

The background features a light pink gradient. On the left side, there are several overlapping, semi-transparent shapes in shades of green, blue, purple, orange, and red. A speech bubble with a black outline is positioned in the upper right quadrant. The text 'Soft Skill Lab' is written in a bold, blue, sans-serif font on the right side of the page.

# Soft Skill Lab







# Indice

## 04 SELF MANAGEMENT

- 05 La comunicazione efficace
- 06 La palestra del feedback
- 07 Time Management
- 09 L'intelligenza emotiva
- 10 La fiducia verso sè stessi, gli altri e la fiducia per forza
- 11 Public speaking
- 12 Resilienza: reagire alle difficoltà e gestire lo stress

## 14 MANAGEMENT SKILLS

- 15 La motivazione dei collaboratori
- 16 Da manager a leader: la gestione della complessità
- 17 Problem solving creativo con il pensiero laterale
- 18 Decision making
- 19 Team working

## 20 SALES

- 21 Vendita telefonica
- 22 Gestione del cliente nel processo di vendita
- 23 Tecniche di negoziazione efficace
- 24 Vendita consulenziale
- 25 Gestire la forza vendita

## 26 DIGITAL TOOLS

- 27 Comunicazione digitale
- 28 Presentazioni efficaci
- 29 Social media marketing
- 30 Digital branding e reputation
- 31 LinkedIn per il networking e il business

## 32 PERCORSI DI COACHING

## 33 FORMAZIONE FINANZIATA

## 34 ADESSO TOCCA A TE



# Self Empowerment



ID 1.1

# LA COMUNICAZIONE EFFICACE

## Obiettivi

Conoscere modalità e tecniche per garantire un'ottima comunicazione aziendale. Il percorso formativo fornisce ai partecipanti gli strumenti per aumentare l'impatto della propria comunicazione nelle relazioni con gli altri. Migliorare la capacità di destare interesse e curiosità nelle altre persone, essere maggiormente a proprio agio, sperimentare in prima persona le tecniche per esprimere quello che desideriamo nel modo migliore per la nostra audience.

## Argomenti

- La comunicazione interpersonale: assiomi, assunti, regole e condizioni di efficacia
- Le diverse forme del comunicare: verbale, non verbale, paraverbale, scritta
- Dalle capacità comunicative alla competenza comunicativa
- Adattare la comunicazione ai diversi contesti
- Comunicazione a una e due vie
- Ascolto attivo, Ascolto Empatico
- Capire i colleghi: domande aperte e chiuse
- Comunicare per entrare in sintonia con gli altri

## Destinatari

Coloro che intendono migliorare le relazioni con i propri collaboratori, colleghi e superiori, affinando le proprie capacità comunicative

## Durata

2 giornate



ID 1.2

# LA PALESTRA DEL FEEDBACK

## Obiettivi

Il feedback è lo strumento di comunicazione più importante e spesso sottovalutato nelle relazioni personali e lavorative in tutte le sue sfumature: attivo, confermativo, costruttivo... Quanto conta saper comunicare attraverso un corretto uso del feedback e nel rispetto delle varie fasi del processo comunicativo? Come reagisce il nostro cervello di fronte a due differenti stili comunicativi e come si prepara a controbattere?

## Argomenti

- A cosa serve il feedback
- Cosa non è un feedback
- Feedback confermativo
- Feedback costruttivo
- Il feedback e la comunicazione

## Destinatari

Manager, Team Leader, Capi Reparto che gestiscono collaboratori.  
Gruppi di lavoro/sales che gestiscono risorse

## Durata

1 giornata



ID 1.3

# TIME MANAGEMENT

## Obiettivi

Poco tempo, tante cose da fare, moltissime richieste e mille risposte da dare... il tutto amplificato dalla società attuale in "connessione continua"; la corretta gestione del tempo richiede un forte orientamento alla pianificazione, al bilanciamento tra vita professionale e vita privata, al valore nell'agire individuale e di gruppo di ogni giorno.

Il corso approfondisce la risorsa tempo, fornendo i fondamentali per impostare e definire le attività quotidiane su criteri di importanza/urgenza/sistema valoriale attraverso un approccio teorico - esperienziale.

## Argomenti

- Cosa è il tempo
- I fondamentali della organizzazione del proprio tempo
- Importante/urgente
- Valori e Delega

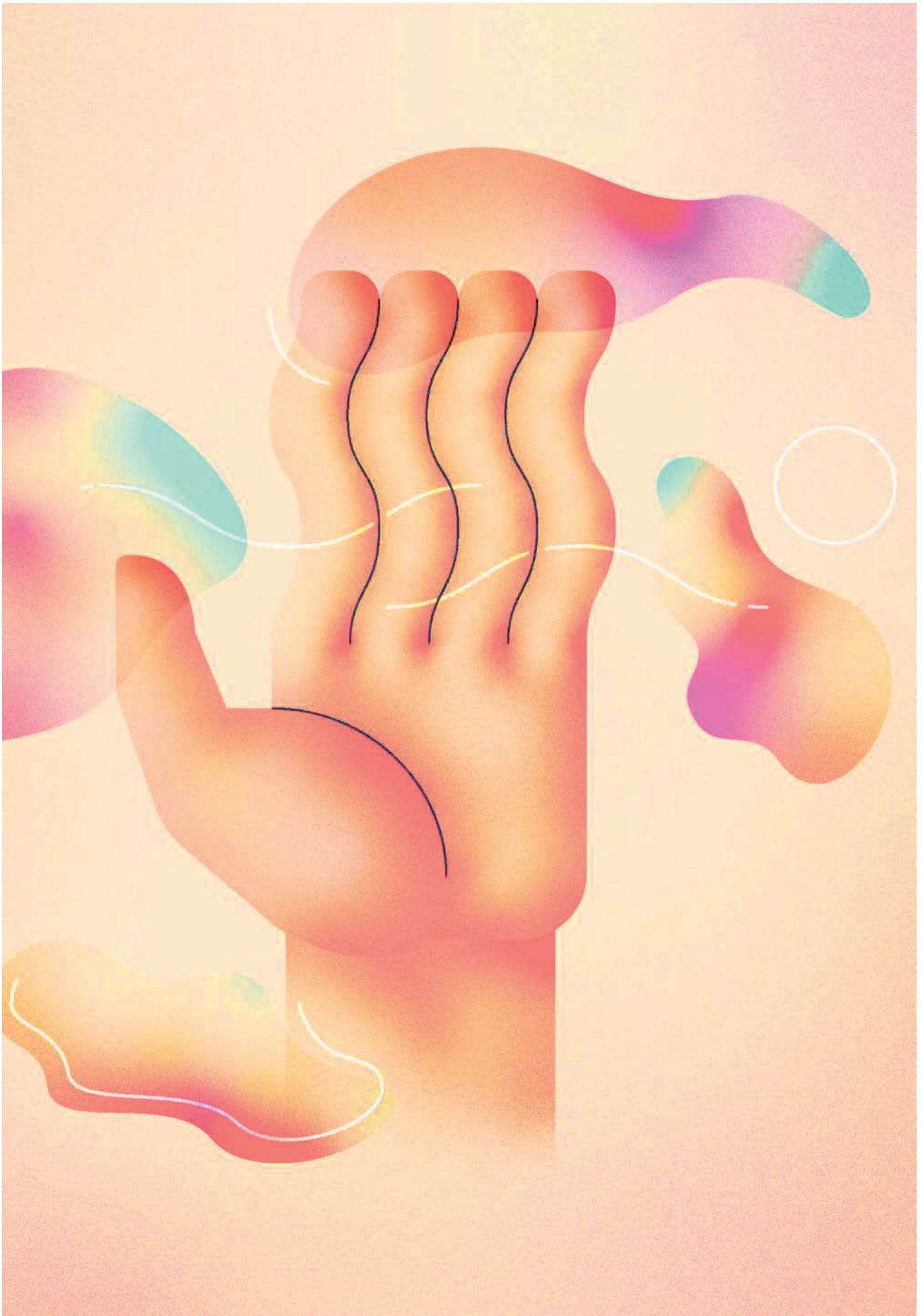
## Destinatari

Chiunque intenda utilizzare al meglio la propria energia e migliorare la propria produttività attraverso una gestione ottimale della "risorsa tempo".

## Durata

1 giornata





ID 1.4

# L'INTELLIGENZA EMOTIVA LA CHIAVE DEL SUCCESSO

## Obiettivi

Cosa sono le emozioni? In che modo posso riconoscerle e cogliere le loro numerose sfumature? Come mai a volte siamo vittime di veri e propri "sequestri emozionali"? Come posso gestirli al meglio? Il corso illustra cosa accade quando mi avvicino al limite della "finestra di tolleranza" e fornisce gli strumenti da attivare per esserne consapevole e gestire in modo efficace la situazione.

## Argomenti

- Che cos'è l'Intelligenza Emotiva
- L'iceberg delle emozioni
- I quadranti delle emozioni
- Il sequestro emotivo
- Strategie per uscire dal sequestro emotivo

## Destinatari

Manager, Team Leader, Responsabili che gestiscono collaboratori.  
Capi di nuova nomina

## Durata

1 giornata



ID 1.5

# LA FIDUCIA VERSO SÉ STESSI, GLI ALTRI E LA FIDUCIA PER FORZA

## Obiettivi

Gary Baker, premio Nobel per l'economia disse che: "l'80% del valore di un'impresa è dato dagli elementi intangibili del capitale umano". Come sempre la differenza la fanno le persone. Il percorso analizza gli elementi essenziali per costruire la fiducia in sé stessi, per saper dare, mantenere e sviluppare la fiducia all'interno della propria azienda, fornendo i passi operativi e concreti per rendere questo processo fattibile e applicabile.

## Argomenti

### **FIDUCIA IN SE'**

- Resilienza, auto motivazione e fiducia personale
- La voce giusta per ogni conversazione, anche con noi stessi

### **FIDUCIA NEL GRUPPO**

- Ascolto attivo e relazione: destrutturare i concetti mentali legati alla sfiducia personale e ristrutturarsi con le tecniche di improvvisazione teatrale
- L'approccio neutrale e no-label per dare fiducia alle proposte altrui
- Errore personale e equilibrio condiviso: pazienza, concentrazione, non competitività e creatività, per aver fiducia nel lavoro di squadra

### **FIDUCIA NELL'AZIENDA**

- Una cultura d'Impresa tra reciprocità e responsabilità
- Esemplicità del management e proattività dei collaboratori

## Destinatari

Tutti coloro che abbiano l'esigenza di migliorare le proprie capacità relazionali, manageriali e organizzative

## Durata

da 1 a 3 giornate

ID 1.6

## PUBLIC SPEAKING

### Obiettivi

Guidare le persone nell'affrontare con un più elevato livello di sicurezza personale e con maggiore efficacia presentazioni, relazione interne meeting in presenza e virtuali, conference call. Illustrare le tecniche di public speaking che valorizzino la capacità del relatore di ottenere attenzione, partecipazione attiva e condivisione in merito a quanto proposto dal relatore. Presentare metodologie per la progettazione di interventi e per la realizzazione di supporti multimediali.

### Argomenti

#### **ELEMENTI TECNICI DI UNO SPEECH:**

- La preparazione: obiettivo, struttura, la scaletta, contenuti, registro linguistico
- La presentazione: aspetti pratici
- Tips: gestire lo stress, gestire le domande, aumentare la fiducia in sé e valorizzare le proprie proposte

#### **L'ARTE DI PARLARE IN PUBBLICO**

- L'uso della voce e del corpo
- La gestione delle Emozioni
- Catturare l'attenzione del pubblico

### Destinatari

Manager, Team Leader, Responsabili che gestiscono collaboratori.  
Capi di nuova nomina .

### Durata

1 - 2 giornate



ID 1.7

## RESILIENZA: REAGIRE ALLE DIFFICOLTÀ E GESTIRE LO STRESS

### Obiettivi

La resilienza è la capacità di un individuo di affrontare e superare un evento traumatico o un periodo di difficoltà senza esserne indebolito. Obiettivo del corso è sviluppare la sicurezza e l'equilibrio per gestire sé stessi in modo costruttivo anche nelle situazioni difficili, saper dare il necessario sostegno a sé stessi e ai colleghi. Impegnarsi intenzionalmente a rendersi fisicamente e mentalmente più sani, lucidi ed efficienti. Dimostrare determinazione e perseveranza nelle avversità mantenendo il focus sugli aspetti di positività e soddisfazione. Tenere sotto controllo i fattori di stress a favore dell'efficacia e del benessere professionale.

### Argomenti

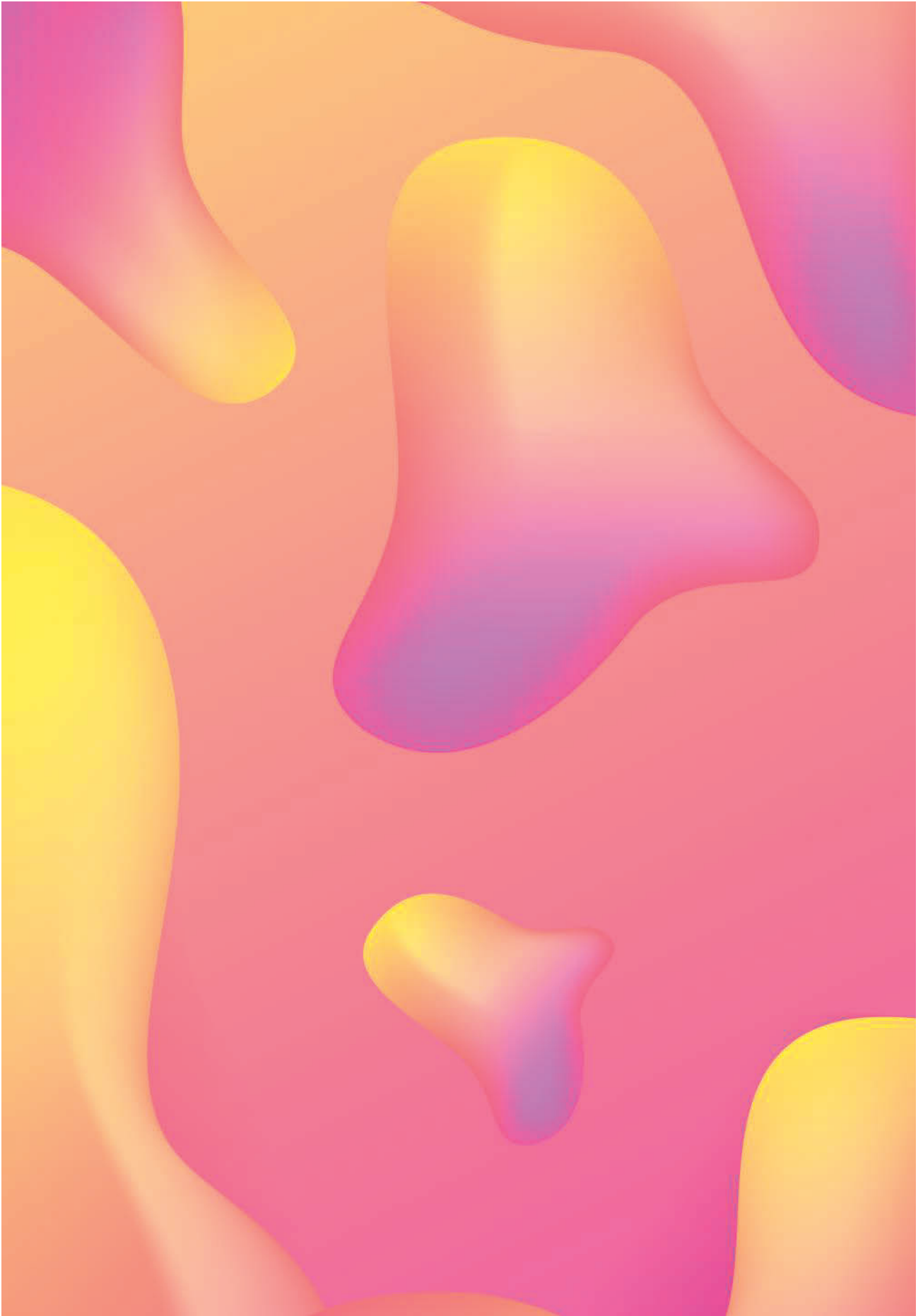
- Cos'è la resilienza. La resilienza come risorsa in azienda e nella vita privata
- Cambiare prospettiva per attivare resilienza
- Capire quali sono i meccanismi legati allo stress per essere in grado di trasformare le tensioni in energia positiva da mettere a disposizione nel lavoro e nella tua vita
- Imparare le strategie per saper reagire nel modo più efficace allenando la propria resilienza allo scopo di mantenersi sereni e concentrati, invece di finire vittima di troppe preoccupazioni
- Imparare a rilassarsi: riprendere contatto con il proprio corpo
- Costruire una propria strategia di benessere

### Destinatari

Chiunque abbia la necessità di sviluppare le proprie skill di resilienza per far fronte a cambiamenti, pressioni e complessità lavorative, trasformandole il potenziale stress in opportunità evolutive e fattori di crescita.

### Durata

1 giornata





# Management Skills

ID 2.1

# LA MOTIVAZIONE DEI COLLABORATORI

## Obiettivi

Una forte motivazione del personale è la chiave di volta dell'intera organizzazione aziendale: grazie ad essa il collaboratore acquisisce fiducia in sé stesso e nelle sue potenzialità, raggiunge gli obiettivi ed è pronto a lanciarsi alla conquista di obiettivi ancora più ambiziosi.

Il corso vuole rafforzare la propria motivazione e quella dei collaboratori acquisendo strumenti utili per lavorare individualmente ed in gruppo verso il miglioramento continuo.

## Argomenti

- Il management della motivazione
- Le leve motivazionali
- Un vero strumento motivazionale: la delega
- Delega di compito e delega di responsabilità
- Migliorare il clima aziendale e guidare il cambiamento

## Destinatari

Middle e Top Manager, Responsabili di progetto, Coordinatori e Team Leader

## Durata

1 - 2 giornate



ID 2.2

## DA MANAGER A LEADER: LA GESTIONE DELLA COMPLESSITÀ

### Obiettivi

Una leadership forte è un elemento chiave per guidare lo sviluppo di un'organizzazione e governare al meglio i processi di cambiamento che implicano sfide quotidiane e risvolti nel lungo periodo. Obiettivo di questo corso è di portare i partecipanti a riconoscere gli aspetti su cui operare per accrescere la propria leadership, intesa come capacità di esercitare una positiva influenza sui collaboratori, per sostenerne la crescita ed indirizzarne il loro impegno quotidiano. Condividere stili comportamentali e metodologie operative che rafforzino la valenza del proprio stile direttivo.

### Argomenti

- I principali modelli di Leadership
- Da manager a Leader: ruolo e responsabilità
- Come cambiano le relazioni con il team
- Costruire la propria leadership nel quotidiano
- Progettare il proprio ruolo
- Elementi caratterizzanti e qualificanti della leadership
- Lo sviluppo della leadership e la cultura del talento
- I 5 indicatori chiave: sicurezza, coerenza, empatia, energia, vision
- Le abilità comunicazionali, relazionali e negoziali del leader
- Carisma, capacità di lasciare il segno e stili di leadership
- Migliorare sé stessi per essere autorevoli nel chiedere ai propri collaboratori di fare altrettanto
- Sviluppare prestazioni e comportamenti, promuovere il miglioramento continuo

### Destinatari

Responsabili, Direttori e Manager con responsabilità di un team, Team Leader, Capi di nuova nomina

### Durata

2 giornate

ID 2.3

## PROBLEM SOLVING CREATIVO CON IL PENSIERO LATERALE

### Obiettivi

Il corso si propone di allenare i partecipanti a utilizzare approcci di pensiero divergente per risolvere i problemi e le situazioni nuove o inattese. L'allenamento mentale, la flessibilità e la produzione di idee, di collegamenti e di combinazioni facilita, rende più immediata l'esperienza della creatività di fronte alle situazioni quotidiane. Risolvere i problemi in modo creativo significa trovare nessi nuovi e costruire una nuova relazione tra cose note. L'assunto di base è che il problema esiste nel modo in cui l'individuo lo pone.

### Argomenti

- Creare il problema: pensiero logico e pensiero creativo per definire la situazione
- Limiti e possibilità: scegliere quando usare il pensiero vincolo e quando il pensiero opportunità
- Trasformare il problema in una soluzione: uscire dalle gabbie del pensiero per ridefinire la situazione
- La decisione: valutazione di opportunità e rischi

### Destinatari

Middle e top Manager, responsabili di progetto, coordinatori e Team Leader

### Durata

1 giornata

ID 2.4

## DECISION MAKING

### Obiettivi

Il corso fornisce ai partecipanti gli strumenti adatti per gestire situazioni problematiche e/o incerte. Comprendere le fasi del processo decisionale e le modalità per affrontarle riducendo così le incertezze effettuando scelte efficaci. Ampliare le opzioni disponibili nel momento in cui si deve prendere una decisione.

### Argomenti

- Definizione di rischio
- Problema tecnico e problema umano
- Assunzione e valutazione dei rischi
- Metodologie e strumenti pratici
- Il fattore tempo nella presa della decisione
- Tecniche di decision making

### Destinatari

Middle e top Manager, Responsabili di Progetto, Coordinatori e Team Leader

### Durata

1 giornata



ID 2.5

## TEAM WORKING

### Obiettivi

Il corso vuole favorire e sviluppare lo spirito di squadra e di collaborazione valorizzando la professionalità e la diversità dei singoli costruendo relazioni di fiducia così da sviluppare senso di appartenenza nel team. Sviluppare la capacità di lavorare per obiettivi comuni nell'ottica di efficacia, efficienza ed eccellenza professionale.

### Argomenti

- Compiti e Responsabilità nel Team di lavoro
- Sinergia e affiatamento in Azienda
- Comunicare nel team e tra team
- Strategie per creare e vivere il Team
- La gestione del Cambiamento nel Team
- Lavorare consapevolmente per obiettivi comuni
- Trasmettere e favorire L'Entusiasmo al lavoro
- Vivere, Conoscere, Essere l'Azienda
- Metodi e strategie per la gestione e risoluzione dei conflitti nel Team
- Il conflitto: da minaccia a opportunità
- Essere Squadra: Il Senso di Appartenenza come base motivazionale

### Destinatari

Tutto il personale aziendale, Manager, Team Leader

### Durata

1 giornata



Sales

## ID 3.1

# LA VENDITA TELEFONICA

### Obiettivi

Fornire le tecniche ed i metodi per gestire la comunicazione telefonica in modo professionale ed efficace, sviluppando altresì la capacità di risoluzione delle problematiche che possono insorgere durante il colloquio telefonico. Saper trovare le giuste parole in presenza di reclami e trasformare in positivo anche situazioni negative. Spiegare come trasformare ogni contatto telefonico in una possibile occasione di vendita.

### Argomenti

- Caratteristiche del processo di comunicazione telefonica
- Padroneggiare e guidare la telefonata
- Il customer service, gestione della telefonata inbound
- Come migliorare l'uso della voce
- Saper capire l'esigenza del cliente e il significato delle sue richieste
- 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

### Destinatari

Segretarie, Receptionist, addetti all'ufficio commerciale, in senso più ampio chi abbia importanti occasioni di contatto telefonico con l'esterno

### Durata

1 - 2 giornate



## ID 3.2

# LA GESTIONE DEL CLIENTE NEL PROCESSO DI VENDITA

### Obiettivi

Acquisire competenze che possano coniugare attività consulenziale ad autocontrollo per ascoltare i clienti, apprendere come porre le domande giuste, come sfruttare le competenze di intelligenza emotiva per guadagnare la simpatia e la fiducia del cliente e come usare l'empatia per generare un maggior numero di nuovi contatti, pianificare al meglio la propria attività e, soprattutto, vendere di più, facendo leva su aspetti che determinano il successo di ogni consulente di vendita, ma di cui spesso non si è consapevoli. Imparare ad utilizzare l'intelligenza emotiva per trasformare la frustrazione in determinazione per raggiungere gli obiettivi, far crescere il fatturato e sentirsi realizzati.

### Argomenti

- Chi è il cliente
- L'utilizzo strategico delle domande
- L'intelligenza emotiva nella relazione con il cliente
- Andare oltre la tecnica
- Tecniche di dialogo
- Ascolto ed empatia
- Mind set del professionista a contatto con il cliente
- Affrontare i reclami in chiave positiva: valorizzare l'informazione, rispondere sul contenuto, ristabilire il rapporto

### Destinatari

Figure che hanno contatto con i clienti e che vogliono intraprendere nuove prospettive "umanistiche" per generare la piena soddisfazione del cliente e trasmettere la sicurezza nel proprio prodotto/servizio.

### Durata

1 giornata

## ID 3.3

# TECNICHE DI NEGOZIAZIONE EFFICACE

### Obiettivi

I manager, in qualsiasi campo operino, devono in misura sempre maggiore possedere la capacità di negoziare per conseguire gli obiettivi che si sono posti (o meglio, che sono stati loro assegnati). La negoziazione non è soltanto una tecnica a cui fare affidamento durante le trattative formali, ma rappresenta un comportamento quotidiano, che consente di raggiungere accordi, favorire le relazioni che contano, elaborare proficue intese, risolvere i conflitti e individuare reciproci vantaggi nelle situazioni in cui si scontrano posizioni e interessi diversi.

### Argomenti

- Quali sono le conoscenze e le abilità necessarie per la Negoziazione Efficace?
- Quali sono i problemi relativi alla Negoziazione
- Quali sono le soluzioni necessarie per la Negoziazione Efficace?
- La preparazione della negoziazione
- I principi della Negoziazione
- La comunicazione nella negoziazione manageriale
- La gestione del tempo nelle dinamiche negoziali

### Destinatari

Direttori, Responsabili vendita, area Manager, team di vendita, chiunque debba gestire un team in ambito vendita

### Durata

1 - 2 giornate

ID 3.4

## LA VENDITA CONSULENZIALE

### Obiettivi

Il corso intende sviluppare le capacità personali del venditore, affinando le sue capacità comunicative in modo tale da facilitare in modo positivo la conclusione della vendita. Il corso illustra la sequenza delle varie fasi del processo di vendita (preparazione della visita, approccio, raccolta delle informazioni, costruzione dell'argomentazione di vendita, gestione delle obiezioni, negoziazione, chiusura e postvendita) e fornisce per ogni singola fase, spunti operativi e di miglioramento

### Argomenti

- Sviluppare le capacità personali del venditore
- Allineare gli stili di vendita, interpretando la necessità di cambiamento, in linea con le sfide proposte dal contesto economico e dalle specifiche aree territoriali;
- Analisi dei bisogni
- Come preparare una visita
- Affiancamento
- Il colloquio di vendita
- Post-vendita e controllo
- Strategie di fidelizzazione
- Affiancamento

### Destinatari

Venditori, Agenti diretti o indiretto, Key Account, Responsabili commerciali

### Durata

1 - 2 giornate



## ID 3.5

# GESTIRE LA FORZA VENDITA

### Obiettivi

Un buon responsabile vendite deve essere non solo un ottimo venditore, ma anche un vero leader. Deve saper guidare, gestire e controllare i propri collaboratori. Creare e modellare una squadra affiatata e competente è la più grande sfida ed è direttamente collegata ai risultati da raggiungere. Una gestione efficiente della forza vendita si articola su diverse attività, tra cui la definizione di obiettivi di vendita personalizzati, un'ottima capacità comunicativa nei confronti del gruppo, la possibilità di fornire consulenza in funzione delle difficoltà incontrate dai singoli venditori.

### Argomenti

- Analisi del mercato e del territorio
- Definire e comunicare gli obiettivi
- Definizione e condivisione dei KPI
- Monitoraggio attività
- Analisi dei processi: mappatura, misurazione e miglioramento
- Partecipazione alla definizione delle scelte strategiche e tattiche della direzione commerciale
- Affiancamento

### Destinatari

Direttori, Responsabili vendita, area Manager, team di vendita, chiunque debba gestire un team in ambito vendita

### Durata

1 - 2 giornate

# Digital Tools

The background features a series of diagonal stripes in shades of orange and yellow, creating a sense of movement and energy. Interspersed among these stripes are several rounded, pill-shaped elements in varying colors, including light orange, yellow, and a darker orange, which add to the abstract and modern aesthetic.

## ID 4.1

# COMUNICAZIONE DIGITALE

### Obiettivi

Formare professionisti della comunicazione prendendo confidenza con gli strumenti digitali. Al termine del corso il partecipante sarà in grado di scegliere e governare gli strumenti digitali, aumentare l'efficacia della comunicazione, presentare sé stesso e la propria azienda, esporre e condividere un progetto, gestire una riunione, vendere o acquistare beni e servizi in maniera efficace. Grande importanza verrà data alla parte pratica, durante la quale verrà declinato quanto trattato nella parte teorica applicandolo a 3 situazioni aziendali:

- Presentazione di sé/azienda
- Gestione di una riunione e/o di un progetto
- Gestione di una trattativa di vendita o acquisto.

### Argomenti

- Le postazioni tecnologiche (piattaforme, connettività, hw)
- Il giusto setting (luci, audio, telecamera, ambiente)
- La corretta preparazione dell'incontro (audience, tempo, materiale)
- Le prove tecniche
- La comunicazione non verbale
- Il linguaggio appropriato
- L'arte della sintesi
- Prevenire e gestire gli errori
- La gestione delle emozioni e degli imprevisti
- I feedback e le azioni per mantenere l'attenzione

### Destinatari

Imprenditori, Marketing Manager, Direttori commerciali, Formatori

### Durata

2 - 3 giornate



ID 4.2

## PRESENTAZIONI EFFICACI

### Obiettivi

La comunicazione passa attraverso diversi canali, tutti equamente importanti per raggiungere in maniera chiara ed efficace gli interlocutori. Saper condurre momenti di training e meeting di successo è una competenza fondamentale non solo per manager, ma per tutti coloro che, in diversi ruoli devono mettere con efficacia le informazioni trovando il giusto bilanciamento tra capacità di comunicazione e contenuto. L'obiettivo del corso è di comprendere le tecniche che giocano un ruolo fondamentale nel processo comunicativo, fornendo strumenti per essere più efficaci nelle presentazioni ai diversi interlocutori.

### Argomenti

- I principi della comunicazione efficace
- Contenuto e relazione: come costruire una presentazione accattivante
- Tecniche per favorire l'apprendimento e mantenere alta l'attenzione
- Il coinvolgimento degli attori coinvolti
- Come impostare una presentazione in Power Point
- Preparazione di una presentazione e discussione

### Destinatari

Manager, Team Leader, Responsabili che gestiscono collaboratori.

### Durata

2 giornate

ID 4.3

## SOCIAL MEDIA MARKETING

### Obiettivi

Comprendere l'importanza dei Social Media in chiave professionale e personale. Analisi dei principali Social network: caratteristiche e opportunità. Social Media Strategy: gestire la presenza dell'azienda sui Social Media. Analizzare le opportunità offerte dai Social Media. Monitoraggio dei risultati: strumenti per il tracciamento e l'analisi dei risultati, lettura dei risultati

### Argomenti

- Analizzare lo scenario del nuovo marketing
- Capire i Prosumer per dialogare on line
- Analizzare le opportunità offerte dei Social Media
- Comprendere il ruolo e le modalità di utilizzo dei social nel marketing
- Impostare un'adeguata Social Media Strategy

### Destinatari

Responsabili Marketing, Responsabili Web Marketing, Social Media Manager, Direttori commerciali, Direttori vendite, Manager d'azienda, Consulenti Marketing, Project Manager, Account e Sales Manager, Startupper, Event Manager.

### Durata

1 Giornata

ID 4.4

## DIGITAL BRANDING E REPUTATION

### Obiettivi

Una buona veicolazione del brand è fondamentale per il successo in ogni business. Per questo monitorare, analizzare e gestire la brand reputation rappresenta oggi una componente fondamentale per ogni azienda. Comprendere, gestire e sviluppare la reputazione del proprio Brand, cogliendo le nuove opportunità di lavoro offerte oggi nella comunicazione.

### Argomenti

- Saper analizzare attraverso il web il proprio posizionamento sul mercato
- Acquisire consapevolezza dell'identità della propria azienda nel rapporto con il cliente interno ed esterno
- Comunicazione del "brand" online e offline
- Perché è importante l'identità del Brand
- Posizionare il Brand
- Saper comunicare il valore del Brand
- Saper sfruttare i nuovi canali di comunicazione per campagne di marketing efficaci

### Destinatari

Responsabili Marketing, Responsabili Web Marketing, Social Media Manager, Direttori commerciali, Direttori vendite, Project Manager, Account e Sales Manager

### Durata

1 giornata



ID 4.5

# LINKEDIN PER IL NETWORKING E IL BUSINESS

## Obiettivi

Attraverso LinkedIn le aziende possono presentarsi all'esterno facendo branding sulla propria realtà dando voce ai prodotti, ai servizi e alle persone che lavorano all'interno dell'organizzazione stessa. Diventa quindi fondamentale oggi per un'impresa che vuole essere competitiva e in costante ricerca di opportunità di crescita e sviluppo, crearsi una propria presenza, visibilità e corretta gestione della comunicazione professionale su LinkedIn.

## Argomenti

- LinkedIn come strumento di reputazione personale
- LinkedIn Strategy
- Introduzione a LinkedIn e all'utilizzo professionale dei social media
- Strategia aziendale su LinkedIn
- Creazione e ottimizzazione del profilo personale su LinkedIn
- Creazione della pagina aziendale
- Le pagine vetrina
- I gruppi e le discussioni

## Destinatari

Professionisti imprenditori, Marketing Manager, Direttori commerciali

## Durata

1 Giornata

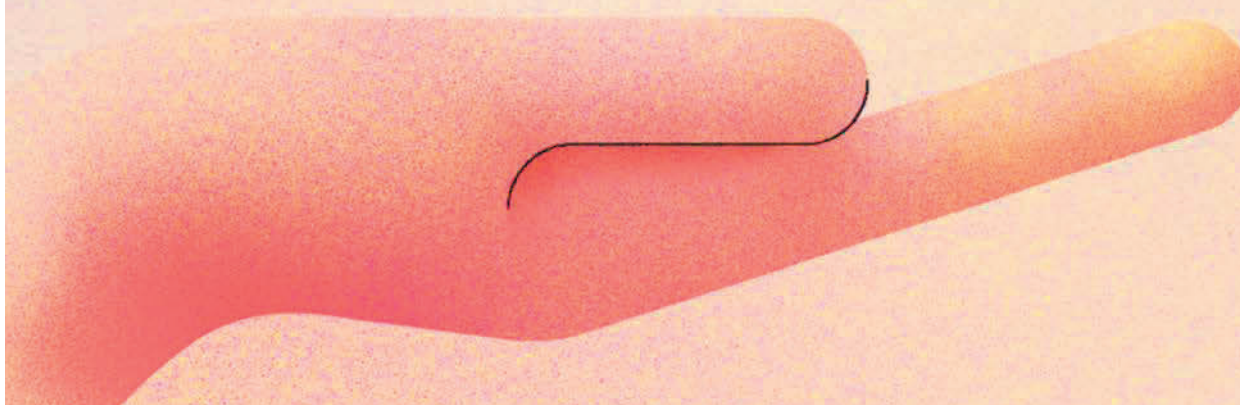
# Percorsi di Coaching: generare il cambiamento

Avere chiara comprensione degli obiettivi da raggiungere  
Come focalizzarsi per raggiungerli  
Le convinzioni che limitano il risultato  
L'analisi del contesto ambientale e organizzativo  
Lo stile di leadership nella relazione

Questi alcuni dei temi sui quali il Coach porta la persona a riflettere per individuare quali sono gli ostacoli, le abitudini inefficaci o le competenze necessarie da allenare o sviluppare, fungendo da stimolo nel fare emergere ciò che serve, attivare risorse inesplorate, individuare soluzioni alternative, abbandonare ciò che non serve e che non è funzionale all'obiettivo e all'efficacia delle azioni.

Il Coach non dà opinioni né soluzioni, ma aiuta il Coachee a trovare dentro di sé le risposte per il raggiungimento dei risultati che vuole ottenere, a monitorare il proprio apprendimento, e ad assumersi la responsabilità delle sue decisioni.

Un percorso tipo dura circa 8/10 incontri che si sviluppano in un arco temporale di 2-4 mesi in funzione della disponibilità e dell'impegno della persona. Siamo in grado di erogare percorsi di Coaching anche in lingua inglese e francese.





# Adesso tocca a te


Siamo specializzati nella progettazione ed erogazione di percorsi di formazione costruiti su misura per le aziende.

Contattaci per partecipare ad uno o più corsi del nostro catalogo oppure per progettare insieme le soluzioni che meglio soddisfino le esigenze di crescita della tua organizzazione.

**Il nostro team è a tua completa disposizione, chiamaci per un confronto!**

## Responsabile Formazione e Finanziamenti

 039 94 51 519

 335 738 57 14

 rangaroni@triplae.it

 [www.triplae.it](http://www.triplae.it)

*Raffaella Rangaroni*

