità; sistema qualità; controllo qualità;
- Assicurazione (garanzia) qualità
- Qualità come risultato di un processo organizzativo
- Misura della qualità: costi e altri indicatori
- Costi della qualità e della "non qualità"
- Realizzazione della qualità attraverso la prevenzione, il controllo e il miglioramento continuo
- Approccio per processi nella ISO 9001:2008
- Caratteristiche di un processo: descrizione e obiettivi (com'è il processo e che cosa deve ottenere)
- Transizione da un'organizzazione tradizionale a quella per processi
- Caratteristiche di una gestione aziendale per processi
- Costruzione della mappatura dei processi di una organizzazione
- Concetto di valore aggiunto
- Indicatori, misure, fattori chiave, efficacia del processo
- Approccio a sistemi integrati

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) contenente strumenti di simulazione, case study ed esercitazioni utilizzate in aula.

## PRODUZIONE, LOGISTICA E ACQUISTI

## La gestione degli Acquisti per ridurre i costi

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Trasferire conoscenze e metodi per il miglioramento dei risultati aziendali attraverso l'ottimizzazione degli acquisti. Concreto ed efficace, il corso:

- evidenzia gli impatti degli acquisti sui risultati economici
- fornisce una visione completa dei processi di acquisto e le modalità di integrazione con le altre attività/funzioni aziendali
- illustra un metodo razionale e comprensibile di ottimizzazione degli acquisti e gestione di piani di miglioramento dei risparmi.

**Destinatari**

Tutti coloro che si occupano, a vario titolo e livello, di acquisti rilevanti in azienda.

**Contenuti****Strategia di approvvigionamento**

- Mercati esterni di riferimento
- Tipologie e fabbisogni di acquisto aziendali
  - definizione delle categorie di acquisto
  - struttura e analisi del portafoglio acquisti
- Possibili strategie e coerenze
- Strategie e tattiche
- Fare o comprare (Make or Buy)
- Acquisti globali verso acquisti locali
  - mercati d'acquisto
  - analisi del pricing e del posizionamento dei fornitori
- Gestione dei fornitori
- Indicatori di prestazione
  - costi ed efficienza
  - qualità e servizio

**Gestione degli acquisti**

- Selezione dei fornitori
- Fonti
- Parametri
- Sistema di certificazione
- Relazioni coi fornitori
- Abilità del Buyer
- Stile di influenza nella negoziazione

**Metodologia di risparmio dei costi**

- MANPOWER TOOL: un modello di intervento per generare risparmi
- Sistema di misurazione (funzione acquisti e fornitori)

**Didattica**

Il corso utilizza tecniche d'aula per illustrare strategie, strumenti e modalità per la gestione degli acquisti. Si aggiungono esercitazioni con role playing, questionari ed esercizi, per allenare le capacità e la pratica ai nuovi approcci. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) dedicato all'analisi e al miglioramento dei risparmi nelle operazioni d'acquisto.

## PRODUZIONE, LOGISTICA E ACQUISTI

## La gestione del Magazzino

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Sviluppare le competenze necessarie per affrontare e condurre efficacemente le attività inerenti i diversi aspetti della logistica di magazzino, sia di quella "a monte" (gestione operativa in entrata) sia "a valle" (gestione operativa in uscita). Illustrare gli strumenti per ottimizzare, riducendo, i costi della logistica.

Pratico ed efficace, il corso:

- offre gli strumenti adatti ad analizzare l'impatto della logistica di magazzino sui principali processi aziendali e sulle loro strategie
- analizza gli elementi chiave e i punti nevralgici della logistica e la loro influenza nei processi a monte e a valle della filiera
- identifica le misure essenziali da introdurre nel magazzino per tenere efficacemente sotto controllo il flusso delle merci.

**Destinatari**

Responsabili di magazzino e/o della logistica che hanno il compito di coordinare e gestire attività di approvvigionamento, pianificazione, stoccaggio e spedizione di prodotti di ogni categoria merceologica.

**Contenuti****La logistica**

- Il significato di logistica e le sue connotazioni verso l'esterno (inbound-outbound) e l'interno (production and materials handling)
- Il ruolo del magazzino nella catena del valore

**I collegamenti essenziali con il reparto acquisti**

- elementi operativi contrattuali: esigenze, limitazioni
- opportunità offerte da ogni singola realtà fornitrice

**Le strutture fisiche di supporto**

- Le unità di carico e di spedizione: modalità d'imballaggio, sistemi di pallettizzazione
- La movimentazione interna al magazzino: dimensionamento ed ottimizzazione degli spazi, delle operazioni e dei sistemi di stoccaggio
- Il lay out; criteri di dimensionamento

**Il controllo operativo di magazzino**

- Criteri di allocazione fisica degli articoli
- Sistemi di identificazione automatica
- Sistema informativo di reporting

**Le scorte**

- Tipologie; controllo e valorizzazione
- Condivisione delle logiche e tecniche di gestione (EOQ, IR, JIT)

**I trasporti**

- Processi dell'ufficio trasporti
- I mezzi di trasporto
- MANPOWER TOOL: metodologia per il calcolo del livello ottimale delle scorte

**Didattica**

Il corso utilizza tecniche d'aula per trasferire metodi, strumenti e suggerimenti utili alla scelta della strategia che meglio si applica alla propria realtà aziendale. Sono previste esercitazioni basate su esperienza diretta, con casi concreti per consentire il confronto e comprendere a fondo l'influenza della logistica sui processi aziendali. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) da applicare per il calcolo del livello ottimale delle scorte.

## RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE

## Il Colloquio di Selezione

durata ✨ 1 giorno

**Obiettivi**

Favorire lo sviluppo delle conoscenze e capacità necessarie alla gestione dei processi di selezione con particolare riguardo al colloquio di selezione.

Sperimentare e migliorare il proprio stile nella conduzione di un colloquio di selezione, partecipando attivamente e osservando gli altri partecipanti nella conduzione.

**Destinatari**

Responsabili di Funzione coinvolti nella selezione delle proprie risorse, Addetti alla Selezione junior e tutti coloro che in azienda sono coinvolti nell'attività di selezione di risorse.

**Contenuti****Introduzione alla selezione del personale**

- Definizione e funzioni dell'intervista di selezione
- Scopi dell'intervista (selezione, orientamento e reclutamento)
- La mobilità interna
- Gli obiettivi del colloquio
- Il ruolo del selezionatore

**Il colloquio e l'intervista**

- Tipologia di colloquio
- Ambiti di applicazione dell'intervista
- Le fasi del colloquio
- La morfologia delle domande
- Gli strumenti
- Le tecniche d'intervista
- MANPOWER TOOL: una guida alla conduzione del colloquio di selezione: aree di indagine, domande chiave, aspetti da valutare

**Lo stile dell'intervistatore**

- Lo stile formale
- Lo stile amichevole
- Lo stile professionale

**Dinamica intervistatore / intervistato**

- Come gestire i principali errori nella selezione
- I vizi e le distorsioni
- Gli antidoti

**Indicazioni pratiche per l'intervista di selezione****Didattica**

Il corso utilizza tecniche d'aula per trasferire metodi e suggerimenti utili alla efficace conduzione di un colloquio di selezione. Sono previste esercitazioni basate su esperienza diretta e simulazioni in aula di colloqui di selezione.

Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) applicabile per una efficace conduzione del colloquio di selezione.

## RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE

## Il Processo di Selezione: dall'analisi del contesto all'inserimento delle risorse in azienda

durata ✨ 1 giorno

**Obiettivi**

Il corso affronta gli aspetti relativi all'inserimento di nuove risorse in azienda, dall'analisi delle esigenze organizzative alla scelta e all'inserimento dei candidati ideali per il profilo professionale ricercato.

**Destinatari**

Responsabili o Addetti alla Selezione, neo-inseriti nella funzione, Assistenti alla Direzione del Personale, coloro che si avvicinano al mondo della selezione del personale.

**Contenuti****Esigenze aziendali e obiettivi strategici nella pianificazione delle risorse umane**

- L'analisi del contesto organizzativo
- Il briefing
- Le finalità della selezione
- L'analisi della posizione di lavoro e la definizione del profilo professionale
- Le competenze tecniche e trasversali specifiche del ruolo proposto
- I valori e la mission dell'azienda
- Cenni sulle diverse tipologie contrattuali
- MANPOWER TOOL: uno strumento per effettuare un'efficace analisi dei bisogni e per tracciare un profilo strutturato del candidato

**La scelta dei sistemi di valutazione**

- Gli indicatori di performance nella selezione
- I fattori da considerare per la progettazione
- Le principali tecniche di selezione
- La scelta del sistema di valutazione
- L'intervista di selezione: obiettivi, caratteristiche, tipologia

**La dinamica intervistatore e intervistato**

- La dinamica intervistatore e intervistato: l'incontro di diversi punti di vista, prospettive e obiettivi
- La distorsione percettiva
- I pregiudizi
- La proiezione
- I meccanismi di difesa

**La valutazione e il feedback**

- La formulazione del giudizio
- La stesura del profilo

**L'inserimento del neoassunto**

- Finalità e modalità per realizzare un piano di inserimento

**Didattica**

Il corso utilizza tecniche d'aula per trasferire metodi e suggerimenti utili alla efficace conduzione di un processo di selezione. Sono previste esercitazioni basate su esperienza diretta e simulazioni in aula di colloqui di selezione. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) per tracciare un profilo strutturato del candidato in selezione.

## RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE

Talent Scout Assessment:  
come individuare collaboratori di successo

durata ✨ 1 giorno

**Obiettivi**

Individuare collaboratori ad alto potenziale attraverso un sistema (test + domande) che rileva la capacità di prendere decisioni efficaci in tempi rapidi.

**Destinatari**

Tutti coloro che, dovendo gestire uno o più collaboratori, desiderano apprendere l'uso di un potente strumento professionale per valutare, e motivare all'azione, ciascun collaboratore con il principio del minimo sforzo / massimo rendimento.

**Contenuti****Presentazione del metodo di valutazione con l'uso dei Metaprogrammi**

- Erogazione Test Metaprogrammi
- L'ambito di applicazione dei Metaprogrammi
- Tipo di efficacia dei Metaprogrammi
- Descrizione dei Metaprogrammi

**Applicazione pratica a partire da un profilo professionale**

- I 4 comportamenti organizzativi
- L'abbinamento comportamenti organizzativi / Metaprogrammi
- L'utilizzo della scheda di rilevazione Metaprogrammi a partire da un profilo professionale
- Le domande per la rilevazione dei Metaprogrammi

**Gli strumenti di comunicazione efficace nell'ambito del colloquio di valutazione**

- I filtri percettivi nella comunicazione
- Le 4 fasi del colloquio di valutazione
  - Apertura
  - Esplorazione
  - Condivisione
  - Piano d'azione
- Rilevare la motivazione attraverso lo schema della 6 aree motivazionali
- I presupposti di efficacia del colloquio di valutazione con le tecniche di coaching
  - Domande Potenti e Feedback
- Le tecniche di Coaching per il colloquio di valutazione
- MANPOWER TOOL: l'autovalutazione per il monitoraggio delle capacità di condurre una valutazione e dare feedback

**Didattica**

Il corso, didattico-pratico, è basato sui Metaprogrammi della PNL - Programmazione Neurolinguistica - e si avvale del test elaborato dal Trainer e applicato da sei anni con sommistrazioni presso varie tipologie di collaboratori e aziende. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) per il monitoraggio delle proprie capacità di condurre una valutazione e dare feedback.

## RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE

## La Valutazione del Potenziale

durata ✨ 1 giorno

**Obiettivi**

Favorire l'approfondimento della conoscenza degli strumenti e delle metodologie maggiormente diffuse per la pianificazione, la gestione e lo sviluppo delle risorse umane.

Aiutare a comprendere le finalità della valutazione, quando ricorrere a tale tipologia di valutazione, quale sia l'investimento economico e di tempo, quale il valore aggiunto.

**Destinatari**

Responsabili di selezione, Responsabili Gestione e Sviluppo Risorse Umane, Direttori di funzione con a budget piani di sviluppo e/o di nuovi inserimenti o percorsi di cambiamento organizzativo. Per i contenuti trattati e le modalità condivise, anche i "non addetti ai lavori" potranno approcciare con maggiore cognizione ad un processo in grado di fornire una chiara e organizzata visione delle risorse disponibili e del loro grado di flessibilità, nonché di offrire l'indispensabile supporto conoscitivo a tutte le attività di sviluppo delle persone, consentendone la giusta collocazione e la valorizzazione delle caratteristiche individuali.

**Contenuti****Introduzione**

- La definizione del Potenziale
- Finalità della valutazione
- Obiettivi raggiungibili
- Vantaggi

**La progettazione del processo di valutazione**

- L'analisi del contesto organizzativo
- Il briefing con la committenza
- L'analisi della posizione e la definizione del profilo
- La scelta del metodo (diretto, indiretto, misto)
- La definizione del profilo di valutazione

**Il metodo Manpower: L'Assessment Center (misto)**

- Gli strumenti
- Il comitato di valutazione
- La valutazione a 360°

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno specifico piano di esemplificazioni e casi di successo che raccontano quando, perché e come approcciare la Valutazione del Potenziale.

## RISORSE UMANE E ORGANIZZAZIONE

## La Valutazione delle Prestazioni

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Acquisire tecniche e strumenti per la gestione e valutazione del personale in chiave di efficacia ed efficienza. Definire sistemi di monitoraggio di risultati e comportamenti agiti nel periodo di riferimento. Sviluppare metodi di collegamento tra prestazioni e retribuzione attraverso sistemi di incentivazione.

Utilizzare il processo di valutazione come chiave di lettura, implementazione e taratura di comportamenti organizzativi e approcci alla cultura aziendale.

Ottimizzare le politiche del personale e la soddisfazione del cliente interno.

## Destinatari

Direttori e Responsabili del personale e tutte le figure che per ruolo funzionale e gerarchico vogliono creare, implementare e ottimizzare il processo di valutazione delle prestazioni del personale.

## Contenuti

- Obiettivi del processo di Valutazione
- Definire gli indicatori chiave della Prestazione
- Prestazione come Risultato
- Prestazione come Comportamento
- Processo di definizione dei Comportamenti attesi
- Il feedback della Valutazione
- Dalla Valutazione al Piano di incentivazione
- Management by Objective
- Total Compensation Approach
- Compensation economica diretta e indiretta
- Compensation non economica
- Individuazione dei valutatori
- Skill dei valutatori
- Impatto del processo di Valutazione su organizzazione e cultura aziendale

## Didattica

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) che permette di definire i parametri di performance e di utilizzare e tarare diverse tipologie di schede di valutazione.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Migliorare le abilità di Comunicazione

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Mostrare come il comunicare in ambito aziendale, e con l'ambiente esterno, voglia dire stabilire relazioni costruttive con gli altri mantenendo un atteggiamento aperto al confronto e, al contempo, un comportamento fermo e coerente.

Favorire la comprensione di sé stessi e degli altri, individuare e contestualizzare i punti di convergenza tra il singolo e l'ambiente affinando le capacità di valutazione, diagnosi e comprensione di situazioni e relazioni.

## Destinatari

Tutti coloro che devono e vogliono migliorare le relazioni con collaboratori, colleghi e superiori, nonché con l'ambiente esterno, attraverso lo sviluppo delle competenze di comunicazione.

## Contenuti

**Comunicare con sé stessi e gli altri: teorie e metodi di comunicazione**

- La teoria classica della comunicazione
- La Programmazione NeuroLinguistica
  - Watzlawick / Korzibsky
  - i filtri percettivi
- L'Analisi Transazionale

**Interagire professionalmente con colleghi, clienti e fornitori**

- Come favorire la creazione di relazioni aperte e costruttive
- Le fasi del processo comunicativo
- La distinzione tra la realtà e la propria interpretazione della realtà
- La distinzione tra Contenuto e Relazione

**Lo sviluppo delle proprie capacità di comunicazione**

- Gli strumenti per comunicare efficacemente
- Parole, Voce, Corpo: comunicare a 360°
- L'importanza dell'ascolto attivo
- Il Potere delle domande: aperte, chiuse, di rimbalzo, specifiche, logiche
- Come creare empatia rapidamente:
  - il linguaggio empatico
  - la tecnica del Ricalco
- Il linguaggio assertivo
- Il linguaggio sensoriale: Visivo/Auditivo/Cinestesico
- MANPOWER TOOL: l'autovalutazione per il monitoraggio delle capacità di comunicazione

## Didattica

Attraverso sperimentazioni concrete, esercitazioni pratiche e discussione di casi, i partecipanti sono aiutati ad individuare e valutare il livello delle proprie capacità di comunicazione e le individuali aree di miglioramento. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) in forma di questionario di autovalutazione che permette di individuare, a distanza di tempo, i miglioramenti conseguiti nel proprio stile relazionale e nelle capacità di comunicazione.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Parlare in pubblico

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Trasferire conoscenze sulle modalità di gestione degli stati emotivi propri e altrui attraverso gli strumenti innovativi del parlare in pubblico.

Fornire i criteri necessari alla realizzazione di interventi di comunicazione in pubblico (interno ed esterno alla propria azienda) attraverso lo studio di comportamenti, contenuti ed emozioni.

## Destinatari

Tutti i dipendenti di aziende che si trovano nella necessità di preparare e sviluppare interventi di presentazioni e discorsi davanti a una platea, indipendentemente dalla consistenza numerica e dal setting in cui si sviluppa la performance.

La partecipazione è, inoltre, consigliata a Imprenditori e/o Amministratori di piccole/medie imprese che vogliano aggiornare le proprie strategie di successo, attraverso la gestione efficace del parlare in pubblico.

## Contenuti

**L'arte di parlare in pubblico e le teorie di riferimento****La preparazione di un discorso**

- La metodologia di preparazione del testo: scaletta, contenuto, struttura e linguaggio
- Lo stile personale e gli strumenti per catturare e mantenere l'attenzione del pubblico

**La presentazione**

- La metodologia operativa: dove guardare, come muoversi, come usare la voce, come usare le pause
- L'uso di supporti visivi: come prepararli, come usarli
- La gestione delle emozioni e della comunicazione verbale, paraverbale e non verbale
- MANPOWER TOOL, uno strumento che aiuta a:
  - ideare gli interventi
  - controllarne il livello di adeguatezza rispetto agli obiettivi ed al pubblico al quale si parla
  - verificare le aree di miglioramento

**L'empowerment**

- Sviluppare consapevolezza del proprio corpo e dell'impatto della comunicazione
- Auto legittimazione. Tecniche per aumentare la fiducia in sé stessi e sviluppare una comunicazione efficace
- La gestione - emotiva e non - delle domande e delle obiezioni del pubblico
- Sperimentazione sul tema dell'improvvisazione

## Didattica

Il corso, oltre ad utilizzare tecniche d'aula che consentono l'approfondimento teorico dei temi trattati, offre numerosi momenti di confronto, utili per affrontare in futuro le eventuali criticità legate alle presentazioni.

Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) per il miglioramento dell'efficacia del proprio stile di comunicazione in pubblico.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Gestire i Collaboratori

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Ottenere il massimo dalle proprie risorse umane per conseguire un obiettivo comune e creare un'azienda vincente. Trasferire un approccio pratico nella gestione del personale partendo dalla individuazione dei bisogni, per arrivare all'uso di leve motivazionali e di responsabilizzazione dei collaboratori.

## Destinatari

Team leader, capi progetto e, in generale, tutti coloro che hanno responsabilità di guida e coordinamento di personale.

## Contenuti

**Le basi della motivazione sul luogo di lavoro**

- Le leve motivazionali in azienda
- Il rapporto tra bisogni e motivazione
- La motivazione relazionale
- La gerarchia dei bisogni di Maslow

**La gestione delle relazioni professionali**

- Le basi del rapporto interpersonale
- Fiducia, Leadership, Assertività
- Prevenire o risolvere conflitti e insoddisfazioni dei collaboratori
- Le fasi della creazione di un gruppo
  - il conflitto necessario
- I 2 tipi di conflitti:
  - costruttivo
  - distruttivo
- Come riconoscere il proprio stile conflittuale e quello altrui - test
- I 3 stili comportamentali per affrontare un conflitto
- Gestire il conflitto con le tecniche di comunicazione verbale
  - empatia & assertività

**Crescita e responsabilizzazione dei collaboratori**

- I riconoscimenti
- I feed-back costruttivi
- I rimproveri efficaci
- La Delega
- MANPOWER TOOL: autovalutazione dei miglioramenti nella capacità di gestione dei collaboratori

## Didattica

Attraverso una metodologia orientata all'operatività, i partecipanti aumentano la consapevolezza rispetto alle proprie modalità di gestione dei collaboratori.

Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) che, sulla base di una check list di comportamenti efficaci, consente di rilevare i miglioramenti conseguiti nella capacità di gestione dei collaboratori.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## La Leadership

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Il tema della Leadership porta spesso con sé diversi interrogativi. Chi è un Leader? Quali sono le sue doti? Chi può divenire Leader? Cosa distingue un Leader da un bravo Manager? E qual è la differenza d'impatto sull'organizzazione se a dirigerla è un grande Manager o un Leader?

Nel corso della giornata non solo verranno date risposte a queste e molte altre domande, ma si lavorerà anche individualmente per identificare il proprio livello di Leadership, il proprio stile, i punti forti e le aree di miglioramento. Diventare Leader si può ed aiuta moltissimo nella gestione dei propri collaboratori perché attiva in loro un desiderio di fare che va ben al di là dell'esecuzione meccanica di direttive.

**Destinatari**

Imprenditori e/o Amministratori di piccole e medie imprese. Responsabili di team e gruppi di lavoro. In generale, tutti coloro che vogliono dare un taglio diverso al modo di interagire con i propri collaboratori, che vogliono influire sul clima in azienda e desiderano fare della propria organizzazione una vera squadra che si dirige verso un obiettivo comune.

**Contenuti****Premesse teoriche**

- Centralità delle risorse umane: reale o fittizia?
- Definizioni di Leadership
- I fattori essenziali della Leadership efficace: visione, guida, motivazione
- La differenza fra un Manager ed un Leader
- La Leadership situazionale

**Caratteristiche personali importanti di un Leader**

- Autostima, ingrediente fondamentale per accedere al proprio intuito, osare coraggiosamente, decidere velocemente
- Capacità comunicative, per trasmettere la vision in maniera concreta e motivante
- Energia positiva ed ottimismo per coinvolgere e motivare

**Competenze e capacità chiave di un Leader**

- Il Leader e lo sviluppo del proprio team: sostenere, valutare e fare coaching
- L'importanza della fiducia reciproca: come ottenerla e mantenerla
- Ispirare con l'esempio
- Delegare efficacemente

**Empowerment**

- Analisi delle proprie doti manageriali e di Leadership
- Determinazione del proprio stile di Leadership prevalente
- Valutazione del rapporto con i propri collaboratori, individuazione e sviluppo del potenziale
- MANPOWER TOOL: lo strumento per monitorare i propri miglioramenti

**Didattica**

Teoria e pratica si fondono con la realizzazione di esercitazioni concrete e personalizzate. Ogni fase del modello viene vissuta dai partecipanti in prima persona per sperimentarne già in aula l'efficacia in generale e su di sé. Il confronto tra docente e partecipanti sarà la dimostrazione pratica di alcuni metodi di gestione delle relazioni. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) utile per monitorare i propri miglioramenti in tema di Leadership.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Team Working

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Favorire la creazione di dinamiche ottimali in chiave di sinergia e affiatamento nello svolgimento del lavoro in team. Ottimizzare i processi comunicativi e relazionali nei processi lavorativi del team aziendale, orientando il gruppo al raggiungimento di obiettivi sfidanti.

Sviluppare la capacità di lavorare per obiettivi comuni nell'ottica di efficacia, efficienza ed eccellenza professionale.

**Destinatari**

Tutti coloro che esplicano la propria attività a contatto con colleghi all'interno di team formali o informali di lavoro.

**Contenuti**

- Sinergia e affiatamento in Azienda
- Lavorare in team per vincere Insieme
- La gestione del Cambiamento nel Team
- Dal disagio alla SFIDA
- Lavorare consapevolmente per obiettivi comuni
- Obiettivi di risultato e di performance
- Controllo, Gestione, Potenziamento del Team
- Definizione e scelta delle strade per Efficienza, Efficacia ed Eccellenza
- Strategie per comunicare nel Gruppo
- La Comunicazione virtuosa tra reparti, divisioni, funzioni
- Gestire efficacemente il passaggio di informazioni
- I costi della perdita e distorsione comunicativa
- Efficienza ed Efficacia comunicativa
- Strategie per la condivisione matura delle informazioni
- Tecniche di verifica della comprensione del messaggio in team

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) per monitorare il livello di sinergia comunicativa e relazionale nel team di lavoro.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Il Coaching

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Nell'ambito della gestione delle risorse umane, il manager ha anche il compito, fra gli altri, di sostenere e promuovere la crescita professionale e umana dei propri collaboratori. L'attività di coaching è la più adatta a:

- creare relazioni focalizzate sugli obiettivi assegnati
- tenere monitorata la performance dei propri collaboratori con la conseguenza di facilitare il momento della valutazione, sia esso in itinere o finale
- gestire gli stati emotivi propri e altrui adottando un metodo altamente focalizzato al "problem solving"
- responsabilizzare i propri collaboratori nello svolgimento dei loro compiti.

## Destinatari

Tutti i dipendenti delle aziende che devono fare un salto di qualità in termini di efficacia personale, di gestione di colleghi o collaboratori. La partecipazione è inoltre consigliata a Imprenditori e/o Amministratori di piccole/medie imprese che vogliono aggiornare le proprie strategie nella gestione efficace di uno o più collaboratori chiave.

## Contenuti

## Premesse teoriche ed operative

- L'origine del coaching e la filosofia che ne sta alla base
- Le teorie di riferimento: perché realmente funziona?
- Le competenze chiave
- Obiettivo: sbloccare e sviluppare il potenziale in ognuno di noi

## Acquisire un metodo per sostenere e promuovere la crescita propria e dei collaboratori di cui siamo responsabili

- Un modello funzionale: il G.R.O.W. model, il più diffuso al mondo
- Stabilire obiettivi raggiungibili e misurabili anche in termini "qualitativi"
- Risorse e vincoli
- La definizione delle attività: quali e come realizzarle?
- Le esercitazioni pratiche
- Il sistema di valutazione basato su obiettivi generici
- Il sistema di valutazione basato su obiettivi pattuiti
- Lo sviluppo delle capacità di diagnosi
- Lo sviluppo delle capacità di pianificazione
- Lo sviluppo della performance: il colloquio di coaching
- Dare e ricevere feedback
- MANPOWER TOOL: alcuni strumenti di base per il coach

## Empowerment

- Analisi di un approccio mirato a sviluppare consapevolezza, responsabilità e autolegittimazione

## Didattica

Il corso utilizza tecniche d'aula per l'approfondimento teorico dei temi trattati e momenti di confronto tra docente e partecipanti, per fornire metodi di gestione delle relazioni. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) utile per realizzare efficacemente i colloqui di coaching.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Gestire il Tempo

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Fornire metodologie e strumenti di pianificazione e programmazione della propria attività. Sviluppare le capacità necessarie a tradurre in pratica la pianificazione del tempo con coerenza e flessibilità.

Migliorare l'efficacia personale e organizzativa.

## Destinatari

Tutti coloro che vogliono/devono/sentono di dover migliorare il proprio rapporto con il tempo, in qualsiasi area essi operino. Utile ai neoassunti, è momento di verifica efficace anche per persone con maggiore seniority aziendale. Si rivolge, infine, anche a Imprenditori e/o Amministratori di piccole/medie imprese che hanno la necessità di sfruttare al meglio il tempo a loro disposizione.

## Contenuti

## La percezione del tempo

- La programmazione
- Le scatole del tempo: lavorativo, individuale, sociale
- Da prigionieri del tempo a padroni del tempo
- Il giusto equilibrio nella gestione del tempo: adattarsi/pianificare

## Gli strumenti e le tattiche per gestire le azioni nel tempo

- Il tempo d'avvio
- I ladri del tempo: cause e rimedi
- La Matrice per la gestione del tempo
- I must per utilizzare bene il tempo: priorità e focus

## La pianificazione

- Gli strumenti per pianificare le azioni nel tempo: i diagrammi di Pert e Gantt
- Obiettivi, priorità, scadenze
- La corretta definizione degli obiettivi
- L'individuazione dei fattori che consentono di fissare le priorità
- La valutazione delle scadenze
- La programmazione della giornata, della settimana, del mese
- MANPOWER TOOL: la matrice per la gestione delle priorità

## La gestione dello stress

- Le dimensioni temporali: mentale ed emozionale
- L'escalation emozionale di fronte alle difficoltà
- I costi fisici e psicologici di una errata gestione del tempo
- La gestione dello stress sui livelli: emotivo, fisico, cognitivo, comportamentale

## Didattica

Attraverso una metodologia orientata all'operatività, i partecipanti vengono messi in condizione di aumentare la consapevolezza rispetto alle proprie modalità di gestione del tempo e acquisire nuovi strumenti per una più efficace pianificazione. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) che, sulla base di una matrice di attività, consente di organizzare al meglio le proprie priorità.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Accrescere la produttività individuale

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Trasferire metodologie e strumenti volti a migliorare l'efficienza e la produttività personale. Individuare aree di miglioramento e proporre soluzioni realizzabili nella gestione operativa e quotidiana dell'ufficio, con costi e tempi che aumentano la competitività.

## Destinatari

Responsabili di funzione e personale operativo di uffici nei quali si concentrano una pluralità di attività e di risorse che richiedono una maggior strutturazione, a vantaggio sia dell'efficienza aziendale sia delle persone in termini di aumento della produttività individuale e di riduzione dei livelli di ansia e di stress.

## Contenuti

**La mappatura delle attività e la valutazione del valore aggiunto che generano**

- L'approccio mentale: le 7 abitudini di Covey
- La classificazione e razionalizzazione delle attività
- L'individuazione delle attività a maggior valore aggiunto, secondo l'ottica del cliente e dell'azienda
- La focalizzazione sulle attività più rilevanti
- I criteri operativi per la definizione delle priorità

**La gestione mirata delle attività: programmabili ed estemporanee**

- L'individuazione di attività programmabili e di attività estemporanee
- Gli strumenti più idonei per la gestione di entrambe le tipologie
- Le logiche di gestione per commessa/progetto per le attività programmabili
- Il metodo GTD (Getting Things Done) per la gestione delle attività estemporanee

**La costruzione di un sistema fidato**

- Come costruire un sistema strutturato e affidabile in grado di rendere efficiente lo svolgimento delle attività, riducendo al contempo l'ansia
- Le 5 fasi del metodo GTD
- Indicazioni pratiche per l'applicazione del metodo

**La gestione di vincoli e imprevisti**

- Come gestire interruzioni, eccezioni e imprevisti che si presentano nel corso di attività estemporanee
- Le regole di comportamento e l'autodisciplina nell'osservarle

**L'utilizzo corretto degli strumenti quotidiani**

- Come usare in maniera efficace gli strumenti quotidiani: agenda, calendario, e-mail, check list...

## Didattica

Il corso alterna metodologie didattiche diverse per consentire sia l'approfondimento teorico che la sperimentazione di concetti e metodi illustrati. Si utilizzeranno: la metodologia classica di aula frontale, per illustrare i concetti, dare le categorie di analisi e comprendere le logiche di base dei modelli proposti; le esercitazioni e l'analisi di casi, per verificarne l'applicazione; tecniche di moderazione per guidare il contributo dei partecipanti. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) per l'individuazione del criterio ottimale di scelta delle priorità in funzione del contesto e degli obiettivi.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Risolvere i Problemi

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Fornire metodi pratici per l'analisi e la risoluzione dei problemi in azienda. Facilitare l'inquadramento, la definizione e la soluzione dei problemi. Apprendere l'uso dei due modelli di problem solving: modello logico - tecnica dello SCORE - e modello creativo - tecnica dei 6 cappelli. Riuscire a passare dallo spazio problema allo spazio soluzione.

## Destinatari

Tutti coloro che per funzione o per ruolo gerarchico si trovano a dover affrontare problemi operativi, strategici o relazionali. Utile sia ai neoassunti, come strumento per velocizzare i tempi di lavoro, che a persone con esperienza, per affrontare attraverso nuovi schemi situazioni pregresse o problemi ricorrenti. Adatto anche a Imprenditori o Amministratori d'impresa per sviluppare il proprio business e affrontare nuovi mercati.

## Contenuti

**La metodologia per la risoluzione dei problemi**

- Le 5 fasi del problem solving
- Il giusto approccio alla risoluzione dei problemi

**Il metodo logico-razionale**

- Il principio di causa - effetto
- La tecnica SCORE
  - comprendere la differenza tra risultato ed effetto del risultato
  - come non confondere i sintomi con le cause
  - applicazione pratica
- Le opportunità derivanti dalla presenza stessa del problema

**I metodi Creativi**

- L'approccio di Kekulé
- Il Pensiero Laterale
  - i 4 fattori cruciali
- Il Paradigma del pensiero creativo
- Lo Spazio Problema e lo Spazio Soluzione
- La tecnica dei 6 cappelli
  - applicazione pratica
- L'importanza dell'assunzione di ruolo e di suddivisione dei compiti
- La strategia di Walt Disney

**Costruire obiettivi efficaci**

- La tecnica dell'Obiettivo ben formato
- Il piano d'azione
- MANPOWER TOOL: il foglio di raccolta dati per supportare il processo decisionale

## Didattica

Il corso è didattico-pratico. Sono previste esercitazioni, simulazioni ed esempi che consentono di comprendere facilmente i modelli presentati. I partecipanti hanno l'occasione di confrontarsi con metodologie alternative di analisi e soluzione di problemi. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, un modello (MANPOWER TOOL) per la raccolta dei dati e lo sviluppo del processo di soluzione dei problemi.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Introduzione al Project Management

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Attraverso un contributo bilanciato di teoria ed esercizi pratici, il corso si propone di:

- trasmettere ai partecipanti delle conoscenze fondamentali sulla gestione per progetti focalizzando l'attenzione su obiettivi, metodologie e capacità necessarie
- supportare chi opera in progetti di qualsiasi natura all'interno delle organizzazioni nell'ottenimento dei risultati pianificati attraverso il lavoro del gruppo di progetto.

**Destinatari**

In generale, tutti coloro che hanno responsabilità di impostare e gestire un'attività che preveda un risultato non ricorrente o di progetto. Responsabili di funzione, Team Leader, Responsabili di gruppi di progetto.

**Contenuti****Introduzione**

- L'ambiente esterno e il project management come criterio di gestione

**Organizzazione e risorse**

- Le tipologie di progetti
  - le strutture e i ruoli per il project management
  - come staffare il progetto
- Il project manager: conoscenze, abilità, esperienza
- I membri di progetto: composizione, gruppo, motivazione e controllo

**Ciclo di vita del progetto**

- Dimensione verticale e orizzontale delle attività
- Le fasi del progetto
  - le criticità di ciascuna fase
  - le riunioni di fine fase
- Il controllo dei tempi

**Gestione Operativa**

- Le metodologie di pianificazione e il controllo del progetto
- Gli strumenti per gestire i progetti
- Il piano di progetto come elemento di gestione del personale
- MANPOWER TOOL: SAL, come si fa il report di stato avanzamento lavori

**Elementi avanzati**

- La chiusura e la valutazione dei risultati di progetto: l'Earned Value
- Il Risk Management e il Recovery Plan
- Il Project Quality Management
- Il sistema di governo del progetto

**Didattica**

Il corso prevede lo svolgimento di esercitazioni per ancorare i contenuti ad esperienze concrete, facilitare il trasferimento di conoscenza e il passaggio dall'aula all'operatività quotidiana. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) come utile supporto nella valutazione dello stato di avanzamento lavori.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Change Management

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Acquisire le principali leve per avviare e condurre un cambiamento culturale dei propri collaboratori, a sostegno dei processi di cambiamento aziendali.

Gestire le resistenze e motivare i propri collaboratori al cambiamento.

Supportare i propri collaboratori nello sviluppo di processi di change management individuale e di team e sostenere la leadership del cambiamento.

**Destinatari**

Imprenditori e Manager responsabili di risorse e progetti di cambiamento che vogliono acquisire i concetti e gli strumenti per avviare e gestire il cambiamento in azienda.

**Contenuti****La predisposizione al cambiamento**

- Che cos'è il Change Management
- I tre tipi di Change Management
  - Individuale, di Team, di Sistema
- La predisposizione al cambiamento come presupposto del successo nell'economia post-industriale
- Perché la predisposizione al cambiamento è oggi un vantaggio competitivo

**Metodi di Change Management**

- Il modello dei 7 livelli di cambiamento
  - Ambiente, Comportamento, Strategie, Convinzioni, Valori, Identità, Vision
- Change Management individuale: come superare le resistenze e i timori verso il cambiamento
- Change Management individuale: le tecniche di ristrutturazione dell'esperienza
  - il potere delle domande: "autocoaching" per cambiare
- Change Management di Team: le fasi del cambiamento in un team
- Change Management di Team: il change management system applicato da Barack Obama
  - il segreto dei "Camp Obama"
  - il metodo dello Story Telling
  - le 10 regole del sistema Obama per il management
- Change Management di Team: il team innovativo
  - 10 idee per promuovere il cambiamento nell'ambiente di lavoro
- Change Management di Sistema: l'importanza della Vision a lungo termine
  - come costruire una vision efficace
  - differenza tra Vision, Mission, Obiettivo

**Piano d'azione personale**

- Applicare / trasferire i principi del Change Management nella propria realtà
- MANPOWER TOOL: il vademecum del cambiamento

**Didattica**

Il corso è didattico-pratico. Sono previste esercitazioni, simulazioni ed esempi che consentono di comprendere facilmente i modelli presentati. I partecipanti hanno l'occasione di confrontarsi con diverse metodologie e scegliere quelle che meglio si adattano alla propria realtà. La modularità della didattica consente di adattare il corso sia ad aule aziendali che interaziendali. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, un documento (MANPOWER TOOL) contenente i modelli e i riferimenti per applicare nella propria realtà quanto appreso.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Train the Trainer

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Acquisire le competenze che introducono alla professione di trainer, delineandone caratteristiche, competenze e attitudini. Comprendere le tecniche di progettazione didattica e analisi del fabbisogno formativo. Conoscere e applicare tecniche didattiche efficaci e funzionali in linea con il target di riferimento. Potenziare le tecniche di public speaking e gestione d'aula.

**Destinatari**

Chi si avvicina all'attività di formazione e chi vuole approfondirne tecniche e dinamiche. Trainer interni all'azienda, responsabili della formazione e delle risorse umane.

## Contenuti

**Essere Trainer**

- Ruolo del Trainer
- Obiettivi della Formazione d'aula
- Adult Learning (o Andragogia)
- L'apprendimento e il Ciclo di Kolb
- Scoprire le motivazioni all'apprendimento

**Progettazione didattica**

- Come definire il fabbisogno formativo
- Preparare le unità didattiche
- Strutturare una macro progettazione
- Definire la micro progettazione
- I follow up
- Valutare i risultati e l'impatto della formazione

**Tecniche didattiche**

- Game di presentazione d'aula
- Tecnica del Brainstorming
- Strutturare, condurre e gestire un Role Playing
- Tecnica degli Autocasi
- Film e sketch in aula
- Gestire la discussione in plenaria
- Condurre il Debriefing e creare l'ancoraggio

**Public Speaking**

- Parlare in pubblico arte o tecnica?
- La 4 fasi del public speaking
- Come sviluppare i contenuti
- Come organizzare la scaletta
- Prepararsi all'esposizione
- La gestione dell'ansia
- Esporre in pubblico

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) che fornisce un kit di base per progettare, gestire e sviluppare un percorso di formazione.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Apprendimento organizzativo

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Comprendere come funzionano i meccanismi dell'apprendimento, della condivisione e della gestione delle informazioni permette di sviluppare talenti e competenze in modo autonomo, efficace e sostenibile. In questo corso si sviluppano competenze pratiche approfondendo la conoscenza di strumenti di sviluppo personale e organizzativo quali, tra gli altri, le mappe mentali, la gestione efficace delle e-mail, i think tank, la nuova tecnologia web 2.0 dei blogging e delle community.

**Destinatari**

Tutte le figure che per ruolo funzionale e gerarchico vogliono comprendere come funzionano i meccanismi dell'apprendimento.

## Contenuti

- Il concetto di apprendimento
- Gestire le informazioni
- Gli strumenti di condivisione delle informazioni
- Il corporate network
- Le applicazioni web 2.0 in azienda per la gestione della conoscenza
- Le mappe mentali
- I think tank
- Il free Friday
- Il knowledge shuffle

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) che consente di esercitare tecniche e strumenti appresi.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Lettura e Apprendimento rapidi

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Acquisire tecniche efficaci di lettura rapida attraverso la selezione delle parole chiave contenute nel testo. Minimizzare la dispersione dei tempi di lettura evitando i comportamenti più diffusi che rallentano la lettura. Aumentare la qualità della lettura di pari passo con la quantità di parole effettivamente comprese per ogni minuto di lettura.

**Destinatari**

Tutti coloro che per lavoro o esigenza personale vogliono riuscire a ottimizzare i tempi di lettura e la comprensione di testi.

**Contenuti**

- Dallo slow reading al good reading
- Come ridurre le soste sul testo
- Leggere gruppi di parole
- Ampliare il campo visivo
- Tecniche di photo reading
- Massimizzare il livello P.A.M. (parole al minuto)
- Minimizzare il tempo di dispersione
- Mantenere al top il livello di attenzione
- Potenziare la lettura a cluster
- Dalla lettura per parole alla lettura per frasi
- Il processo selettivo della lettura orientativa
- Individuare le parole significative
- Dall'alta velocità all'alta comprensione

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) per valutare, analizzare e ottimizzare il processo di lettura, consentendo di continuare ad allenarsi e verificare i miglioramenti ottenuti.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Gestione delle Riunioni

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Organizzare al meglio presentazioni efficaci e di impatto attraverso una sperimentazione attiva su dinamiche di public speaking.

Utilizzare in modo appropriato strumenti e tecniche di gestione efficace delle riunioni, a livello di ottimizzazione dei tempi, lancio e sviluppo degli o.d.g., mantenimento del livello di attenzione, coinvolgimento dei partecipanti, gestione del dissenso.

**Destinatari**

Tutti coloro che gestiscono, organizzano, partecipano a riunioni aziendali.

**Contenuti**

- Parlare in pubblico arte o tecnica?
- La 4 fasi del public speaking
- Come sviluppare i contenuti
- La tecnica del brainstorming
- Come organizzare la scaletta
- Prepararsi all'esposizione
- La gestione dell'ansia
- Esporre in pubblico
- La regola delle 3 D
- Gestione dei tempi
- Sviluppare l'o.d.g.
- Gestione degli spazi
- Scelta e gestione degli strumenti d'aula (videoproiettore, flip chart...)
- Condividere gli obiettivi
- Valorizzare i risultati
- Saper dare feedback in plenaria in chiave migliorativa e costruttiva
- Trasferire e potenziare il senso di appartenenza
- Come entrare in empatia con l'uditorio
- La gestione delle obiezioni
- La gestione di situazioni critiche
- Gli stroke positivi
- Leadership comunicativa
- I personaggi tipici
- La curva dell'attenzione
- Social Style Profile applicato alle riunioni

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) che fornisce una guida alla progettazione e gestione efficace delle riunioni.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Team Building

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Definire tecniche, strumenti e metodi finalizzati allo sviluppo di dinamiche di costruzione del gruppo.  
 Gestire l'approccio al team in armonia con le fasi di sviluppo ed evoluzione.  
 Individuare strumenti di verifica delle performance e della crescita del team.  
 Favorire la trasformazione del gruppo in team, del team in Squadra.

**Destinatari**

Tutti coloro che vivono e lavorano in gruppo, conduttori di team di lavoro, gruppi in fase iniziale di formazione o team alla ricerca di performance superiori.

**Contenuti**

- Strategie per creare e vivere il Gruppo
- Fasi di creazione e performance del Team
- Stili dei membri del Gruppo
- Dal Gruppo alla Squadra
- Coinvolgere per vincere
- Comunicare per diventare Squadra
- Maturità lavorativa del Gruppo
- Maturità motivazionale del Gruppo
- Lavorare per obiettivi in Team
- Il processo decisionale in Team
- Obiettivi di risultato e di performance
- Controllo, Gestione, Potenziamento del Team
- Massimizzare le performance del proprio Team
- Definizione e scelta delle strade per Efficienza, Efficacia ed Eccellenza
- Headship e Management

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) per definire stili, fasi e tempi di membership.

## SVILUPPO MANAGERIALE

## Accrescere l'Intelligenza Emotiva

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Il percorso di formazione si propone di accrescere l'intelligenza emotiva dei partecipanti, caratteristica importante per guidare e far crescere collaboratori, per gestire situazioni critiche con clienti/colleghi/collaboratori, giungere ad accordi gratificanti senza creare tensioni emotive, guidare il cliente nel condividere le soluzioni proposte dal commerciale e per creare rapporti interpersonali gratificanti e duraturi nel tempo.

**Destinatari**

Professional, Manager, Commerciali, Team Leader, Tecnici, Operatori telefonici e tutti coloro che operano quotidianamente in contatto con clienti interni ed esterni all'organizzazione.

**Contenuti**

- L'Intelligenza Emotiva: capacità di provare emozioni, riconoscerle e viverle in modo consapevole
- La differenza tra QI e QE
- Una competenza migliorabile e sviluppabile
- I riscontri positivi di un aumento dell'intelligenza emotiva
- I 5 fattori per accrescere la propria intelligenza emotiva
- La consapevolezza di sé
- La padronanza di sé
- La motivazione a fare
- L'empatia
- Le abilità sociali
- Un percorso di crescita personale

**Didattica**

Il corso, oltre a utilizzare tecniche d'aula che consentono il reale apprendimento anche dall'esperienza, mette a disposizione uno strumento concreto e di immediato utilizzo (MANPOWER TOOL) per la valutazione dell'intelligenza emotiva.

## AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

## Finanza per non specialisti

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Conoscere i principi di base di costituzione del reddito e di mantenimento dell'autonomia finanziaria dell'azienda, per supportare adeguatamente i processi decisionali aziendali.

Approfondire l'analisi di bilancio costituita da un insieme di tecniche e strumenti pensati per interpretare nella maniera più idonea gli accadimenti salienti riferiti all'ambito d'impresa, spesso con la finalità ultima di coordinare le attività dei vari attori aziendali.

Fornire una panoramica sia sui meccanismi di rilevazione contabile, sia sulle modalità di aggregazione e sintesi attraverso alcuni indicatori ritenuti particolarmente segnaletici dell'economicità aziendale.

**Destinatari**

Tutti i Manager di funzioni non amministrative che vogliono migliorare la comprensione degli aspetti economici e finanziari dell'azienda.

**Contenuti****La composizione del bilancio**

- Scopi del bilancio
- Tecniche di registrazione (cenni)

**I principi di classificazione dei valori**

- Il sistema dei valori
- Il Conto Economico
- Lo Stato Patrimoniale
- La Nota Integrativa
- Modalità di lettura
- Principi di Riclassificazione

**L'analisi di bilancio: principali indicatori**

- Indici di Bilancio

**Didattica**

Il corso utilizza tecniche d'aula che consentono sia l'approfondimento teorico che il coinvolgimento diretto dei partecipanti attraverso esercitazioni pratiche.

Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) che consente di esercitare e verificare quanto appreso.

## AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

## Il processo di Budgeting

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Comprendere la necessità di un sistema di budgeting consolidato; approfondire il "processo" di formulazione, di autorizzazione e di condivisione finale del budget; presentare una metodologia di riferimento che permette ai vari responsabili aziendali di avere sotto controllo i propri obiettivi e le modalità di raggiungimento nel corso delle attività operative; approfondire i principi di controllo nelle aziende, attraverso una valutazione delle dimensioni e delle finalità strategiche; fare una panoramica sulle principali variabili economico-finanziarie d'azienda e sugli strumenti indispensabili per una corretta lettura delle medesime; effettuare considerazioni finali sulle modalità di processo determinanti ai fini dell'utilizzo di un efficace sistema di budgeting.

**Destinatari**

Tutti i Manager che vogliono migliorare la comprensione di logiche e tecniche di budgeting per gestire al meglio le proprie aree e l'economicità delle proprie attività.

**Contenuti****Il sistema "azienda"**

- Le variabili organizzative e di contesto
- I centri di responsabilità e il processo decisionale
- La misurazione degli accadimenti aziendali
- L'identificazione delle Aree Strategiche d'Affari

**Il sistema dei valori d'impresa**

- L'ambito reddituale
- Il valore degli assets
- Il fabbisogno finanziario

**L'analisi del profitto in ottica gestionale**

- Lo schema del profitto
- Il valore "gestionale"
- Il margine di contribuzione

**Il Processo di Budgeting**

- Il processo di formazione e approvazione del budget
- Le previsioni di vendita e le serie storiche
- La costruzione del budget di vendita
- Le simulazioni degli effetti volume/prezzo/mix
- Il Budget degli investimenti

**Il Sistema di Reporting**

- Le dimensioni rilevanti
- Il calcolo degli scostamenti
- L'analisi delle varianze
- La revisione del Budget

**Didattica**

Il corso utilizza tecniche d'aula che consentono sia l'approfondimento teorico che il coinvolgimento diretto dei partecipanti attraverso esercitazioni pratiche. Durante il corso viene illustrato, e consegnato, uno strumento operativo (MANPOWER TOOL) che permette di esercitare e verificare quanto appreso.

## AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

## Metodologie di Costing

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

Il corso fornisce ai partecipanti gli strumenti per interpretare correttamente le variabili di contesto al fine di introdurre adeguati meccanismi di controllo e di determinazione del prezzo dei propri prodotti e servizi.

Il corso consente di apprendere tecniche e metodi per:

- conoscere ed interpretare l'azienda sotto il profilo economico e organizzativo, presentando nel contempo i più utili strumenti in tema di cost controlling
- misurare i risultati aziendali attraverso l'introduzione di meccanismi di controllo
- comprendere il ruolo del Controller in azienda e il contributo a supporto dell'attività dei decisori aziendali.

**Destinatari**

Imprenditori e Amministrativi coinvolti nei processi di introduzione del sistema di controllo economico-finanziario in azienda, nonché Manager di funzione per la conoscenza degli strumenti di analisi operativa.

**Prerequisiti**

Conoscenza di base dei valori di bilancio e dell'analisi del punto di pareggio.

**Contenuti****Le variabili di contesto**

- Le finalità del calcolo dei costi
- La tipologia d'impresa

**La determinazione dei costi unitari**

- Il rapporto con il volume
- La scomposizione in gradi di costo
- MANPOWER TOOL: uno strumento per il calcolo del costo unitario di prodotto

**La classificazione dei costi in diretti e indiretti**

- L'oggetto di calcolo
- Le modalità di misurazione

**Le differenze tra full e direct costing**

- Gli scopi conoscitivi
- Il pricing
- Gli inventari

**Il disegno del sistema di reporting**

- Le dimensioni rilevanti
- Il calcolo degli scostamenti
- L'analisi delle varianze

**Didattica**

Attraverso le esercitazioni in aula, e il rilascio di uno strumento operativo su pc (MANPOWER TOOL) dedicato al calcolo del costo unitario di prodotto, sarà possibile per i partecipanti sviluppare in modo autonomo modelli di analisi e di simulazione dei dati aziendali secondo le differenti metodologie di costing.

## AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

## Break-Even Point: determinazione e analisi

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

I continui cambiamenti che avvengono sul fronte competitivo impongono alle imprese l'utilizzo di strumenti di gestione aziendale come l'analisi dei costi, il rapporto degli stessi con i risultati d'azienda e i volumi che caratterizzano la formula imprenditoriale. Partendo dall'analisi dei valori sotto il profilo economico-finanziario, il corso fornisce ai partecipanti gli strumenti per interpretare correttamente il punto di pareggio della propria azienda, consentendo ai vari responsabili funzionali di prendere decisioni valutando la coerenza tra gli obiettivi aziendali e i risultati conseguiti. Il corso consente di apprendere tecniche e metodi per:

- conoscere ed interpretare l'azienda sotto il profilo economico e finanziario
- misurare i risultati aziendali attraverso l'introduzione di meccanismi di calcolo a preventivo del punto di pareggio
- comprendere il processo decisionale basato sull'analisi dei costi, risultati e volumi d'affari.

**Destinatari**

Imprenditori e Manager, oltre agli Amministrativi coinvolti nei processi di valutazione del punto di pareggio aziendale.

**Prerequisiti**

Conoscenza di base dei valori di bilancio.

**Contenuti****Il sistema dei valori d'impresa**

- L'ambito reddituale
- Il valore degli assets
- Il fabbisogno finanziario

**L'analisi del profitto in ottica gestionale**

- Lo schema del profitto
- Il valore "gestionale"

**La scomposizione dei costi in variabili e fissi**

- L'effetto volume
- Il margine di contribuzione

**Il calcolo del punto di pareggio**

- La formula a quantità
- La formula a valore
- L'analisi costi/volumi/risultati
- L'utilizzo a preventivo
- La traslazione di periodo
- MANPOWER TOOL: uno strumento per il calcolo del punto di pareggio

**Didattica**

Attraverso le esercitazioni in aula, e il rilascio di uno strumento operativo su pc (MANPOWER TOOL) dedicato al calcolo del punto di pareggio, sarà possibile per i partecipanti sviluppare in modo autonomo modelli di analisi e di simulazione dei dati aziendali secondo semplici meccanismi guidati di "what-if analysis".

## AMMINISTRAZIONE, FINANZA E CONTROLLO

## Elementi di Bilancio

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

L'adozione di un sistema di misurazione economico-finanziaria d'azienda richiede necessariamente che le singole funzioni aziendali conoscano e adottino i principi di base di un corretto e condiviso sistema di contabilità. Nel contempo, la funzione amministrativa è chiamata a confrontarsi con i propri "clienti interni" in merito all'affidabilità del bilancio e alla sua articolazione secondo le principali aree di misurazione sotto il profilo economico finanziario. Il corso fornisce ai partecipanti gli strumenti per comprendere gli assiomi di base del sistema contabile e gli ambiti di applicazione dei differenti livelli di rappresentazione dei dati. Il corso consente di apprendere tecniche e metodi per:

- conoscere i meccanismi di costruzione del bilancio d'azienda
- valutare il sistema dei valori attraverso l'identificazione dell'ambito reddituale e patrimoniale
- capire l'estensione in termini applicativi di una corretta tenuta delle registrazioni contabili
- comprendere i livelli di approfondimento di alcune voci di bilancio.

## Destinatari

Imprenditori e Amministrativi coinvolti nell'impostazione di un corretto sistema di contabilità quale primo livello di confronto dei risultati aziendali.

## Prerequisiti

Conoscenza di base della tecnica di rilevazione contabile.

## Contenuti

**L'impianto contabile**

- La struttura di base
- La codifica

**Il bilancio**

- Il conto economico
- Lo stato patrimoniale
- Gli allegati

**Il sistema contabile**

- La Contabilità Generale
- Le sezionali
- Il metodo di tenuta delle scritture

**La tipologia dei valori**

- I valori certi
- I valori stimati e congetturati
- Il grado di attendibilità

**Le contabilità di completamento**

- Le fonti gestionali ed extra-contabili
- La Contabilità Analitica e Industriale
- La Contabilità per Commessa

## Didattica

Attraverso le esercitazioni in aula, e il rilascio di uno strumento operativo su pc (MANPOWER TOOL) dedicato alla stesura di un bilancio riclassificato, sarà possibile per i partecipanti verificare il proprio grado di conoscenza degli elementi essenziali alla base di un corretto sistema di costruzione del bilancio aziendale.

## LINGUE STRANIERE

## Cross Cultural Negotiation Skills

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Different cultures have different negotiation practices. Some cultures will negotiate over conditions which would be totally unacceptable or unnecessary for another country. Misunderstandings can easily arise during negotiations which can feel intimidating, especially in an environment which is unfamiliar. In this very interactive workshop, we help you heighten your awareness of the challenges of cross-cultural communication and prepare you to enter international negotiations with the right international mindset and skills.

## Destinatari

This course is designed for all Managers and staff involved in international negotiating processes across cultures.

## Contenuti

- Preparation for the negotiation – different cultural approaches for building rapport and trust
- Cultural differences in negotiating tactics such as haggling, stalling, changing demands, seeking concessions and closing deals
- Building awareness of your personal approach and expanding your portfolio of influencing styles
- Examining cultural differences in communication styles and habits – e.g. Germans love focusing on details, Italians focus more on the general open forum communication
- Key learnings for overcoming misunderstandings and conflicts across cultures
- Does 'yes' mean 'yes' or does it mean 'no'? - examining the use of the English language and how to prevent cross cultural miscommunication
- Knowing the appropriate etiquette of negotiations across cultures: greeting, meeting arrangements, entertaining, gift giving

## Didattica

This course is highly interactive and includes video extracts, example negotiations, case studies, role plays and presents a MANPOWER TOOL outlining the key skills needed for effective cross-cultural negotiations.

## LINGUE STRANIERE

## International Management Skills

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

How do you work with someone who's approach is logical and clearly right, but is the opposite of yours - which is also right?

How much should we make an effort to understand them when THEY don't seem to be making any effort to build a bridge towards us? It takes two to tango after all. This highly interactive workshop will provide answers to these questions.

**Destinatari**

This course is designed for all resources who have to deal regularly with customers and colleagues from different cultural backgrounds.

**Contenuti**

- To build awareness as to how a range of cultural diversity factors can impact on the productivity of working relationships – both at an emotional and rational level
- To apply tools, models and approaches in order to recognise, prevent and resolve intercultural issues in the workplace
- To build insight into cultural similarities and differences in management approaches between colleagues, international partners and clients
- To acquire skills to correctly manage written correspondence, especially at distance
- To develop a broader portfolio of influencing skills for different international contexts
- To learn to manage multicultural teams more effectively

**Didattica**

This is a highly interactive course including: experiential activities; video extracts for analysis; case studies; participant exchange and discussion and a MANPOWER TOOL (DIET) for developing cultural awareness, tolerance and adaptation skills.

## LINGUE STRANIERE

## International Leadership Skills

durata ✳ 1 giorno

**Obiettivi**

How Business leaders today find themselves increasingly working in an international context, moving from one culture to another. It means being able to direct and inspire people across cultures. To do this successfully is not simple. For instance: Italian managers need to be sensitive to the Japanese consensus-driven approach and courteous Asian leaders would need to adopt a more vigorous style in argumentative Holland. In this seminar we help business leaders unleash their intercultural potential by:

- analysing leadership styles in different cultures
- demonstrating how leadership qualities such as honesty, reliability, humility, courage and passion are exhibited and understood differently across cultures
- identify the necessary behaviours and skills necessary for intercultural management
- explore strategies for managing international teams.

**Destinatari**

This course is suitable for all people who have to lead individuals and teams with different cultural backgrounds and need to add to their present leadership skills.

**Contenuti**

- Preparation for the negotiation - different cultural approaches for building rapport and trust
- The challenges of international business
- What people look for in a leader - intercultural differences
- Different leadership styles - US, Europe, Asia
- Culture clashes in personal, organisational and national cultures
- Behavioural change - the logic and challenge behind adapting behaviour
- Cross-cultural communication - the challenges of communicating at distance
- An international competency set for managers
- Identifying a personal leadership development plan

**Didattica**

This course is highly interactive and includes: video extracts of exploring leadership approaches in different cultures; experiential exercises exploring international leadership skills; an analysis of the participants' individual style and areas for development and a MANPOWER TOOL to develop a leader's trust-building skills.

## LINGUE STRANIERE

## Comunicare con il mondo

**Obiettivi**

Conoscere e comprendere le lingue straniere è una prerogativa essenziale del successo professionale. L'obiettivo dei corsi è quindi quello di accrescere le competenze linguistiche dei partecipanti per interagire efficacemente con tutti i colleghi/partner, creando nuove opportunità sia a livello locale che internazionale. I contenuti grammaticali affrontati nelle sessioni teoriche vengono approfonditi e ampliati con attività pratiche (letture, conversazione, role-play, simulazioni) relative all'ambito dell'interesse specifico dei partecipanti.

**\* Corsi di lingue generici**

Inglese, Tedesco, Francese, Spagnolo, Arabo, Cinese, Italiano per stranieri, per tutti i livelli

**Destinatari**

I corsi sono rivolti a coloro che vogliono acquisire o consolidare le competenze e migliorare le abilità linguistiche per un proficuo utilizzo della lingua straniera in ambiti e contesti (sociali o professionali) non specialistici.

**Descrizione**

I corsi possono essere di gruppo (max 12 pax) o individuali. Il percorso didattico è articolato in moduli, ciascuno dei quali, indipendentemente dalla loro durata, persegue un obiettivo specifico coerente con il livello della classe o del partecipante. Ciascun modulo è articolato in sessioni teoriche finalizzate al consolidamento delle strutture grammaticali e sessioni pratiche (esercitazioni, simulazioni, role-play) relative all'ambito della socializzazione e della comunicazione.

**\* Corsi di lingue per ambiti specifici**

Affari e Finanza, Commercio, Turismo, Sanità, Giustizia, Ristorazione, Segreteria, Customer-Service e Call-Center, Trasporti, ecc...  
Livelli intermedio e avanzato

**Destinatari**

I corsi sono rivolti a coloro che vogliono acquisire o consolidare le competenze e migliorare le abilità linguistiche in uno specifico ambito lavorativo/professionale. I principali destinatari di questa tipologia di formazione sono professionisti, manager e quadri aziendali.

**Descrizione**

I corsi possono essere di gruppo (max 5 pax) o individuali. Il percorso didattico è articolato in moduli, ciascuno dei quali, indipendentemente dalla loro durata, persegue un obiettivo specifico coerente con il livello della classe o del partecipante. Ciascun modulo è articolato in sessioni teoriche finalizzate al consolidamento delle strutture grammaticali e sessioni pratiche (esercitazioni, simulazioni, role-play) relative all'ambito professionale e aziendale specifico. Particolare attenzione viene dedicata all'arricchimento del vocabolario di settore.

## INFORMATICA

## Connettersi con il mondo

**Obiettivi**

Sempre più persone entrano in contatto con gli altri attraverso le opportunità offerte dai nuovi sistemi multimediali e informatici che da semplice strumento si stanno trasformando in luogo di incontro ed apprendimento. L'obiettivo dei corsi di informatica è quello di fornire ai partecipanti nozioni base o avanzate, necessarie per l'utilizzo degli applicativi, per sviluppare e gestire presentazioni grafiche, fogli di calcolo, archiviazioni, ecc. nel proprio contesto lavorativo. I percorsi formativi prevedono esercitazioni pratiche sulle funzioni e potenzialità applicative nello specifico contesto lavorativo dei partecipanti al corso.

**\* Corso di informatica (base e avanzato)****Destinatari**

Rivolto a coloro che vogliono imparare o consolidare i concetti informatici per una migliore comprensione dell'utilizzo del PC.

**Descrizione**

L'acquisizione delle nozioni di informatica avverrà attraverso l'utilizzo di metodi volti a consolidare le competenze necessarie ad un buon utilizzo del PC. Saranno analizzati i principali software e pacchetti utilizzati nella pratica lavorativa comune.

**\* Corso di excel (base e avanzato)****Destinatari**

Rivolto a utenti che desiderano acquisire le conoscenze necessarie alla gestione di dati di vario genere attraverso l'uso del foglio elettronico.

**Descrizione**

L'acquisizione delle nozioni di excel avverrà attraverso l'utilizzo di metodi volti a consolidare le competenze necessarie ad un buon utilizzo del programma. Il corso insegna l'uso dei comandi e funzioni speciali di Excel con esercitazioni pratiche ed esempi anche su specifiche esigenze. Il corsista riuscirà a redigere un documento accuratamente formattato, saprà quali funzioni speciali usare e come un documento di un foglio elettronico può essere usato in ambito aziendale.

**\* Corso di access (base e avanzato)****Destinatari**

Rivolto a responsabili amministrativi e in generale a tutti coloro che hanno la necessità di approfondire la conoscenza di Access per realizzare applicativi.

**Descrizione**

Il Corso fornirà le conoscenze operative per la realizzazione di applicativi Access a supporto delle attività aziendali. Il corsista acquisirà le nozioni fondamentali per diventare autonomo nell'utilizzo e nell'implementazione degli elementi di un database.

# Corporate 2.0: le nuove frontiere della comunicazione aziendale

durata ✳ 1 giorno

## Obiettivi

Il fenomeno sociale del web 2.0 trasforma le relazioni e i processi di comunicazione. I nuovi sistemi di interscambio delle informazioni e di condivisione delle esperienze si stanno rivelando la vera rivoluzione sociale della nostra epoca. Il corso si propone di dare una panoramica delle opportunità offerte dai nuovi sistemi multimediali e informatici che da semplice strumento si stanno trasformando in luogo di incontro e apprendimento. Dal punto di vista sociale, ormai, si definiscono le persone 1.0 e 2.0 in relazione alla loro abilità di entrare in contatto, comprendere e utilizzare i nuovi strumenti di gestione delle informazioni. Il mondo aziendale ne è già influenzato e sempre di più il processo formativo e di sviluppo utilizzerà sistemi analoghi per la gestione della conoscenza e il rafforzamento delle relazioni senza sostituire la forza del contatto personale e reale: social network, wiki, blogs e podcast sono le nuove frontiere dell'apprendimento e dello sviluppo organizzativo nelle aziende 2.0.

## Destinatari

Responsabili della Comunicazione aziendale, marketing, IT.

## Contenuti

- Analisi critica dei casi e delle strategie di successo degli ultimi due anni e analisi delle tendenze dei nuovi media
- Simulazioni in gruppo per lo sviluppo di iniziative di Social Media Marketing e test in tempo reale dei punti di forza e dei punti deboli
- Esplorazione online dei contenuti e degli esempi di comunicazione e marketing che più colpiscono e incontrano il nostro commitment e mappatura della loro struttura relazionale e comunicazionale

## Didattica

Il corso utilizza tecniche d'aula che consentono sia l'approfondimento teorico che il coinvolgimento diretto dei partecipanti attraverso esercitazioni pratiche. Verranno illustrati i principali strumenti informatici a supporto della creazione di un vero e proprio Social Network.

# SCHEDA DI ISCRIZIONE

Inviare a:  
Manpower Formazione

a mezzo fax: 02 230033499  
e-mail: assistenti.formazione@manpower.it

## Titolo del corso

DATA CITTÀ

## Dati partecipante

NOME E COGNOME DATA DI NASCITA  
TITOLO DI STUDIO TEL.  
E-MAIL  
RUOLO RICOPERTO IN AZIENDA

## Dati azienda

RAGIONE SOCIALE SEDE LEGALE VIA  
CAP CITTÀ PROV. TEL.  
FAX E-MAIL  
SETTORE ATTIVITÀ N. DIP. FATTURATO 2010

## Destinazione fattura

RAGIONE SOCIALE O NOME E COGNOME  
SEDE VIA N. CAP  
CITTÀ PROV. PIVA/CF  
E-MAIL

## Modalità di partecipazione

### Iscrizione

L'iscrizione si effettua inviando a mezzo fax o e-mail la presente scheda di iscrizione, completa in ogni sua parte e munita di sottoscrizione e timbro aziendale, unitamente alla copia della contabile del bonifico bancario almeno 10 giorni di calendario prima dell'inizio del corso. In ragione del numero limitato dei posti, l'inserimento nell'elenco dei partecipanti avrà luogo in base alla priorità della data di ricevimento delle diverse schede di iscrizione.

### Quota di iscrizione e modalità di pagamento

La quota di partecipazione è di € 580,00 + IVA 20%.  
La quota comprende, oltre al diritto di partecipazione, i materiali didattici, l'attestato di partecipazione, i coffee-break e il/i pranzo/i.  
Il versamento della quota di partecipazione dovrà essere effettuato anticipatamente in un'unica soluzione secondo le modalità di seguito indicate:

Bonifico Bancario intestato a MANPOWER S.p.A.  
Divisione Formazione c/o BANCA POPOLARE DI MILANO  
IBAN: IT 12 K 05584 01600 000000068609

A seguito dell'avvenuto pagamento, Manpower Formazione provvederà ad inviare:

- a mezzo e-mail, conferma dell'inserimento nell'elenco dei partecipanti al corso;
- via posta, all'indirizzo di fatturazione, regolare fattura quietanzata.

### Modalità di disdetta

La disdetta dell'iscrizione deve essere effettuata a mezzo fax o e-mail e inoltrata allo stesso numero utilizzato per l'iscrizione, entro e non oltre il 10° giorno di calendario antecedente la data di inizio del corso. Suddetta comunicazione dà diritto alla restituzione dell'intero importo versato. Qualora la disdetta non pervenga entro il termine sopra indicato, non è previsto alcun rimborso e l'importo versato sarà interamente fatturato. È sempre consentita la sostituzione del partecipante iscritto con un altro dipendente dell'azienda.

### Sede dei corsi

I corsi si svolgono nelle città riportate nel Calendario, presso la sede indicata nella comunicazione di conferma dell'iscrizione, con il seguente orario: mattina 9:00 - 13:00; pomeriggio 14:00 - 18:00.

### Variatione del programma

Manpower Formazione si riserva il diritto di rinviare o annullare il corso, dandone comunicazione via fax o e-mail a tutti i partecipanti, entro 3 giorni lavorativi antecedenti la data di inizio del corso. In tal caso, Manpower Formazione sarà tenuta a restituire quanto già versato dal Cliente/Partecipante, senza null'altro dovere ad alcun titolo. Ai sensi dell'art. 1341 C.C. si approva espressamente la clausola relativa alla disdetta secondo le modalità ivi descritte.

DATA FIRMA E TIMBRO DELL'AZIENDA

### Privacy

I dati personali acquisiti con la presente Scheda di iscrizione sono raccolti per le finalità connesse alla partecipazione al corso ed allo svolgimento delle attività connesse. I dati vengono trattati, anche con l'ausilio di strumenti elettronici da parte del personale da noi incaricato, ovvero per il tramite di soggetti terzi, fornitori di servizi all'uopo nominati Responsabili. I suddetti dati potranno essere utilizzati anche per l'invio di informazioni inerenti la nostra attività ed i futuri programmi di formazione se esprimerà il consenso barrando l'apposita casella. I Suoi dati potranno essere comunicati all'interno del Gruppo Manpower, a dipartimenti o uffici in Italia o all'estero, anche in paesi al di fuori dell'Unione Europea, dove operano società facenti parte del Gruppo. Contitolare del trattamento dei dati, unitamente alle altre Società del Gruppo, è Manpower Formazione S.p.A., Via G. Rossini 6/8 - 20122 Milano, presso la quale possono essere esercitati i diritti di cui all'art.7 del D.Lgs. n. 196/2003. Per ulteriori informazioni in merito alle modalità e finalità di trattamento dei Suoi dati personali da parte di Manpower consultare il sito [www.manpower.it](http://www.manpower.it).

Consento all'utilizzo dei dati per ricevere materiale informativo sulle vostre attività.

DATA FIRMA

# SCHEDA DI ISCRIZIONE

Inviare a:  
Manpower Formazione

a mezzo fax: 02 230033499  
e-mail: assistenti.formazione@manpower.it

## Titolo del corso

DATA

CITTÀ

## Dati partecipante

NOME E COGNOME

DATA DI NASCITA

TITOLO DI STUDIO

TEL.

E-MAIL

RUOLO RICOPERTO IN AZIENDA

## Dati azienda

RAGIONE SOCIALE

SEDE LEGALE VIA

CAP

CITTÀ

PROV

TEL.

FAX

E-MAIL

SETTORE ATTIVITÀ

N. DIP.

FATTURATO 2010

## Destinazione fattura

RAGIONE SOCIALE O NOME E COGNOME

SEDE VIA

N.

CAP

CITTÀ

PROV.

PIVA/CF

E-MAIL

## Modalità di partecipazione

### Iscrizione

L'iscrizione si effettua inviando a mezzo fax o e-mail la presente scheda di iscrizione, completa in ogni sua parte e munita di sottoscrizione e timbro aziendale, unitamente alla copia della contabile del bonifico bancario almeno 10 giorni di calendario prima dell'inizio del corso. In ragione del numero limitato dei posti, l'inserimento nell'elenco dei partecipanti avrà luogo in base alla priorità della data di ricevimento delle diverse schede di iscrizione.

### Quota di iscrizione e modalità di pagamento

La quota di partecipazione è di € 580,00 + IVA 20%.

La quota comprende, oltre al diritto di partecipazione, i materiali didattici, l'attestato di partecipazione, i coffee-break e il/i pranzo/i.

Il versamento della quota di partecipazione dovrà essere effettuato anticipatamente in un'unica soluzione secondo le modalità di seguito indicate:

Bonifico Bancario intestato a MANPOWER S.p.A.  
Divisione Formazione c/o BANCA POPOLARE DI MILANO  
IBAN: IT 12 K 05584 01600 00000068609

A seguito dell'avvenuto pagamento, Manpower Formazione provvederà ad inviare:

- a mezzo e-mail, conferma dell'inserimento nell'elenco dei partecipanti al corso;
- via posta, all'indirizzo di fatturazione, regolare fattura quietanzata.

### Modalità di disdetta

La disdetta dell'iscrizione deve essere effettuata a mezzo fax o e-mail e inoltrata allo stesso numero utilizzato per l'iscrizione, entro e non oltre il 10° giorno di calendario antecedente la data di inizio del corso. Suddetta comunicazione dà diritto alla restituzione dell'intero importo versato. Qualora la disdetta non pervenga entro il termine sopra indicato, non è previsto alcun rimborso e l'importo versato sarà interamente fatturato. È sempre consentita la sostituzione del partecipante iscritto con un altro dipendente dell'azienda.

### Sede dei corsi

I corsi si svolgono nelle città riportate nel Calendario, presso la sede indicata nella comunicazione di conferma dell'iscrizione, con il seguente orario: mattina 9:00 - 13:00; pomeriggio 14:00 - 18:00.

### Variazione del programma

Manpower Formazione si riserva il diritto di rinviare o annullare il corso, dandone comunicazione via fax o e-mail a tutti i partecipanti, entro 3 giorni lavorativi antecedenti la data di inizio del corso. In tal caso, Manpower Formazione sarà tenuta a restituire quanto già versato dal Cliente/Partecipante, senza null'altro dovere ad alcun titolo. Ai sensi dell'art. 1341 C.C. si approva espressamente la clausola relativa alla disdetta secondo le modalità ivi descritte.

DATA

FIRMA E TIMBRO DELL'AZIENDA

### Privacy

I dati personali acquisiti con la presente Scheda di iscrizione sono raccolti per le finalità connesse alla partecipazione al corso ed allo svolgimento delle attività connesse. I dati vengono trattati, anche con l'ausilio di strumenti elettronici da parte del personale da noi incaricato, ovvero per il tramite di soggetti terzi, fornitori di servizi all'uopo nominati Responsabili. I suddetti dati potranno essere utilizzati anche per l'invio di informazioni inerenti la nostra attività ed i futuri programmi di formazione se esprimerà il consenso barrando l'apposita casella. I Suoi dati potranno essere comunicati all'interno del Gruppo Manpower, a dipartimenti o uffici in Italia o all'estero, anche in paesi al di fuori dell'Unione Europea, dove operano società facenti parte del Gruppo. Contitolare del trattamento dei dati, unitamente alle altre Società del Gruppo, è Manpower Formazione S.p.A., Via G. Rossini 6/8 - 20122 Milano, presso la quale possono essere esercitati i diritti di cui all'art.7 del D.Lgs. n. 196/2003. Per ulteriori informazioni in merito alle modalità e finalità di trattamento dei Suoi dati personali da parte di Manpower consultare il sito [www.manpower.it](http://www.manpower.it).

Consento all'utilizzo dei dati per ricevere materiale informativo sulle vostre attività.

DATA

FIRMA

