

**KEEP
IT
SIMPLE**



**CATALOGO
INTERAZIENDALE
• KIS 2022 •**

La **formazione a catalogo** è la risposta di KIS alle **esigenze** formative **specifiche** che vengono arricchite grazie al confronto e allo scambio di esperienze con colleghi di altre aziende. Prevede un'offerta formativa variegata frutto di un'attenta rilevazione e analisi del trend del mercato e delle richieste espresse dalle aziende, che si rinnova ogni anno, per adattarsi al meglio ai bisogni di imprese e persone.

Questi corsi rappresentano un'occasione importante di **networking**, consentono di sviluppare le competenze indispensabili al ruolo e sviluppano best practice, metodologie e strumenti utili per accrescere la professionalità dei partecipanti.

Gli interventi si compongono di fasi d'aula e di metodologie coinvolgenti, studiate per favorire il maggior coinvolgimento e interazione possibili, includendo:

ESERCITAZIONI PRATICHE

CASI AZIENDALI

PROJECT WORK

TESTIMONIANZE

ROLE PLAY

Tutti i programmi formativi sono concepiti e progettati internamente da team di formatori e consulenti esperti. Ciò garantisce un'omogeneità di contenuti, a prescindere da sede, edizione e formatore.

CATALOGO INTERAZIENDALE

BERGAMO · MILANO

COMUNICARE CON MAGGIORE IMPATTO

Parlare in pubblico: le basi del public speaking
Come costruire una presentazione efficace

COLLABORARE CON EFFICACIA

La gestione dei conflitti in azienda
L'intelligenza emotiva in azienda

FINANCE & LEGAL

Finance per non specialisti
Recupero crediti: normativa e aspetti legali

CUSTOMER CARE

Customer relationship management
Gestire reclami e richieste del cliente

HR ORGANIZATION

Smart Working
Tecniche e strumenti di ricerca e selezione del personale

MARKETING E COMUNICAZIONE

I Social Media nel Business
Digital revolution, strumenti per vivere e lavorare meglio nell'era digitale

AFFRONTARE CON SUCCESSO LA TRASFORMAZIONE DIGITALE

HR e digitalizzazione: opportunità e responsabilità
La trasformazione digitale e la crescita aziendale

FORMAZIONE INFORMATICA

Excel base, per essere operativi
Excel avanzato: calcolare e simulare

SPEDIZIONI E TRASPORTI

Incoterms 2020
Normative doganali nazionali e comunitarie

LINGUE

English for e-mailing
Public Speaking

COMUNICARE CON MAGGIORE IMPATTO

PARLARE IN PUBBLICO: LE BASI DEL PUBLIC SPEAKING

16 ORE · COSTO € 650+IVA

OBIETTIVI

- Fornire strumenti e tecniche finalizzate alla progettazione e alla gestione efficace di una presentazione in pubblico
- Utilizzare le regole della comunicazione efficace per suscitare interesse, presentare un discorso chiaro e comprensibile, consolidare la propria immagine pubblica e professionale
- Individuare i fattori motivanti del proprio 'pubblico' e le modalità comunicative più congrue
- Controllare l'emotività e saper gestire l'assenso e il dissenso di chi ascolta

CONTENUTI

Fondamenti di comunicazione

- La comunicazione verbale, paraverbale e corporea
- Elementi di comunicazione efficace
- Tecniche Vs processi spontanei

La presentazione

- Definire l'obiettivo della presentazione
- Le fasi operative della presentazione: argomenti, struttura del discorso, gestione del tempo
- Progettare l'intervento e preparare i materiali
- I concetti di decollo, volo e atterraggio

Tecniche per la gestione della presentazione

- Conoscere, analizzare e adattarsi all'uditorio
- La qualità della presenza: elementi di costruzione della relazione
- La comunicazione non verbale (gestualità, respirazione, postura e gestione dello spazio)
- Assertività e ascolto attivo nel Public Speaking
- Gestione di assenso, dissenso, domande e obiezioni
- Il contatto oculare
- L'uso della voce e le tecniche corporee di miglioramento
- Ansia e stress: tecniche di gestione dell'emotività nella prestazione
- Elementi di centratura attraverso il corpo: grounding
- Differenze culturali e di etichetta (es. paesi anglosassoni)
- Performance finale

I supporti per la comunicazione

- Il PowerPoint: come costruirlo e come comunicare attraverso di esso
- Supporti visivi: slide, immagini e fotografie
- Materiale multimediale e musica
- Le mappe mentali

METODOLOGIE

- La metafora teatrale
- Aula
- Simulazioni, riprese con telecamera, seguite da feedback
- Lettura in pubblico per calibrare la propria voce

COME COSTRUIRE UNA PRESENTAZIONE EFFICACE

16 ORE · COSTO € 750+IVA

OBIETTIVI

Il corso spiega i metodi per organizzare i contenuti di una presentazione in modo armonico, per strutturarli in maniera efficace al fine di ottenere il miglior risultato in ogni circostanza. È pensato per chi ha l'esigenza di presentare al meglio progetti e idee dinanzi ad un audience di business.

Nello specifico:

- Approfondire gli strumenti che rendono presentabili i messaggi, così come anche la capacità di raggiungere gli obiettivi della presentazione. Fare una presentazione efficace vuol dire anche conoscere la propria audience, perché non esistono regole valide per tutti
- Conoscere le basi della presentazione efficace
- Sapere indagare le caratteristiche dell'audience e adattare stile e contenuti a occasioni e pubblici diversi
- Conoscere metodologie ed hack per realizzare la presentazione perfetta
- Acquisire le tecniche adeguate di public speaking

CONTENUTI:

Le basi per la comunicazione efficace

- Identificazione della circostanza di presentazione: documento, piccolo gruppo, grande audience
- Definizione del target di comunicazione: raccolta informazioni sui partecipanti, definizione dei Social Style
- Strutturazione dei contenuti: sequenza di costruzione dei contenuti, Pyramid Principle, Executive Summary, Story Board

Hack per preparare e presentare al meglio

- Definizione del formato: layout di presentazione, Allineamenti, Forme, Colori
- Creazione dei contenuti; struttura, testi e grafica, foto e video
- Revisione e presentazione dal vivo: prepararsi alla presentazione e adattare il documento esercitare la presentazione e prepararsi a ogni evenienza

METODOLOGIE

- Aula
- Simulazioni, riprese con telecamera, seguite da feedback
- Lo Story Board
- Lettura in pubblico per calibrare la propria voce
- Condivisione supporti informatici

COLLABORARE CON EFFICACIA

LA GESTIONE DEI CONFLITTI IN AZIENDA

16 ORE · COSTO € 650+IVA

OBIETTIVI

- Comprendere il contesto per poter riconoscere e analizzare situazioni potenzialmente conflittuali
- Operare con una logica di prevenzione dei conflitti sviluppando relazioni interpersonali basate su fiducia e cooperazione
- Essere consapevoli delle fonti di conflitto, saperle riconoscere e governare
- Riconoscere il conflitto come *opportunità*
- Riconoscere i filtri percettivi che alterano la visione della realtà
- Superare le resistenze proprie e altrui nell'identificare e risolvere un problema

CONTENUTI

- Cos'è il conflitto? Tipologie di conflitto e origini del conflitto (divergenza, concorrenza, ostruzionismo e aggressione)
- Il sequestro emotivo e la teoria del doppio cervello
- La bellezza collaterale di situazioni conflittuali: perché il conflitto, se ben gestito, può accrescere la consapevolezza della persona e del team
- So-stare nel conflitto: strategie operative per una gestione costruttiva di situazioni conflittuali
- Comprendere il proprio stile di gestione di situazioni critiche (passivo, aggressivo, manipolatore e assertivo) e allenare l'assertività
- Sviluppare un approccio empatico: dietro ogni conflitto vi è una storia che aspetta di essere raccontata; tecniche di assunzione di prospettiva altrui
- Definire e allenare l'ascolto attivo (partecipato)
- Problem Solving: giungere ad un accordo comune sul problema e mantenere un approccio orientato alla soluzione
- La negoziazione win-win: La terza via possibile
- Conosci te stesso e passa all'Azione: identificare i propri killer (punti di debolezza), le fonti di attivazione e studiare delle strategie per aggirarli
- Action plan finale

METODOLOGIE

- Aula
- Role play
- Case study
- Simulazioni, riprese con telecamera, seguite da feedback

L'INTELLIGENZA EMOTIVA IN AZIENDA

16 ORE · COSTO € 750+IVA

OBIETTIVI

- Maturare autoconsapevolezza per guidare la propria crescita professionale
- Allenare l'autocontrollo per lavorare in maniera più efficace ed efficiente
- Sviluppare capacità empatiche, di ascolto attivo e di mediazione
- Approfondire le competenze necessarie per diventare leader esperti

CONTENUTI

Essere consapevoli dei propri vissuti emotivi e maturare un'effettiva consapevolezza di sé:

- Alfabetizzazione emotiva: stati, categorie e scale
- Legame tra sentimenti, comportamenti e prestazione
- Utilizzo pratico ed applicazione del percorso di intelligenza emotiva in 4 fasi
- Radicamento di consapevolezza emotiva con esercitazione
- I propri punti di forza e di debolezza e la fiducia in sé: autovalutazione, feedback e valutazione. Lo strumento del diario
- L'autoconsapevolezza come leva per il proprio sviluppo professionale

Saper esprimere e convogliare correttamente le proprie emozioni: migliorare la gestione di sé

- Mindfulness e Attentionness: allenare l'attenzione mentale
- I trigger emozionali: lavorare sugli impulsi
- Gestire le emozioni:
- Padronanza di sé e autocontrollo
- Gestione dello stress
- Allenamento sulle strategie di coping
- Processi decisionali, basi di oggettività e "reflective intelligence"

Coltivare l'empatia: sviluppare consapevolezza sociale

- Empatia: una capacità da allenare
- Identificare il proprio stile empatico e relazionale
- Abilità sociali: influenza, comunicazione, leadership, gestione del conflitto, collaborazione
- L'ascolto attivo: una tecnica assertiva
- Ricevere ed elaborare il messaggio: sintonizzarsi e comprendere l'interlocutore
- Rispondere con la certezza di aver capito: strumenti di ascolto evoluto

Sviluppare intelligenza sociale: migliorare la gestione delle relazioni

- Il proprio impegno
- Valorizzare sé e gli altri
- Leadership efficace che sviluppa relazioni profonde
- Tecniche e capacità di mediazione e negoziazione
-

METODOLOGIE

Training teatrale

- Team work
- Esercizi per conoscere/riconoscere le proprie Emozioni
- Esercizi per sviluppare l'Ascolto Attivo e l'Empatia
- Esercizi per riconoscere il Linguaggio Non Verbale
- Esercizi di concentrazione, respirazione, visualizzazione, ascolto e percezione del proprio corpo e dei propri stati d'animo, per sviluppare consapevolezza e padronanza di sé

FINANCE & LEGAL

FINANCE PER NON SPECIALISTI

16 ORE · COSTO € 650+IVA

OBIETTIVI

- Accrescere la capacità di lettura ed interpretazione economico-finanziaria d'impresa
- Sviluppare competenze di profitability analysis e di controllo di gestione dei costi
- Costruire un business plan impostando obiettivi e analisi delle performance

CONTENUTI

Il bilancio d'esercizio

- Definizione e finalità
- Documenti che compongono il bilancio d'esercizio

Interpretare i principali documenti contabili

- Il principio di competenza: rimanenze, ratei e risconti, ammortamenti
- Il conto economico
- Lo stato patrimoniale
- Strumenti propedeutici all'analisi di bilancio
- La riclassificazione del conto economico a margine di contribuzione
- La riclassificazione dello stato patrimoniale: criterio finanziario e criterio funzionale
- Break-even analysis

L'analisi per flussi

- Il flusso di cassa operativo
- Il flusso di cassa per investimenti/disinvestimenti
- Il flusso di cassa da rimborsi/nuovi finanziamenti
- Il flusso di cassa totale
- Fabbisogno finanziario e fonti di finanziamento

La redditività del capitale investito

- Il capitale circolante netto (CNN)
- Il capitale circolante netto operativo
- I giorni di incasso
- Cenni su DSO ed ageing
- I tempi di giacenza delle scorte
- I tempi di pagamento
- Il ciclo del circolante

Il costo del capitale

- Il costo dei mezzi propri
- Il costo del debito
- Il costo medio ponderato del capitale (WACC)

L'analisi per indici

- Redditività, liquidità, solidità ed efficienza

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Case study

RECUPERO CREDITI

NORMATIVA E ASPETTI LEGALI

8 ORE · COSTO € 350+IVA

OBIETTIVI

- Ottimizzare le procedure aziendali di gestione del credito
- Migliorare le performance dei dipendenti nello svolgimento delle attività di sollecito
- Perfezionare le competenze dei Credit Manager a supporto di comportamenti organizzativi
- Approfondire le nozioni fiscali e giuridiche in materia di credito finanziario e commerciale

CONTENUTI

Analisi del credito aziendale

- Strumenti di analisi
- Partitario clienti
- Aging
- Dso
- Monitoraggio dei clienti a rischio

Dall'analisi alla gestione del credito

- Il sollecito al cliente: tipi di sollecito e psicologia del recupero
- Modelli di sollecito scritto
- Tempistica e linguaggio del recupero
- Rintraccio anagrafico del debitore
- Invio lettera di costituzione in mora
- Esazione telefonica
- L'attività di prevenzione - Reporting & Monitoring

Aspetti giuridici generali del credito

- Quali sono i mezzi predisposti dalla legge per recuperare un credito
- Cosa significa "costituzione in mora" del debitore e quali sono gli effetti
- Il recupero crediti giudiziario: quando e come ricorrere all'intervento di un legale
- Che cos'è un decreto ingiuntivo: condizioni di emissione, provvisoria esecutiva e opposizione
- Quali garanzie si possono inserire in un contratto perché venga adempiuto
- Il recupero del credito contenuto in una cambiale
- Il recupero del credito in caso di pagamento avvenuto con assegno
- La possibilità di richiedere di interessi al debitore
- Il tasso di interesse legale
- Gli strumenti finanziari a supporto delle politiche commerciali
- Il credito commerciale verso gli enti pubblici
- Il credito commerciale verso l'estero

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Case study

CUSTOMER CARE

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

16 ORE · COSTO € 750+IVA

OBIETTIVI

- Comprendere cos'è un CRM e su quali principi si fonda
- Creare maggior valore per i propri Clienti rispetto alla concorrenza attraverso un approccio personalizzato
- Conoscere le principali tipologie e soluzioni CRM e le logiche di utilizzo
- Scoprire i processi aziendali gestibili attraverso un applicativo CRM
- Proporre esempi pratici di gestione dati
- Fornire la competenza necessaria alla scelta strategica di adottare una soluzione CRM nella propria realtà aziendale
- Acquisire la competenza per sapere come sfruttare in modo strategico una soluzione CRM già presente nella realtà aziendale

CONTENUTI

- Definizione di CRM
- La gestione del marketing relazionale per incrementare il valore del Cliente
- Le opportunità offerte dalle nuove tecnologie per un approccio one to one
- Sviluppare in azienda un progetto di CRM
- Analisi costi benefici di un progetto di CRM
- La ridefinizione del processo di gestione del rapporto con il Cliente
- Soddisfare la Clientela con un approccio personalizzato
- La logica del CRM in azienda
- I benefici del CRM in azienda
- Analisi di casi reali di CRM
- Employee Empowerment: come responsabilizzare le persone in modo che eccellano nel servizio al cliente
- Integrazione del CRM con sito, social e piattaforme di e-commerce
- La gestione di una campagna di marketing
- La gestione del processo e delle fasi della vendita
- Costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Case study

GESTIRE RECLAMI E RICHIESTE DEL CLIENTE

8 ORE · COSTO € 400+IVA

OBIETTIVI

Nell'ottica della centralità del cliente è fondamentale saper rispondere in modo efficace ed efficiente alle richieste del cliente. Per far questo sono necessarie ottime capacità comunicative, ma anche d'ascolto e di risoluzione di problemi. Nello specifico il corso proposto si prefigge di offrire gli strumenti per:

- Capire il cliente e la sua centralità nello sviluppo di un'azienda
- Comprendere l'importanza della relazione e della fidelizzazione con il cliente
- Imparare a gestire i reclami e gli stati emotivi negativi nella relazione con il cliente
- Misurare e indagare la soddisfazione per creare un clima di miglioramento continuo

CONTENUTI

- Il cliente questo s...conosciuto
- La matrice di Ansoff
- La fidelizzazione
- Il problema di base della fidelizzazione
- Sviluppare relazioni con i clienti
- Creazione di valore, soddisfazione e fedeltà del cliente
- Valore percepito dal cliente
- Customer Behaviour: analisi del comportamento del cliente
- Misurare la soddisfazione del cliente
- Gestione delle insoddisfazioni: i reclami
- La tecnica Feel, Felt, Found per gestire clienti insoddisfatti
- Il valore del cliente: CLV (Customer Lifetime Value)
- Indagare la soddisfazione del cliente
- Il Net Promoter Score

METODOLOGIE

- Aula
- Role play
- Esercitazioni
- Case study

HR ORGANIZATION

SMART WORKING

8 ORE · COSTO € 400+IVA

OBIETTIVI

Il corso mira a fornire contenuti, metodi e strumenti per disegnare una formula di Smart Working efficace, efficiente ed economica, ma soprattutto coerente con le necessità, le dimensioni e le caratteristiche di ogni organizzazione.

CONTENUTI

- Definizione di smart working e ambiti di applicazione
- Vantaggi e criticità
- Impatto dello smart working sulle persone
- Investire sulle persone e leve motivazionali
- Strumenti per una mappatura e revisione inclusiva dei processi organizzativi
- Sviluppare un piano di smart working
- Le nuove tecnologie e la leadership manageriale

METODOLOGIE

- Aula
- Role play
- Esercitazioni
- Case study

TECNICHE E STRUMENTI DI RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE

16 ORE · COSTO € 750+IVA

OBIETTIVI

- Conoscere fasi e strumenti del processo di Ricerca e Selezione
- Approfondire e padroneggiare la fase del colloquio/intervista
- Creare un network di profili professionali validi per evitare ogni disfunzione organizzativa

CONTENUTI

Introduzione

- Il mercato interno ed esterno del lavoro
- Il panorama attuale e la diffusione della rete e dei Social Media
- Web 2.0, Social Network e l'affermazione dell' e-recruiting

Il Social Media Recruiting

- Lo scenario del recruitment online
- Candidati, profili e digital reputation
- Il ruolo del recruiter e la costruzione del suo brand

Le fonti di reclutamento

- Autocandidature, Placement, Associazioni datoriali, inserzioni, agenzie e società esterne
- I social network: Facebook, Instagram e LinkedIn
- Il sito aziendale, i blog e le piattaforme di crowdsourcing
- Differenze tra metodi tradizionali e digital recruitment

La Job Analysis

- Positions, Job description e screening curricula
- Gli strumenti di valutazione (intervista, test e questionari, assessment center, ...)

L'intervista - Gestione della relazione

- Obiettivi e preparazione
- Fasi, temi e domande
- Comportamento, atteggiamenti e ruolo degli interlocutori
- Relazione intervistatore/intervistato

L'intervista - Valutazione del candidato

- Analisi del contenuto delle risposte
- L'interpretazione della personalità e della motivazione
- Principali errori nella valutazione del candidato
- Job profile

L'inserimento in azienda

- Strumenti contrattuali e legislativi
- Tool organizzativi (mentoring, coaching, training on the job)

METODOLOGIE

- Aula
- Questionari
- Esercitazioni
- Case study

MARKETING E COMUNICAZIONE

I SOCIAL MEDIA NEL BUSINESS

16 ORE · COSTO € 650+IVA

OBIETTIVI

Acquisire tecniche operative per utilizzare i social media in ottica business to business.
Differenziare le proprie strategie comunicative tramite l'utilizzo dei principali social media (Facebook, Instagram, LinkedIn), imparando ad usarli in maniera efficace a seconda del target.

CONTENUTI

- Scenario Social Media in Italia
- Definire gli obiettivi della presenza social B2B e sviluppare una presenza social coerente
- Definizione strategica del social marketing integrato
- Redigere un piano editoriale accurato e scadenzato
- Facebook: come creare e gestire la pagina aziendale, come ampliare i contatti
- Facebook: contenuti e tipologie di post; come creare post di successo
- Facebook ADS: come creare una campagna informativa pubblicitaria
- Come trovare un pubblico selezionato e ottenere il massimo
- Instagram: come creare e gestire un profilo
- Come sfruttare tutti i suoi strumenti: dalle stories all'ads
- Perché il B2B funziona sui social media
- Creare contenuti utili (video, ebook e webinar) che piacciono ai clienti
- LinkedIn per le aziende: come definire le nuove strategie
- Pubblicare informazioni utili ai propri target di clientela creando un profilo LinkedIn, una pagina aziendale o un gruppo di discussione
- Generare fiducia per ottenere contatti: il social selling
- L'ascolto delle conversazioni online e l'individuazione dei luoghi di discussione per cogliere nuove opportunità di business
- La possibilità di comunicare direttamente agli stakeholder e ai decision maker
- Sviluppare al meglio la propria rete di contatti in ottica B2B
- Integrare le proprie strategie social monitorandone i risultati e inserirli nei sistemi di Social CRM
- Social media manager: come organizzare il lavoro
- Tecniche per comunicare efficacemente sui social network
- Come gestire più social network contemporaneamente con la social media automation

METODOLOGIE

- Aula
- Role play
- Esercitazioni
- Simulazioni
- Case study

DIGITAL REVOLUTION

STRUMENTI PER VIVERE E LAVORARE MEGLIO NELL'ERA DIGITALE

16 ORE · COSTO € 650+IVA

OBIETTIVI

Le opportunità di business offerte dal web e dai social media sono ormai veramente numerose, così come lo sono i canali e gli strumenti che possiamo utilizzare. L'azienda dispone di una serie di "digital tool" pronti, per essere utilizzati in maniera efficace e performante. Diviene quindi fondamentale acquisire la consapevolezza sulla rivoluzione di comportamenti, abitudini sociali e lavorative cui è soggetta la nostra epoca ed approfondire il Digital revolution scoprendo alcuni strumenti strutturati per una comprensione dell'innovazione portata in azienda dalla rivoluzione tecnologica. Diviene fondamentale presentarsi sul mercato con una strategia di marketing a 360°, in modo da comunicare efficacemente e dare visibilità al proprio prodotto o servizio.

CONTENUTI

- Organizzazioni tecnologiche: i processi in atto nei cambiamenti tecnologici che investono le imprese e le organizzazioni in generale
- Evoluzione umana e sviluppo tecnologico: come e perché lo sviluppo tecnologico influenza l'evoluzione umana
- Vita da schermo: perché ci piace così tanto il mondo digitale?
- L'importanza dei social media nella comunicazione aziendale
- Il sito: lo strumento cardine di una strategia di web marketing
- Gli ingredienti per un sito efficiente ed efficace
- Analisi dei dati del sito internet (Google Analytics)
- Il blog al centro dei contenuti
- Utilizzo problematico di Internet: i fattori che ne prevengono gli effetti e che sviluppano un utilizzo funzionale del web
- Creativity: come sviluppare reti creative
- Robot e creatività: come e perché i robot possono supportare la creatività umana
- Networking e reti sociali
- Monitorare e analizzare il web reputation
- Il copyrighting per le immagini

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Simulazioni
- Case study

AFFRONTARE CON SUCCESSO LA TRASFORMAZIONE DIGITALE

HR E DIGITALIZZAZIONE: OPPORTUNITÀ E RESPONSABILITÀ

16 ORE · COSTO € 750+IVA

OBIETTIVI

- Identificare i cambiamenti (tecnologici, sociali, generazionali) e il loro impatto sulle persone, le modalità di organizzazione del lavoro, le organizzazioni e la gestione delle risorse umane
- Comprendere come valutare la maturità digitale dell'organizzazione
- Predisporre un modello di competenze che consideri le necessità della digitalizzazione
- Affrontare gli effetti delle nascenti modalità di lavoro: lavoro in remoto, smart working, BYOD, professional social networking

CONTENUTI

- Identificare l'effetto della trasformazione digitale sul lavoro
- Come l'evoluzione digitale sta trasformando il nostro modo di relazionarci e lavorare insieme
- Identificare le competenze digitali per il domani
- Come accompagnare i manager nel rinnovamento del loro ruolo: dalla gestione in presenza all'integrazione a distanza
- Digital recruiting
- Sourcing, e-reputation, employer branding, e-ethics
- La comunicazione digitale e regolazione sociale (opportunità e rischi)
- La formazione nell'era digitale: multimodal training & learning experience
- Capitalizzazione, trasferimento e diffusione di conoscenze e know-how
- Comunità di pratica e knowledge management 2.0
- Performance e Talent Management
- Le nuove potenzialità della digitalizzazione

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Simulazioni
- Case study

LA TRASFORMAZIONE DIGITALE E LA CRESCITA AZIENDALE

16 ORE · COSTO € 750+IVA

OBIETTIVI

- Comprendere le sfide della trasformazione digitale in azienda
- Acquisire una panoramica della trasformazione digitale e relative competenze chiave
- Azionare le leve organizzative, manageriali e umane
- Ripensare il proprio modello di business in chiave digitale per affrontare la trasformazione digitale come leva di crescita della propria attività o dell'unità di business

CONTENUTI

- Comprendere e integrare la nascita delle nuove professioni: Community Manager, Responsabile del trattamento dei dati, Data Scientist...
- Identificare il contesto e i protagonisti, chiarire il ruolo delle tecnologie digitali: mobile, social media, di analisi, il cloud computing, oggetti connessi
- Individuare e sviluppare nuove competenze digitali
- La funzione HR nell'ambito di una trasformazione digitale dell'azienda: coaching, training, formazione...
- Promuovere l'uso dei social media come strumenti di collaborazione, social network aziendali
- Il legame tra sfida e competenza: le variabili tecniche e relazionali che guidano l'ottenimento della massima performance
- Resistenza passiva vs proattività
- Sviluppare una strategia digitale
- Digitalizzare la mentalità: rivedere il proprio modello di business nell'era digitale
- Identificare i fattori di successo in un progetto di trasformazione digitale
- Dal management alla leadership

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Simulazioni
- Case study

FORMAZIONE INFORMATICA

EXCEL BASE, PER ESSERE OPERATIVI

16 ORE · COSTO € 550+IVA

OBIETTIVI

Apprendere le caratteristiche dei fogli elettronici e l'uso di tutti quei 'trucchi' che permettono di velocizzare il lavoro mediante la risoluzione pratica di problemi e approfondendo le funzionalità di MS Excel.

CONTENUTI:

- Uso del foglio di calcolo
- Gestione celle e formattazione
- Immissione e modifica dei dati
- Gestione delle formule e dei collegamenti
- Formattazione fogli di calcolo
- Applicare Funzioni fondamentali
- Ordinamenti e filtri
- Gestione elenchi e dati
- Creazione e gestione di grafici
- Produzione e stampa di fogli e grafici
- Cenni: tabelle grafici Pivot, Macro

•

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Simulazioni
- Case study

FORMAZIONE INFORMATICA

EXCEL AVANZATO: CALCOLARE E SIMULARE

16 ORE · COSTO € 550+IVA

OBIETTIVI

Implementare le conoscenze di excel per essere indipendenti e autonomi nella gestione dell'applicativo.

CONTENUTI

- Lavorare con più fogli di calcolo
- Ordinamenti e filtri (automatici e avanzati)
- Subtotali, strutture e raggruppamenti
- Funzioni di ricerca verticale e orizzontale, formule di confronto
- Collegamento statico e dinamico tra fogli
- Tabelle Pivot e grafici Pivot
- Uso degli strumenti Pivot
- Uso di funzioni logiche e matematiche
- Uso di funzioni annidate e complesse
- Applicazione di formule tridimensionali
- Intervalli di consolidamento multipli
- Gestione di controlli ActiveX
- Gestione delle Macro di Excel
- Gestione di archivi dati integrati (su file diversi)
- Utilizzo del VBA Editor
- Interpretazione e creazione di listati Visual Basic
- Proprietà oggetti e visibilità
- Caricamento applicazioni esterne
- Creazione e gestione di User-form con codice

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Simulazioni
- Case study

SPEDIZIONI E TRASPORTO

INCOTERMS 2020

8 ORE · COSTO € 450+IVA

OBIETTIVI

Le nuove Regole Incoterms® 2020 entreranno in vigore a partire dal 1° gennaio prossimo. Il corso affronta i 4 aspetti fondamentali che tipicamente caratterizzano un'operazione commerciale internazionale: contratto di vendita, contratto di trasporto e assicurazione, procedure doganali, strumenti di pagamento. Elementi che, pur essendo regolati da strumenti distinti, devono necessariamente essere concordati da venditore e compratore in via preventiva e non divergere tra loro se si vuole ottenere il buon esito dell'operazione.

CONTENUTI

- incoterms 2020 e contratti
- incoterms 2020 e contratto di trasporto e coperture assicurative
- incoterms 2020 e aspetti doganali
- incoterms 2020 e condizioni di consegna e di pagamento

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Case study

NORMATIVE DOGANALI NAZIONALI E COMUNITARIE

16 ORE · COSTO € 750+IVA

OBIETTIVI

- Acquisire le competenze per poter operare correttamente nel settore a livello nazionale e internazionale senza commettere errori formali
- Acquisire le competenze per la corretta gestione delle procedure per l'effettuazione delle spedizioni nazionali ed internazionali verificando la correttezza del flusso documentale di accompagnamento per l'uscita, il trasporto e l'ingresso delle merci sull'intero territorio comunitario

CONTENUTI

La dogana: fonti del diritto comunitario e nazionale

- Unione doganale e mercato interno
- Le fonti del diritto doganale comunitario e la Corte di Giustizia delle Comunità Europee; principali novità introdotte dal Reg. 952/2013 che istituisce il nuovo Codice Doganale Comunitario
- Territorio doganale della comunità
- Disciplina comunitaria del valore e dell'origine delle merci
- Regimi doganali di circolazione: transito comunitario esterno, transito comune, carnet TIR e carnet ATA, sistema di transito informatizzato (NCTS)
- Le fonti del diritto doganale nazionale

La dogana: disposizioni d'applicazione e casi pratici

- Programma d'azione: Dogana 2020 (2014/2020)
- Il formulario unico
- La mutua assistenza amministrativa
- Arrivo e partenza delle merci nel territorio doganale della Comunità
- Le destinazioni doganali
- Regimi doganali economici:
 - *immissione in libera pratica delle merci e importazione definitiva*
 - *depositi doganali e IVA*
 - *il perfezionamento attivo e passivo*
 - *l'ammissione temporanea*
 - *la trasformazione sotto controllo doganale*
 - *l'esportazione definitiva*
 - *la rispedizione*
- I regimi previsti dal Codice Doganale Comunitario: importazione, esportazione e regimi sospensivi
- La rappresentanza in dogana (organica, diretta, indiretta)
- Elementi di base per l'applicazione dei dazi doganali
- L'accertamento doganale
- Zone franche e depositi franchi
- Lotta contro la frode

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Case study

LINGUE

ENGLISH FOR E-MAILING · IN ENGLISH

16 ORE · COSTO € 650+IVA

OBIETTIVI

Apprendere e praticare l'arte dello scrivere in inglese per migliorare le performance lavorative.

CONTENUTI

- Introduzione alla comunicazione scritta d'impatto
- La scelta del destinatario più adeguato nella comunicazione scritta
- La scelta del titolo/oggetto nelle e-mail: come invogliare alla lettura e catturare l'attenzione
- La scelta del linguaggio, del tono di scrittura e dei contenuti da esporre
- Tecniche per semplificare il messaggio e per renderlo più efficace e leggibile
- Tecniche per adattare il linguaggio ai canali comunicativi dell'interlocutore
- Tecniche per stilare un'agenda, i memo, i report e le informative
- Il layout grafico della comunicazione scritta: il visual appeal
- L'ortografia, la punteggiatura, l'uso delle maiuscole, paragrafi e interlinee, elenchi puntati
- Il corpo del testo, conclusioni e saluti

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Case study

PUBLIC SPEAKING · IN ENGLISH

16 ORE · COSTO € 750+IVA

OBIETTIVI

- Apprendere e praticare l'arte oratoria in inglese per migliorare le performance lavorative ed acquisire maggiore sicurezza nel parlare in pubblico utilizzando la lingua universale

CONTENUTI

- Introduzione al tema: la retorica e l'arte della persuasione • Come rendere partecipe il pubblico
- Come riconoscere i segnali di gradimento e di rifiuto
- Come superare l'ansia e la paura del pubblico
- Il linguaggio non verbale: lo sguardo, la postura, la prossemica e la gestione dello spazio
- Il linguaggio para-verbale: i differenti tipi di pausa, tono, volume e ritmo
- Il linguaggio verbale: cosa dire e non dire, come dirlo
- Le fasi del discorso: saper iniziare e concludere tra gli applausi
- I fattori che amplificano l'efficacia del messaggio
- Il segreto dei grandi comunicatori: come convincere e sedurre la platea

METODOLOGIE

- Aula
- Esercitazioni
- Case study
- Role play

SEDI DEL CORSO

Bergamo · Via Ghislandi, 57
Milano · *sede da confermare*

MODALITA' DI ISCRIZIONE

L'iscrizione può essere fatta mediante il modulo on line entro una settimana dall'avvio del corso.
Le iscrizioni saranno accolte secondo l'ordine di ricevimento, fino ad esaurimento posti.
La realizzazione del corso è subordinata al raggiungimento del numero minimo di iscritti.

La quota dal secondo partecipante in poi, della stessa azienda, è scontata del 20%

Per il pagamento si prega di effettuare un bonifico bancario:

BANCA POPOLARE DI SONDRIO

Filiale 121 · Bergamo

IBAN IT81 V056 9611 1000 0000 6577 X07

RIFERIMENTI

Silvia Piano

T +39 035 210543

E info@keepitsimple.it