



Catalogo corsi per la Formazione Finanziata

2022

Mettiamo al servizio del cliente la nostra professionalità per seguire l'iter di finanziamento step by step, dalla scelta del fondo alla conclusione della rendicontazione.

Offriamo ai nostri clienti un ricco catalogo formativo e siamo a disposizione per progettare e realizzare percorsi formativi specifici per ciascuna realtà.

Perché scegliere di aderire a un fondo interprofessionale?

Per poter beneficiare dei finanziamenti di un fondo paritetico Interprofessionale un'azienda deve aderire al fondo stesso. Tutte le aziende hanno la possibilità di aderire a un Fondo, destinando la quota dello 0,30% dei contributi versati all'INPS al Fondo scelto. L'importo accantonato potrà essere utilizzato per la formazione del proprio personale aziendale.

Aderire ad un fondo interprofessionale rappresenta un valore per l'azienda ed è in grado di portare numerosi vantaggi, tra i quali:

- La possibilità di utilizzare i fondi per l'aggiornamento delle competenze aziendali, fattore indispensabile nella concorrenza globale
- Sfruttare i finanziamenti per aumentare la produttività d'impresa
- Ridurre dei costi che l'azienda stanziava per la formazione
- Permettere ai lavoratori, attraverso la formazione, di acquisire nuove competenze generando un sentimento di fiducia nei confronti dell'azienda che desidera consolidare la sua posizione

Il nostro servizio





Content Marketing efficace

Utilizza in modo efficace il Content Marketing su siti e social per portare clienti ottimizzando i tempi

Perché la Content Marketing Strategy è oggi al centro della comunicazione e del marketing aziendale? Perché serve come base comune per riuscire a creare davvero un rapporto con i nostri clienti presenti e futuri.

Ma come crearla? Queste attività si concentrano sulla produzione di contenuti informativi e non espressamente pubblicitari che hanno l'obiettivo di convertire o vendere prodotti o servizi in modo indiretto e a distanza di tempo, grazie al rapporto di fiducia e autorevolezza conquistato.

Content Marketing Mix: l'investimento più importante

Per rendere davvero efficace il Content Marketing, occorre un mix di azioni:

1. creare contenuti di valore;
2. indirizzare questi contenuti verso un pubblico profilato;
3. rispondere ai bisogni espressi dei clienti;
4. stimolare indirettamente nuovi bisogni latenti.

LinkedIn Social selling

Trova i clienti giusti e fai networking attraverso LinkedIn

Solo in Italia su LinkedIn siamo più di 13 milioni, con dati precisi legati alla tipologia di professione e soprattutto ai ruoli aziendali.

Essere semplicemente presenti su questa piattaforma, non ha più senso: grazie ai contenuti e alla giusta ricerca di nuovi contatti, possiamo realmente ottenere nuovi clienti o collaborazioni e migliorare la nostra reputazione nel settore.

SEO

La SEO è ormai una disciplina per aumentare clienti, analizzare competitor e opportunità di business.

Oggi tutta l'attività di **SEO** (*Search Engine Optimization*) oltre a guidare i potenziali clienti verso il nostro sito web permette di studiare intenzioni di acquisto e bisogni latenti ed espressi che ogni azienda non può sottovalutare.

Diventa quindi indispensabile avere una conoscenza approfondita di come si possono studiare gli intenti di ricerca per capire anche la strategia dei competitor e utilizzare nel giusto equilibrio la SEO organica e il servizio a pagamento **Google Ads**.



Social Media Marketing

La vera forza dei social network per un'azienda o un'attività

Qual è la vera forza dei social network per un'azienda o un'attività? Il numero di follower, la viralità, i numeri di visualizzazioni di video e post? Chi ha basato la sua strategia solo su questo, sa che alla fine a fronte di investimenti e risorse, il ritorno d'investimento in clienti e conversione è minimo. Oggi infatti la sola presenza sui social non è più possibile poiché dobbiamo integrare obbligatoriamente sistemi pubblicitari a pagamento per raggiungere il pubblico di riferimento.

Social media ROI: ottimizzare l'investimento

Uno dei problemi principali è il ruolo che diamo ai social, ma soprattutto la mancanza di strategia in un'ottica di social media marketing integrato con le altre attività. Abbiamo bisogno di un metodo che ci permetta di:

1. creare contenuti per ottenere dati e fare in modo che siano gli utenti stessi a veicolare le nostre informazioni.
2. A partire da questi dati intercettare il pubblico di riferimento a seconda del diverso percorso di conversione che stiamo sviluppando, attraverso inserzioni pubblicitarie.

Storytelling e web writing

La nuova narrazione aziendale

Tra i cambiamenti che stiamo vivendo, sicuramente c'è un nuovo modo di comunicare da parte delle aziende: dobbiamo conoscerlo.

Storytelling aziendale: le nuove forme

Il blocco delle fiere fisiche ad esempio, ha portato la narrazione aziendale a trovare nuove forme che tuttavia, passando dal web e dai social, hanno bisogno di essere sfruttate al massimo per poter arrivare davvero ai potenziali clienti.

Sempre di più i dipartimenti comunicazione, marketing, PR sono chiamati a sapere utilizzare al meglio lo strumento narrativo dello storytelling per comunicare l'azienda e il suo brand purpose, attraverso nuove forme digitali che permettano comunque una relazione reale con il potenziale cliente.

Web writing: tra microcopy e UX writing

Lo storytelling tuttavia non è realmente efficace se non si parte dalla base della narrazione: la capacità di scrivere testi incisivi e persuasivi nel rispetto delle regole online.

Dal sito web o blog, fino a cosa scrivere sui pulsanti d'azione (acquisto prodotto, iscrizione newsletter, contatti ecc.) e a come curare la creatività della scrittura online in funzione anche della user experience (da qui il termine UX Writing).



Email marketing

Email e newsletter rimangono gli strumenti più efficaci per aumentare le conversioni. Scopri come ottenere di più anche con l'utilizzo dell'automation.

- La strategia prima dell'email marketing
- L'importanza della pulizia del database
- Come segmentare e raccogliere i diversi lead
- La diversificazione degli entry point
- Le specifiche per una newsletter efficace
- Design mail: best practice efficaci
- Tecniche specifiche per l'invio delle mail
- L'email di benvenuto e di compleanno
- Il recupero dei carrelli abbandonati nell'e-commerce
- Dentro la piattaforma MailUP
- La gestione della campagna mail
- La predisposizione per i flussi automatici

Facebook e Instagram Ads

Impara come ottenere più visibilità su Facebook e Instagram grazie all'advertising.

- Quale tipologia di annuncio scegliere
- Come creare un pubblico personalizzato
- Come importare i propri contatti
- Come collegare il pixel per il remarketing
- Ottenere il massimo dalla profilazione del pubblico
- Come integrare la marketing automation
- Esplorare gli interessi aggiuntivi
- Definire il posizionamento anche per Instagram e Audience network
- L'ottimizzazione del budget
- Come impostare i ghost post
- Come creare Ads Canvas
- Analisi dati e fatturazione



Google Analytics

Trasforma i dati del tuo sito web in informazioni concrete.

- Impostare il corretto approccio metodologico all'analisi dei dati in Google Analytics
- Le principali funzionalità di Google Analytics
- Differenza fra account, proprietà e vista
- Configurazione corretta dell'account
- Conoscere in modo approfondito le schede per ottenere informazioni sul pubblico
- Scheda Pubblico (dati demografici e geografici, interessi, nuove visite, dispositivi utilizzati ecc.)
- Scheda Acquisizione (per capire da dove arriva il pubblico: social, altri siti, parole chiave ecc.)
- Scheda Comportamento (quali pagine sono più visitate, quali punti della pagina, cosa cercano ecc.)
- Scheda Conversione (click sulle pagine obiettivo, quale percorso di navigazione, quanto tempo impiegano ecc.)
- Impostare gli obiettivi (destinazione, durata visita, pagine viste, eventi)
- Attivare il monitoraggio di download dal sito
- Impostazione correttamente i Filtri di Analytics
- Il monitoraggio dei link condivisi sui social o altri siti e la verifica delle visite da newsletter
- Come creare i rapporti personalizzati e monitorare il motore di ricerca interno

Digital marketing integrato

Strumenti, strategie e tecniche per aumentare le vendite.

Oggi per le aziende è sempre più determinante saper gestire e integrare le diverse attività di marketing e comunicazione digitale, valutando in modo strategico i budget da allocare, l'impatto dei fornitori esterni e l'ottimizzazione del lavoro interno per migliorare il lavoro di squadra con i dipartimenti commerciali.

Ecco perché oggi in ogni tipologia di azienda (dalle PMI alle più strutturate) è fondamentale un approccio integrato che sappia coniugare le attività di smarketing integrandole con le attività comunicative definite dal purpose aziendale che guida lo stile comunicativo aziendale.

Data driven marketing

L'obiettivo finale rimane portare lead profilati e clienti in azienda attraverso la capacità di trasformare i tanti dati a disposizione, in informazioni.

Per ottenere tutto questo dobbiamo saper impostare una strategia corretta che sappia definire "a monte" non solo gli obiettivi, ma anche gli indicatori di performance corretti e solo al termine di questo processo, saper scegliere gli strumenti da utilizzare.



SEO inbound Marketing

I tuoi clienti direttamente da Google

- Capire il funzionamento di Google
- L'integrazione della SEO organica con AdWords
- Comprendere le intenzioni di ricerca del pubblico
- Quali/quante parole chiave scegliere
- Imparare le tecniche di SEO on page
- Ottimizzare i tag HTML
- Ottimizzare le immagini, i link e i file
- Contenuti freddi, caldi e la posizione 0
- Imparare le tecniche di SEO off page
- I backlink e la Link popularity
- I guest post e le altre forme di SEO offpage
- La SEO per i dispositivi mobili
- La gestione delle attività SEO
- Gli strumenti gratuiti per la SEO
- Google Search Console per la gestione del sito
- SEOZoom: la suite italiana (15 giorni gratuiti di prova inclusi)

Digital CRM: sviluppare il valore dei clienti

Il CRM come approccio strategico e metodo concreto per attivare iniziative di Digital CRM nella propria azienda. Le aziende per essere competitive sul mercato hanno la necessità di mantenere ed arricchire un database di clienti ottimizzando le conversioni ed evidenziando le logiche di loyalty.

- La definizione di CRM
- Le differenze tra CRM Strategico, Analitico, Operativo
- Il Digital CRM: verso un modello di integrazione
- L'alimentazione di un programma di Digital CRM: Lead acquisition
- L'analisi dei profili per la segmentazione del database
- La definizione di un piano di azione differenziato per i diversi profili
- Il CRM operativo all'insegna della digitalizzazione

GNU / Linux Base

Avvicinati al mondo delle tecnologie GNU/Linux e Open Source acquisendo i concetti fondamentali e gli strumenti di base disponibili.

GNU, LINUX E IL SOFTWARE LIBERO (4 ore)

- I principi che stanno alla base del software libero
- Storia ed evoluzione di GNU / LINUX

INSTALLAZIONE ED UTILIZZO GNU / LINUX DESKTOP (36 ore)

- Caratteristiche e differenze delle diverse distribuzioni GNU / LINUX
- La procedura di installazione
- Hard disk, partizioni, volumi e file system
- Display manager & desktop environment
- Il sistema di distribuzione del software e aggiornamento
- Accesso al sistema e primo utilizzo
- Le principali caratteristiche del S.O. GNU / LINUX
- Bash: la shell di LINUX e i comandi principali

GNU / Linux Avanzato

Aumenta le tue conoscenze sulle tecnologie GNU/Linux e Open Source in ambito Sicurezza informatica, implementazione servizi di rete locale e servizi internet, Kernel e moduli.

SICUREZZA INFORMATICA (2 ore)

- Panoramica sulle normative di legge vigenti in materia di privacy e sicurezza informatica
- Analisi dell'architettura del sistema informativo e individuazione di possibili punti di attacco ai sistemi o alle informazioni in esso contenute

IMPLEMENTAZIONE SERVIZI DI RETE LOCALE E SERVIZI INTERNET (8 ore)

- Concetti e metodologie di virtualizzazione
- Preparazione e configurazione di un server per una rete locale
- Concetti di rete e configurazione: Lan, Waz, DMZ, Modem, Router, Firewall, ecc.
- Secure Shell (SSH) e Bash: Amministrazione remota del server GNU / LINUX
- Esecuzione di applicazioni, servizi e processi
- Sistemi integrati di ISP (Internet Services Provider) come web, wmail, database, ecc.
- Servizio DHCP e DNS per la risoluzione dei nomi host
- Sistemi di condivisione dati con altri S.O. e integrazione con Active Directory (samba)
- Metodologie di salvataggio e ripristino dati (backup)

GNU / LINUX KERNEL E MODULI (14 ore)

- Panoramica sul kernel linux
- Mappa del kernel
- Compilazione del kernel

SAP Business Objects

SAP, il software gestionale utilizzato da grandi aziende e PMI. Fa parte dei software **ERP** (*Enterprise Resource Planning*), programmi in grado di gestire le risorse aziendali e di pianificarne efficacemente le attività.

Impara a costruire e gestire un sistema di reportistica idoneo e potente attraverso l'utilizzo del programma Business Objects.

- InfoView – Gestione e condivisione dei documenti
- Creazione di Documenti Web Intelligence Documents attraverso Query
- Filtri sui dati
- Disegnare report
- Ottimizzare la rappresentazione dei dati in un report
- Formattazione dei Report
- Valori calcolati con Funzioni e Variabili
- Analisi sui dati
- Uso di origini dati locali (es. Excel) in documenti Web Intelligence
- Case studies su realtà aziendali

Business Intelligence con MS Power BI Desktop

MS Power BI Desktop consente, agli utenti che lavorano su progetti di Business Intelligence, di connettersi ai dati, trasformarli e rappresentarli attraverso oggetti visivi.

Utilizza lo strumento MS Power BI per creare Dashboard dinamici multiplatforma e condividerli con altri utenti.

- Business Intelligence con MS Power BI Desktop
- Creazione Query
- Data shaping
- Visualizzazione dati in Power BI Desktop
- Creare Report
- Condividere i Report tramite il servizio Power BI

Microsoft Word | Excel | PowerPoint | Access

Acquisisci le competenze o perfeziona le tue abilità nell'utilizzo efficace degli applicativi della Suite Office.

Microsoft Word, Excel, PowerPoint e Access sono gli strumenti informatici principalmente impiegati nel lavoro d'ufficio.

Tra le nostre proposte scegli il corso più adatto alle tue esigenze:

- Livello base / Livello intermedio / Livello avanzato

Office 365

Office 365, il prodotto di Microsoft dedicato alle aziende e ai professionisti, permette di usufruire di Office (in modalità online e offline) e di molteplici servizi innovativi basati sul Cloud.

Office 365 migliora la collaborazione, la condivisione e il lavoro di gruppo in azienda.

- Microsoft Teams
- Stream
- OneNote
- OneDrive Cloud, Sincronizzazione e Condivisione
- Condivisione con Teams, OneDrive, Stream e OneNote
- Planner / To Do
- Forms
- Yammer
- SharePoint
- Sway
- Exchange
- Azure Active Directory

App developer per Android

Impara a sviluppare app in ambiente Android con linguaggio Java.

- Creazione app
- Debug
- Personalizzazione app
- Pubblicazione

App developer per iOS

Impara a sviluppare app in ambiente iOS con linguaggio Swift.

- Creazione app
- Debug
- Personalizzazione app
- Pubblicazione



La legge privacy definisce la formazione privacy come *Misura di Sicurezza* obbligatoria per tutte le aziende e le pubbliche amministrazioni che intendono far trattare dati personali al proprio personale.

La filosofia cardine del nuovo GDPR è l'*accountability* (o responsabilizzazione) per tutte le fasi del trattamento che comporta l'adozione di strumenti e soluzioni per garantire la protezione dei dati, il controllo, la verifica e l'analisi delle procedure.

L'azienda o Ente deve avere addetti formati sui principi della privacy e sulle procedure aziendali messe in atto.

Il nostro piano di formazione privacy prevede programmi specifici e diversificati per i Datori di lavoro, i Responsabili del Trattamento e ogni Persona Autorizzata al Trattamento Dati.

GDPR - Titolare del Trattamento

Acquisisci una overview sugli adempimenti previsti dalla normativa ed avvia un piano di assessment per la tua realtà lavorativa.

GDPR - Incaricato del Trattamento

Permette all'azienda di adempiere all'obbligo di formazione privacy a cui sono soggetti tutti i dipendenti e i collaboratori che, nello svolgimento della propria attività lavorativa, sono coinvolti in operazioni di trattamento di dati personali.

GDPR - Datore di lavoro

Acquisisci le nozioni sul GDPR nella gestione delle informazioni personali, ai rischi connessi, ai processi ed ai comportamenti dei tuoi dipendenti.

GDPR - Operatore

Esamina gli adempimenti in linea con il Regolamento Europeo 679/2016, meglio conosciuto come GDPR, da sostenere quando si ricopre un ruolo di operatore base o specifico.



Soft skill nella relazione con il cliente

L'orientamento al cliente è una competenza che consente di prevedere i reali bisogni del cliente e di adoperarsi per soddisfarli. Un operatore deve essere in grado di ascoltare le richieste, le esigenze e le problematiche del cliente, così da rendere un servizio completo ed efficiente all'impresa. Il rapporto che l'operatore instaura rappresenta una componente fondamentale del valore dell'azienda. Le soft skills risultano quindi fondamentali: le capacità inerenti la relazione includono la potenzialità dell'operatore di relazionarsi e comunicare con gli altri, l'intelligenza emotiva, il carisma e la fiducia.

- Acquisire e consolidare le competenze trasversali utili nella gestione della relazione con i clienti
- Le skills richieste per valorizzare il "servizio al cliente"
- Migliorare le performance di relazione attraverso le soft skills
- Ascolto attivo empatico e Il ruolo dell'ascolto nella comunicazione (capacità di ascolto e analisi dell'esigenza del cliente)
- Stili di comunicazione personale
- Simulazione fase di relazione interpersonale basata sull'ascolto attivo: allenamento all'utilizzo delle principali tecniche accorpate alle proprie skills.

Comunicazione efficace

Ogni persona, in ogni cosa o azione che fa, comunica sempre qualcosa a qualcuno.

Risulta impossibile non comunicare ma è possibile imparare a comunicare in modo efficace.

Una buona capacità di comunicazione è fondamentale per il successo nella vita, nel lavoro e nelle relazioni. Senza una comunicazione efficace il nostro messaggio può trasformarsi in errore, incomprensione, essere frainteso o produrre effetti assai diversi da quelli che vorremmo. La capacità di comunicare è fondamentale per il successo del team, dell'azienda stessa e per una maggiore produttività o un miglior clima relazionale aziendale.

- Acquisire e consolidare le competenze trasversali utili nella gestione della relazione con i clienti
- Conquista della sua loyalty: come creare una connessione e un clima di fiducia
- Valorizzare la vendita, non del prodotto, ma del servizio
- Tecniche per lo Sviluppo dell'intelligenza emotiva
- Conversational Skills come capacità per entrare in relazione con il cliente in modo immediato, paritario e smart attraverso i canali di messaggistica digitale
- La risoluzione dei problemi: il supporto della creatività
- Simulazione fase di relazione interpersonale: allenamento all'utilizzo delle principali tecniche accorpate alle proprie skills.



Problem Solving emotivo e performance

Le relazioni interpersonali hanno un ruolo fondamentale per il benessere di ognuno e spesso ci si trova a gestire “ruoli” o situazioni emotivamente difficili dove l’ascolto diventa una risorsa fondamentale. Il Respiro Consapevole ci insegna come porre attenzione in maniera intenzionale su noi stessi analizzando la situazione da tutte le prospettive, per affrontare in modo centrato e lucido ottimizzando la performance lavorativa individuale e del team di risorse.

Team Building Online con lo Storytelling

La scrittura collettiva viene usata per narrare la situazione che tutti i giorni viviamo, ossia le difficoltà, le emozioni, le relazioni che cambiano, la *'ZOOM Fatigue'*, le novità e il cambiamento. Apprendere una tecnica di comunicazione che ha come obiettivo il trasferire una carica emotiva, un’idea e un punto di vista con una modalità estremamente diretta e coinvolgente permette oltre che apprendere una nuova competenza il ri-motivare e tenere unito il team.

La voce ai tempi del webinar

La comunicazione vocale è una competenza essenziale durante le videoconferenze, i webinar e lo smartworking.

Un affondo sul linguaggio non verbale e paraverbale per migliorare l’uso della voce ed essere più efficaci ed autentici nel mondo virtuale.

Potrebbe sembrare più facile gestire la comunicazione online, in realtà arrivare con efficacia ai nostri interlocutori attraverso il video chiede più presenza e soprattutto una gestione più attenta al linguaggio non verbale del volto e di conseguenza delle emozioni.

Un grande lavoro sulla voce diventa un fattore di forte riconoscimento e quindi di comunicazione.

Sales simulator - Tecniche di vendita e proattività commerciale

La concorrenza porta le Aziende ad implementare nuove strategie per potenziare la forza vendita e rafforzare la crescita del fatturato.

Un percorso esperienziale di Formazione, Simulazione di Vendita e Coaching per Team Commerciali ha l’obiettivo di dare nuova energia.

- Migliorare le capacità di comunicazione efficace e le proprie skills di vendita
- Comprendere il proprio stile di vendita e adeguarlo allo stile del cliente
- Sviluppare empatia per entrare in sintonia con il cliente
- Sviluppare proattività commerciale per affrontare in maniera costruttiva il processo di vendita
- Migliorare la trattativa commerciale e diventare non solo un venditore, ma un “consulente” in grado di capire le necessità e le preferenze del cliente
- Sviluppare la capacità di creare un rapporto di fidelizzazione del cliente.



Lean Safety

Aumentare contemporaneamente efficienza e sicurezza, trasformando il costo della sicurezza in strumento di efficienza.

- 5S: progettare il posto di lavoro sicuro ed efficiente
- Standard Work: ridurre i tempi di processo senza rischi
- Visual factory: coinvolgere le persone e orientare i comportamenti
- Poka-Yoke: impedire gli errori ed evitare gli infortuni
- A3: evitare il ripetersi di un incidente
- TPM (*Total Productive Maintenance*): la manutenzione integrata
- Kaizen Blitz: progettare e ottenere il miglioramento in tempi brevissimi
- Flash meetings: coinvolgere le persone
- "Gemba Walks": scoprire le opportunità di miglioramento

I principi della Lean Manufacturing

La Lean manufacturing, Lean production o Produzione snella è una metodologia di gestione che considera uno spreco la spesa per quelle risorse utilizzate per qualsiasi altro obiettivo che non sia la creazione di valore per il cliente. Essenzialmente, la Lean manufacturing si concentra sulla creazione di valore con il minor lavoro possibile. Il Paradigma della Lean manufacturing è: *Doing more with less*.

- Cosa tenere a mente per sviluppare un processo lean efficace
- I principi lean applicati anche a settori non manifatturieri
- Definire il valore
- Identificare il flusso di valore
- Far scorrere il flusso
- Fare tirare il flusso dal cliente
- Ricercare la perfezione

La tecnica delle 5S

Analizza nel dettaglio il significato delle 5S: *Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke*.

Lean Communication

Rendi la comunicazione potente ed efficace al fine di mantenere rapporti interpersonali soddisfacenti.



Pensiero Lean e Logistica 4.0

Implementare un progetto integrato di automatizzazione e digitalizzazione dei flussi logistici

- La Lean manufacturing nell'industria e Industria 4.0
- I principi della Lean Logistic e della Logistica 4.0
- I principi e il concetto di spreco (muda, muri, mura) applicati alla logistica
- Kaizen (il miglioramento continuo) e i cantieri Kaizen
- Misurare per migliorare. I KPI per la logistica
- Il Problem Solving

Logistica 4.0

Ottimizzare i tempi di movimento delle merci, l'evasione degli ordini e la razionalizzazione dei processi e degli spazi nell'ottica di una Industria 4.0.

- Tracciamento lungo la supply chain
- Automazione e IoT macchine/mezzi
- Monitoraggio in tempo reale delle merci, dei mezzi e delle persone (sicurezza) all'interno del flusso logistico
- Gestione dell'inventario e del magazzino
- Digital Twin
- Analisi predittiva

Industry 4.0

Internet delle cose e robotica, big data e intelligenza artificiale, cloud e stampa 3D, le innovazioni che cambiano le regole della produzione.

- Come cambia la fabbrica – la nuova smart factory
- Le nove aree tecnologiche coinvolte nell'automazione industriale
- Produzione additiva
- Simulazione
- Internet of things – IOT
- Cyber sicurezza
- Robotica industriale
- Realtà aumentata
- Integrazioni verticali/orizzontali
- Cloud
- Big data



Lean Relationships

Come ottimizzare le relazioni organizzative in ottica Lean

Lean Management è basato sulle persone ed è centrato sui pensieri, sui metodi e sulle procedure indirizzate a creare «valore».

L'approccio Lean Relationships punta a rendere "snelle" ed efficaci le relazioni interpersonali e la comunicazione all'interno dell'azienda. La Lean Relationships si caratterizza per una linea di intervento rapida e incisiva, applicata alle diverse aree delle relazioni organizzative.

Il miglioramento continuo finalizzato a ottimizzare le relazioni interpersonali e i comportamenti organizzativi può avvenire attraverso un'analisi quantitativa che evidenzia in termini tangibili e misurabili eventuali aree critiche e correzioni possibili.

- La ricerca dei comportamenti virtuosi all'interno dei team
- L'utilizzo efficace ed efficiente delle e-mail interne;
- Il miglioramento della gestione delle riunioni;
- Il miglioramento della gestione degli spazi comuni;
- L'identificazione delle migliori modalità per la comunicazione interna.

Project Management

Un percorso di qualificazione dedicato ai gestori di progetto per aumentare l'incremento di qualità delle proprie attività e per la crescita professionale del personale.

- Definizioni e contesto di Progetto e di Project Management
- Il ciclo di vita del progetto e lo standard
- Gruppi di processi
- Aree di conoscenza
- Competenze integrative alla gestione del progetto

Cyber Security – Phishing: cos'è e come si può evitare

Semplici misure per non cadere nella trappola delle e-mail fraudolente.

- Introduzione alla Cybersecurity - Phishing e minacce dal web
- I rischi della rete - Rischio zero e valore dei dati
- Il Cybercrime - L'importanza della formazione
- Phishing e minacce dal web - Che cosa sono
- Il Phishing - Tipologie ed esempi di email pericolose
- Come riconoscere il Phishing
- Gli obiettivi del Phishing - Furto di dati e malware
- Come reagire ad un attacco - Le procedure
- Le minacce dal web - Breve panoramica e come difendersi
- Conclusioni - Consapevolezza e attenzione



Lean Manufacturing

Acquisire strumenti per rendere l'azienda competitiva e focalizzata all'obiettivo della redditività dell'impresa, durevole nel tempo ed in un contesto finanziario sostenibile.

Comprendere il concetto della Lean Production e acquisire metodo e strumenti aziendali volti alla riduzione degli sprechi, implementando criteri di misura, attraverso un pannello di **KPI** (*Key Performance Indicators*) che consenta all'azienda di valutare le proprie performance nel tempo.

- Gli strumenti fondamentali del metodo lean:
 - I 7 tipi di spreco
 - Il brainstorming
 - Il ciclo PDCA (*Plan Do Check Act*)
 - L'analisi del flusso del valore (*Value Stream Mapping*)
 - Il flusso a pezzo singolo (*one piece flow*)
 - Criterio pull contro criterio push
 - La riduzione delle scorte
 - L'approvvigionamento a tempo (*Just In Time*)
 - L'approvvigionamento delle linee con il kanban
 - Il diagramma a spaghetti
 - Le 5S
 - Il rispetto della cadenza: takt time
 - Il bilanciamento delle linee e l'eliminazione dei colli di bottiglia
 - La produzione a celle, Le business unit
 - I metodi di attrezzamento e cambio tipo rapido: SMED e Quick Change Over
 - La manutenzione produttiva (*Total Productive Maintenance*).
- La misura della performance aziendale: avvio, implementazione e mantenimento di un sistema di indicatori chiave (*KPI*)
- I concetti di "valore" e "spreco"
- Il concetto di "best practice"
- L'organizzazione snella

ABC.NC

Approcciare la programmazione CNC con una modalità immediata e facilmente fruibile!

- Percorsi di posizionamento e di svincolo
- Caratteristiche del tornio
- Utensili e velocità di taglio e di alimentazione
- Programmazione assoluta e incrementale
- Programmi di sgrossatura e finitura
- Foratura e cicli
- Pannello operatore di un sistema CNC



Programmazione ISO base su sistemi FANUC

Sviluppa semplici programmi CNC con linguaggio ISO e opera sulle funzioni principali del pannello operatore FANUC.

- Struttura di un programma ISO
- Funzioni "G"
- Origini del sistema di coordinate
- Coordinate assolute e incrementali
- Funzioni M, S e T
- Definizione di una traiettoria utensile
- Facce, contorni, sgrossatura e finitura
- Compensazione della geometria dell'utensile
- Cicli fissi di foratura
- Esempi di programmazione
- Descrizione e utilizzo del pannello operatore FANUC
- Editing dei programmi
- Tabella utensili
- Simulazione grafica

CAD CAM

Programmazione di base per disegnare prodotti industriali utilizzando tecnologie con il sistema CAD (*Computer Aided Design*) ed il sistema CAM (*Computer Aided Manufacturing*) al fine di programmare e guidare le operazioni delle macchine utensili computerizzate che realizzano il prodotto stesso.

- Introduzione al CAD CAM
- Interfaccia Grafica / Introduzione CAD / Nuovo Progetto 2D
- Entità Bidimensionali
- Strumenti di Disegno su Area di Lavoro Grafica
- Quotature, Livelli, Visualizzazioni e Verifiche (Strumenti di Progetto)
- Esercitazioni in area Grafica
- Lavorazioni 2 assi e 1/2 / Introduzione CAM
- Piano XY Fresatura
- Piano ZX Tornitura
- Lavorazioni 3 Assi Riposizionati
- Piano XZ, YZ e derivati di costruzione (passante per 3 p. ti, etc...)
- Gestione Lavorazioni su Morse (G54, G55, G56, G57)
- Solidi / Superfici / Nuovo Progetto 3D
- Importazione Modelli 3D
- Orientamento e Modifica Entità 3D (Strumenti CAD)
- Lavorazioni Solidi 3 Assi Fresatura / Tornitura

Contattaci per definire insieme le tue esigenze

Domenico Bernardo

domenicob@planetsite.it

Cell. 340.0711760

www.linkedin.com/in/domenico-bernardo-

Official Web Contact

www.planetform.it

Sales Contact

planetform@planetsite.it

