

# FORMAZIONE AZIENDALE

---

## CATALOGO CORSI

2024

- DIGITAL TRANSFORMATION & ICT
- GREEN TRANSITION
- INDUSTRY 5.0
- INNOVATION
- HUMAN RESOURCES
- BUSINESS COMMUNICATION

PLANETFORM

# DIGITAL TRANSFORMATION & ICT

- GLI STRUMENTI “CLOUD” PER L’OFFICE AUTOMATION
- BIG DATA E PREDICTIVE ANALYTICS
- SOLUZIONI ERP
- CYBER SECURITY
- KNOWLEDGE NETWORKING
- VIRTUAL COMMUNICATION
- GRAPHIC DESIGN
- DEVELOPMENT

# Gli strumenti “cloud” per l’office automation - 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.

## SHAREPOINT

Gestire i contenuti attraverso una piattaforma di applicazioni web progettata per aiutare le organizzazioni.

SharePoint come spazio sicuro e collaborativo o portale informativo aziendale dove i documenti e i file vengono memorizzati, organizzati e condivisi dal team.

## AZURE (FUNDAMENTALS / ADMINISTRATOR)

Utilizzare i servizi cloud per elaborazione, archiviazione, trasmissione dati, analisi, sicurezza e gestione delle identità, monitoraggio e servizi per lo sviluppo di applicazioni.

## EXCHANGE

Adottare una soluzione di messaggistica che offre posta elettronica, calendario, contatti e attività da PC, web e dispositivi mobili.

## ONEDRIVE

Digitalizzare e archiviare documenti attraverso il servizio di cloud storage e backup, accessibile tramite browser e app desktop o app dispositivo mobile.

## TEAMS

Collaborare con il team di lavoro attraverso la chat per restare informati, organizzati e connessi, attraverso uno spazio virtuale comune.

## ONENOTE

Organizzare, stampare e condividere con il team di lavoro le note, le ricerche, i piani e le informazioni.

## FORMS

Creare facilmente e condividere con altri utenti quiz personalizzati, sondaggi, questionari, moduli.

## YAMMER

Comunicare, collaborare e interagire attraverso il servizio di social network aziendale.

## SWAY

Creare e condividere storie digitali quali newsletter, presentazioni, report interattivi e comunicazioni dinamiche.

## STREAM

Registrazione, caricare, condividere, gestire e riprodurre video aziendali.

## PLANNER / TO DO

Organizzare i flussi di lavoro e condividerli con il gruppo. Creare piani, assegnare attività e ricevere relativi aggiornamenti sui progressi.

## MICROSOFT WORD | EXCEL | POWERPOINT | ACCESS

*Livello base / Livello intermedio / Livello avanzato*

Gli strumenti informatici principalmente impiegati nel lavoro d'ufficio.

# Big data e predictive analytics

Saper **gestire** e **analizzare** le grandi quantità di dati (strutturati e non) a disposizione delle aziende, attraverso strumenti e tecniche adeguati, è il primo passo per creare valore e supportare il processo decisionale.

## BUSINESS INTELLIGENCE CON MS POWER BI DESKTOP

Connettersi ai dati, trasformarli e rappresentarli attraverso oggetti visivi. Lo strumento MS Power BI permette di creare **Dashboard e report dinamici** multipiattaforma 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

## SAP CRYSTAL REPORTS

**Progettare e generare report** provenienti da molteplici fonti di dati.

- Progettazione e creazione di un report
- Funzionalità (selezione, ordinamento e raggruppamento dei record)
- Formule
- Contenuti di layout.

## SAP LUMIRA

**Analizzare, manipolare e rappresentare le informazioni** attraverso Dashboard e report interattivi e applicazioni analitiche.

- Realizzare visualizzazioni agili
- Organizzare le informazioni
- Connettersi direttamente a qualsiasi sorgente dati.

## GOOGLE ANALYTICS

**Trasformare i dati** del tuo **sito web** in informazioni concrete.

- Impostare il corretto approccio metodologico all'analisi dei dati
- Le principali funzionalità
- 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
- 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

## Soluzioni ERP

Conoscere i software di gestione per migliorare i processi organizzativi aziendali.

### SAP

Adottare un sistema informativo per rendere più efficiente l'azienda attraverso la **gestione efficace dei dati**.

È lo strumento fondamentale per chi desidera **monitorare** costantemente i flussi in entrata, quelli in uscita e ogni altra attività interna ed esterna all'impresa.

### Finanza e contabilità (SAP-FI)

Gestione dei dati di entrata e di uscita e analisi dei flussi finanziari che caratterizzano l'azienda.

### Assistenza clienti (SAP-CS)

Monitoraggio delle richieste di supporto dei clienti o potenziali tali per rendere il customer care tempestivo ed efficace.

### Magazzino (SAP-MM/SAP-WM/SAP-LE)

Controllo continuo delle merci in entrata, delle merci in uscita e delle rimanenze.

### Vendite e distribuzione (SAP-SD)

Elaborazione di analisi dettagliate sull'efficacia del Sales Team/ fornitori e gestione degli aspetti logistici legati alla distribuzione dei prodotti venduti.

### Gestione delle risorse umane (SAP-HR / HCM)

Automatizzare i processi di archiviazione dei dati relativi al personale (anagrafica, retribuzione, ferie, permessi, contratti, etc..)

## Cyber Security

Implementare politiche di sicurezza informativa e adottare comportamenti individuali per garantire sicurezza dei dati e rispetto delle policy aziendali.

Saper **tutelare l'azienda nell'era digitale** attraverso **tecnologie, processi e misure di protezione** adatti a ridurre il rischio di attacchi informatici.

Disporre delle giuste misure di sicurezza informatica per proteggere la propria organizzazione e **individuare e gestire pericoli, responsabilità, vulnerabilità e rischi collegati** a tutti gli asset informatici presenti in azienda.

- Virus e difese
- Autenticazione, protocolli, standard
- Cybercrime
- Risk Management
- Data Security

## Digital Skill

Acquisire nuove competenze relative alle innovazioni introdotte dalle piattaforme digitali.

### KNOWLEDGE NETWORKING

Identificare, salvare, organizzare, dare valore e condividere **informazioni disponibili online sui social network e nelle comunità virtuali**.

- Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali
- Valutare dati, informazioni e contenuti digitali
- Sviluppare contenuti digitali
- Integrare e rielaborare contenuti digitali
- Gestire dati, informazioni e contenuti digitali
- Condividere con le tecnologie digitali
- Uso consapevole dei social media

### VIRTUAL COMMUNICATION

Sviluppare la **capacità di comunicare efficacemente, coordinare i progetti e gestire la propria identità digitale** in ambienti digitali.

- Interagire con le tecnologie digitali
- Collaborare attraverso le tecnologie digitali
- Gestire l'identità digitale
- Strutturare contenuti digitali in modo visuale

## Graphic design

Utilizzare in modo professionale i software più diffusi per il **disegno 2D e 3D**.

### PHOTOSHOP

Utilizzare il software di Adobe specializzato nell'elaborazione di fotografie (fotoritocco con qualità professionale) e, più in generale, nella realizzazione di immagini digitali.

### ILLUSTRATOR

Utilizzare il software di Adobe specializzato nell'elaborazione di grafica vettoriale destinata all'editoria, al web e a dispositivi mobili.

### AUTOCAD 2D/3D

Realizzare e sviluppare progetti di ingegneria, architettura, edilizia civile, industria automobilistica ottenendo ottimi risultati sia in 2D che in 3D.

### REVIT

Gestire tutte le fasi che caratterizzano un progetto di costruzione di edifici o infrastrutture e coordinare le attività delle diverse figure professionali coinvolte.

### 3DS MAX / V-RAY / CORONA

Realizzare rendering e modellazione 3D per la visualizzazione di progetti, videogiochi e animazioni.

### SOLIDWORKS

Utilizzare uno dei programmi di progettazione 3D più conosciuti ed utilizzati nel settore dell'ingegneria meccanica.

# Development

**Sviluppare programmi informatici** in un determinato **linguaggio** o **ambiente di programmazione** attraverso moduli pratici e funzionali per consentire al team di lavoro un'operatività immediata.

## MOBILE APP DEVELOPMENT

Diventare una figura professionale innovativa, specializzata nello **sviluppo di applicazioni per dispositivi mobili** di ultima generazione, capace di utilizzare gli strumenti e le tecniche di sviluppo per le piattaforme maggiormente diffuse: **Android** di Google e **IOS** di Apple.

- Architettura e struttura di un progetto
- Sviluppo applicazioni per dispositivi con sistema Android / Apple IOS
- Sviluppo interfaccia grafica

## WEB DEVELOPMENT

Entrare nel mondo della **programmazione di applicazioni web** in particolare dello sviluppo del codice sorgente di programmazione, dell'ottimizzazione dei database e dei linguaggi di markup attraverso tecniche di programmazione Web.

- HTML
- CSS
- Bootstrap
- WordPress
- Principi di general management

## SQL E DATABASE

Imparare il linguaggio SQL, **creare e gestire database relazionali** sui principali DBMS del mercato.

Interfacciarsi ad un database attraverso i più comuni linguaggi di programmazione e garantirne la sicurezza all'interno di un progetto online.

- Struttura di un database relazionale
- SQL
- Sicurezza
- Leggere i dati da un database con diversi linguaggi

## PROGRAMMAZIONE JAVA

Imparare ad utilizzare il **linguaggio di programmazione** tra i più richiesti ed utilizzati.

- Programmazione struttura e O.O.
- Ambienti di sviluppo
- Linguaggio Java
- Debug e testing

## GNU / LINUX AVANZATO

Aumentare le conoscenze sulle **tecnologie GNU/Linux** e **Open Source** in ambito:

- Sicurezza informatica
- Implementazione servizi di rete locale e servizi internet
- GNU / Linux kernel e moduli



# GREEN TRANSITION

- FUNDAMENTALS OF SUSTAINABILITY AND CIRCULAR ECONOMY
- GREEN IN AZIENDA
- ENERGY MANAGEMENT
- MOBILITY MANAGER



# Green Transition

Trasformare l'economia attraverso il processo di innovazione tecnologica e rivoluzione ambientale

## FUNDAMENTALS OF SUSTAINABILITY AND CIRCULAR ECONOMY

Introdurre il tema dell'**economia circolare**, illustrando la strada corretta per l'adozione di nuove azioni strategiche, con l'obiettivo di **perseguire una crescita sociale ed economica** in modo più sostenibile.

Delineare i contenuti della **Corporate Social Responsibility** attraverso otto chiavi di lettura dei più rilevanti concetti della CSR: **Etica, Governance, Organizzazione, Dimensione sociale, Economia e Finanza, Ambiente ed Ecosistema, Welfare aziendale, Reporting non finanziario**

- Apprendere una nuova logica dell'operare
- Conoscere le metodologie e sapere gestire un efficace percorso di miglioramento delle performance

## GREEN IN AZIENDA

Per fornire conoscenze tecniche relative alle **tematiche ambientali e di sostenibilità** utili per adottare un comportamento "sostenibile" nelle realtà lavorative.

- Identificare il "comportamento ambientale" di un'azienda.
- Valutare il ciclo produttivo aziendale assumendo a riferimento il concetto di Economia Circolare.
- Vestire i processi produttivi secondo i principi di eco-compatibilità e sostenibilità.
- Prefigurare forme comportamentali di protezione dell'ambiente.
- Trasferire valore e significato della responsabilità condivisa nella strategia di azione ambientale.

## ENERGY MANAGEMENT

Approfondire le tematiche di **efficienza energetica degli impianti produttivi e ausiliari** anche in riferimento della nuova strategia europea per finanziare una crescita sostenibile.

- Dare valore ai temi legati all'efficientamento energetico in azienda, lo strumento di Energy Audit e i sistemi di monitoraggio energetico.
- Una panoramica sulle modalità e gli strumenti agevolativi e incentivanti per effettuare tali cambiamenti in azienda.
- Efficienza energetica: una leva per la competitività dell'azienda
- Green marketing e miglioramento dell'immagine aziendale
- Energia: opportunità economiche - gestione costi e investimenti
- Green deal, action plan e tassonomia europea degli investimenti sostenibili.

## MOBILITY MANAGER

Proporre un'overview rispetto ai temi della **mobilità sostenibile** e fornire le competenze necessarie e gli strumenti operativi per il ruolo di Mobility Manager.

- Acquisire competenze, metodologie strumenti operativi
- Implementare soluzioni di mobilità e trasporto sostenibile nella propria organizzazione
- Sviluppare e mettere in atto un efficiente PSCL (Piani Spostamento Casa-Lavoro), nonché attività di empowerment della mobilità aziendale
- Implementare un'accurata valutazione dei costi aziendali
- Effettuare operazioni di benchmarking per migliorare la conoscenza e i metodi di applicazione delle pratiche di mobilità sostenibile

# INDUSTRY 5.0

- LEAN MANUFACTURING
- PENSIERO LEAN E LOGISTICA 5.0
- LOGISTICA 5.0
- INDUSTRY 5.0
- ROBOTICA COLLABORATIVA

# Industry 5.0

Sviluppo e innovazione seguendo i tre elementi fondamentali: **Human-centricity**, **sostenibilità** e **resilienza**.

## 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
  - SMED e Quick Change Over
  - La manutenzione produttiva (Total Productive Maintenance).
- La misura della performance aziendale
- I concetti di "valore" e "spreco"
- Il concetto di "best practice"
- L'organizzazione snella

## PENSIERO LEAN E LOGISTICA 5.0

Implementare un progetto integrato di **automatizzazione** e **digitalizzazione dei flussi logistici**.

- La Lean manufacturing nell'industria e Industria 5.0
- La Lean & green: la sostenibilità per ridurre i costi
- I principi della Lean Logistic e della Logistica 5.0
- 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 5.0

**Ottimizzare i tempi** di movimento delle merci, l'evasione degli ordini e la razionalizzazione dei processi e degli spazi nell'ottica di una Industria 5.0.

- Tracciamento lungo la supply chain
- La logistica green
- 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 5.0

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
- Approccio umano-centrico alle nuove tecnologie, green e digital
- 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

### ROBOTICA COLLABORATIVA

Apprendere l'uso di tecnologie in grado di ridisegnare i paradigmi di produzione in diversi settori e di modificare il rapporto tra macchina e uomo.

La robotica collaborativa è la **forma di automazione** che porta al **massimo livello la collaborazione uomo-robot** per raggiungere un obiettivo produttivo comune.

- Il ruolo della robotica nell'industria
- Che cos'è la robotica collaborativa
- Introdurre i robot collaborativi in azienda
- Le applicazioni e i vantaggi della robotica collaborativa
- La sicurezza legata alla robotica collaborativa
- Casi aziendali
- La manutenzione predittiva

# INNOVATION

- INNOVATION MANAGER
- MARKETING STRATEGICO
- DESIGN THINKING PER FARE INNOVAZIONE
- OPEN INNOVATION

# Innovation

Promuovere soluzioni e metodologie che favoriscono il cambiamento culturale dell'azienda.

## INNOVATION MANAGER

Fornire un **nuovo mindset** e gli **strumenti** per individuare nuove **opportunità di crescita** e per **gestire i processi di innovazione** in azienda.

### L'analisi al servizio dell'innovazione

- Utilizzare le leve di innovazione aperta per rilevare le esigenze e le tecnologie emergenti
- Tarare il tasso di innovazione sul livello di maturità del mercato destinatario

### La rivoluzione digitale del cuore delle rotture strategiche

- Panorama delle discontinuità e dei cambiamenti indotti dal digitale: la tecnologia, l'utilizzo e modelli di business
- Passare dalla logica dei prodotti e servizi ad una logica d'esperienza del cliente attraverso la leva digital.

### Generare i campi dell'innovazione strategica

- Identificare opportunità e rotture con vecchi modi di pensare
- Mappare intuizioni ed esigenze di clienti e prospect
- Valutare le competenze chiave della società
- Presidiare e organizzare nuove aree di business
- Costruire la "tabella di marcia" e il business plan di innovazione della società

### Sostenere il cambiamento indotto dall'innovazione

- Distinguere il cambiamento in variazione di livello 1 e livello 2
- Valutare l'impatto dei cambiamenti
- Usare 4 leve per superare la resistenza
- Comprendere e accelerare la curva di adozione dell'innovazione

## MARKETING STRATEGICO

Enfatizzare la funzione del **marketing all'interno del suo ruolo strategico** che lo vede definire con l'alta Direzione le azioni da intraprendere e i prodotti/servizi da proporre sul mercato.

- Acquisire una visione completa e attuale del marketing strategico
- Apprendere i legami tra pianificazione strategia e marketing
- Utilizzare le analisi di mercato: PESTEL analysis, 5 forze competitive, SWOT analysis
- Analizzare efficacemente i clienti: segmentazione e target
- Individuare le esigenze del cliente
- Utilizzare le leve di marketing (5P)
- Elaborare un piano di marketing strategico
- Conoscere le metodologie innovative di marketing

### DESIGN THINKING PER FARE INNOVAZIONE

Il Design Thinking è un approccio interattivo e partecipativo: un **framework progettuale** che sviluppa soluzioni adottando in ogni fase del processo la prospettiva.

Si basa sull'abilità di integrare **capacità analitiche** con **attitudini creative**, offrendo strumenti che permettono di estrarre evidenze relative alle persone e al loro contesto, per consentire a team progettuali di generare una varietà di soluzioni innovative tra cui identificare quelle da perfezionare per arrivare alla loro implementazione.

- Introduzione all'approccio Design Thinking e all'Innovazione Sociale
- Nuovi modelli organizzativi e progettazione in rete
- Identificazione del contesto progettuale, definizione della squadra di lavoro e mappatura degli stakeholder
- Utilizzo di strumenti visuali per condividere gli insight e facilitare il lavoro
- Generare nuove soluzioni
- Progettazione collaborativa
- Le diverse fasi dell'innovazione sociale
- Dall'idea al progetto
- Prototipazione veloce e raccolta dei feedback
- Nuovi modelli di business e sostenibilità economica
- Capitalizzare l'esito del proprio lavoro per il team e gli stakeholder coinvolti.

### OPEN INNOVATION: PRINCIPI E METODI DELL'INNOVAZIONE DI PROCESSO E DELL'OPEN DEVELOPMENT

Affrontare i **macrotrend** che caratterizzano il mutamento di scenario e delle **logiche di open Innovation**, che si stanno conseguentemente consolidando e le competenze chiave e i nuovi approcci alla ri-definizione dei processi e dell'open development.

- Innovazione e Open Innovation
- Cosa è l'Innovazione
- Introduzione all'Open Innovation: concetto generale valido per imprese, università.
- Strumenti e approcci all'Open Innovation
- La gestione dei processi
- Cosa sono i processi e perché sono importanti
- Il controllo di gestione
- L'innovazione dei processi e la Lean Innovation
- Introduzione alla Lean Innovation
- Business plan, Business model, Business Process re-engineering
- Introduzione al Change Management
- L'Open Development
- La gestione dell'ecosistema

# HUMAN RESOURCES

- SOFT SKILL NELLA RELAZIONE CON IL CLIENTE
- PROBLEM SOLVING EMOTIVO E PERFORMANCE
- LEAN COMMUNICATION
- LEAN RELATIONSHIPS
- TEAM MANAGEMENT PER IL SUCCESSO AZIENDALE
- PROJECT MANAGEMENT



# Human resources

Valorizzare ogni professionalità nell'ottica di ottimizzazione dell'organizzazione aziendale complessiva.

## Soft Skills

### 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
- Stili di comunicazione personale
- Simulazione fase di relazione interpersonale basata sull'ascolto attivo

### 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.

### LEAN COMMUNICATION

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

### LEAN RELATIONSHIPS

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 ad **ottimizzare le relazioni interpersonali e i comportamenti organizzativi** può avvenire attraverso un'analisi che evidenzia in termini tangibili e misurabili aree critiche e correzioni possibili.

- Ricerca dei comportamenti virtuosi all'interno dei team
- Utilizzo efficace ed efficiente delle e-mail interne
- Miglioramento della gestione delle riunioni e degli spazi comuni
- Identificazione delle migliori modalità per la comunicazione interna.

### TEAM MANAGEMENT PER IL SUCCESSO AZIENDALE

Esplorare i processi che stanno dietro alla **creazione**, al **funzionamento** ed al **mantenimento di un team** e fornisce le tecniche per trasformare il proprio gruppo di lavoro in un **team affiatato e performante.**

- Conoscere dinamiche/meccanismi di un team di successo
- Comprendere la relazione tra elementi organizzativi e relazionali all'interno del team
- Motivare le persone per orientarle verso un obiettivo di gruppo
- Comprendere e valorizzare le potenzialità di ogni collaboratore
- Esercitare il ruolo di trainer e coach
- Mantenere l'efficienza del team, anche in situazioni di crisi

### 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

# BUSINESS COMMUNICATION

- STORYTELLING E WEB WRITING
- I SOCIALNETWORKING COME OPPORTUNITÀ DI BUSINESS
- LA COMUNICAZIONE EFFICACE IN AZIENDA
- SEO INBOUD MARKETING
- CONTENT MARKETING EFFICACE
- EMAIL MARKETING
- FACEBOOK E INSTAGRAM ADS
- DIGITAL MARKETING INTEGRATO
- DIGITAL CRM: SVILUPPARE IL VALORE DEI CLIENTI
- SALES NAVIGATOR
- SALES SIMULATOR

# Business Communication

Gestire i contenuti comunicativi emessi da un'organizzazione in uno scenario di cambiamento e di innovazione.

## 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*).

## I SOCIALNETWORKING COME OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

### SOCIAL MEDIA MARKETING

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:

- **creare contenuti** per **ottenere dati** e fare in modo che siano gli utenti stessi a veicolare le nostre informazioni.
- **intercettare il pubblico** di riferimento a seconda del diverso percorso di conversione, attraverso inserzioni pubblicitarie.

### LINKEDIN SOCIAL SELLING

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.

### LA COMUNICAZIONE EFFICACE IN AZIENDA

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.

### SEO INBOUD 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, 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 e gli strumenti gratuiti
- Google Search Console per la gestione del sito
- SEOZoom: la suite italiana (15 giorni gratuiti di prova inclusi)

### CONTENT MARKETING EFFICACE

*Utilizzare 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

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

### 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

### 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.

### 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

## SALES NAVIGATOR

*Un'opportunità di business*

Sales Navigator è uno dei **LinkedIn tools** dedicati a chi si occupa di **vendite**.

Consente di intercettare **nuovi clienti** attraverso attività di ricerca mirata su profili (*lead*) e aziende (*account*) al fine di costruire e strutturare relazioni con i potenziali acquirenti.

Supporta l'attività dei commerciali **rafforzando il brand** aziendale e la **proposta di prodotti e servizi** attraverso una strategia di azione.

Sviluppare una strategia di social selling efficace on line per

- trovare potenziali clienti
- ottenere informazioni in tempo reale
- costruire relazioni di fiducia con i lead

## BUSINESS COMMUNICATION

### 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.

# I SERVIZI PLANETFORM

PlanetForm si propone come partner delle imprese per raccogliere le sfide della **rivoluzione digitale**.

## DIGITAL TRANSFORMATION

Progettazione e consulenza sulla **realizzazione di progetti e percorsi** ai dipendenti per la **Digitalizzazione di processi**.

Progettazione di processi di **onboarding** con realizzazione Welcome Kit Multimediale su portale dipendenti.

Consulenza e progettazione ed integrazione di piattaforme e sistemi di Videoconferenza con Aule ibride

## ACADEMY AZIENDALI

Progettazione di ambienti rivolti alla formazione continua per la creazione di **Academy aziendali**. Formiamo e supportiamo i progettisti interni all'azienda dando loro gli **strumenti necessari per essere autonomi**, riorganizziamo e innoviamo i **materiali didattici** con uno stile comunicativo in linea con la **Corporate Aziendale**.

## LEARNING & DEVELOPMENT

**Analisi della domanda e dei fabbisogni di sviluppo** delle competenze interne alle organizzazioni a supporto del progetto di **digitalizzazione e innovazione**.

Design e delivery di percorsi formativi di sviluppo delle competenze (*specific hard skills, soft skills*).

Sviluppiamo **piattaforme e-learning dedicate**, progettiamo **clip formative multimediali**.

## PROJECT MANAGEMENT & DELIVERY

**Coordinamento, organizzazione e monitoraggio** delle **attività formative**.

**Valutazione dei risultati** dell'intervento in relazione ai progetti aziendali.



Contattaci per definire insieme le tue esigenze

**Domenico Bernardo**

domenicob@planetsite.it  
Cell. 340.0711760  
[www.linkedin.com/in/domenico-bernardo-](http://www.linkedin.com/in/domenico-bernardo-)

**Official Web Contact**

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

**Sales Contact**

[planetform@planetsite.it](mailto:planetform@planetsite.it)

