

PERCORSI DI FORMAZIONE

Area Finanza

GESTIONE ECONOMICA E FINANZIARIA

Area Organizzazione

GESTIONE ORGANIZZATIVA

Area Personale

GESTIONE DELLE PERSONE

Area Commerciale

GESTIONE COMMERCIALE,
MARKETING E VENDITE



METODOLOGIA

I Corsi seguono in maniera innovativa l'approccio del **cooperative learning**, che punta all'interazione d'aula per una miglior forma di apprendimento partecipato e cooperativo, utile a raggiungere una più approfondita acquisizione di contenuti e abilità. Per sfruttare al meglio i vantaggi di tale metodologia sarebbe indicato contenere il numero di partecipanti ad un **massimo di 30 persone** per sessione d'aula e organizzare le postazioni in posizione tale per cui tutti possano guardarsi reciprocamente facilitando la comunicazione.

La **metodologia didattica** prevede una parte teorica per il trasferimento delle principali competenze, e una parte pratica interattiva, altamente coinvolgente e partecipativa.

Gli **aspetti teorici** sono supportati da specifici set di slide, paper e riferimenti sitografici, in modo da agevolare successivi approfondimenti.

La **parte pratica** prevede esercitazioni individuali e di gruppo, discussioni aperte, fasi di ascolto e riflessione, proiezioni di filmati seguiti da debriefing, test di autovalutazione, giochi didattici, con largo uso di case studies reali, che vengono analizzati e dibattuti.

PERFORMA[®]
CONSULTING

www.performaconsulting.it



CORSO DI GESTIONE ECONOMICA E FINANZIARIA

Come definire un obiettivo di utile annuale e monitorare mensilmente l'andamento della propria attività?

Come pianificare acquisti e investimenti e stabilire correttamente i prezzi dei propri prodotti o servizi?

Dal bilancio si riscontra un buon guadagno, ma i conti correnti sono sempre in linea di galleggiamento e non si riesce a capirne la motivazione?

Il lavoro aumenta, il fatturato cresce, ma alla fine l'utile è minore di prima?

Probabilmente presi dalla routine quotidiana non si dà una risposta a queste domande, e si continua a lavorare portando avanti i dubbi, vedendo scendere progressivamente la **marginalità**.

In un momento come quello attuale, nel quale il **contesto competitivo** si dimostra particolarmente turbolento, per l'impresa diviene fondamentale avere a disposizione un **set di strumenti** che le permettano, da una parte, di pianificare correttamente la propria **strategia competitiva** e, dall'altra, di controllare in itinere il livello con cui gli obiettivi strategici si stanno trasformando in **reali traguardi conseguiti**.

Risultati efficienti, ottimizzazione dei processi e delle risorse, taglio degli sprechi: sono alcune tra le discriminanti di una strategia di successo. Sempre più spesso la capacità di sfruttare al meglio le risorse aziendali è la più importante tra le discriminanti tra il successo e il fallimento di un'impresa.

Il **controllo di gestione** ha la finalità di fornire un quadro di riferimento chiaro e indispensabile per controllare l'**efficienza** gestionale e prendere decisioni condivise, al fine di **ottimizzare i costi e migliorare margini e redditività**.

Descrizione

Con un linguaggio semplice e comprensibile, il corso fornisce gli strumenti operativi per gestire al meglio la propria attività. In particolare gli **aspetti di natura contabile** e le basi essenziali del controllo di gestione economica e finanziaria di un'azienda.

Un corretto **Controllo di Gestione Economica** permette di conoscere e controllare i propri costi per prevedere ed evitare pericolosi rischi, consente di determinare il vero margine di contribuzione per prodotto/servizio e quello totale dell'impresa.

La **Gestione Finanziaria** permette di valutare il fabbisogno presente e futuro dell'impresa, prevedere e quindi evitare l'eventuale rischio di trovarsi in crisi di liquidità.

A CHI SI RIVOLGE

Il corso è rivolto a tutti coloro che desiderano **migliorare le proprie abilità e competenze** in materia di controllo di gestione, e in particolar modo a chi:

- non è un esperto di controllo ma vuole entrare negli argomenti per capire cosa deve fare per avere in pugno la sua situazione economica e finanziaria
- ha una piccola impresa e vuole cominciare a metterla sotto controllo
- ha le basi economiche finanziarie ma non ha la pratica in azienda
- vuole approfondire come mettere in campo un sistema di controllo direzionale

Il Corso è indicato quindi per Imprenditori, Amministratori, Dirigenti, Liberi Professionisti, Responsabili Amministrativi, Addetti alle funzioni amministrative ed economico-finanziarie e tutti coloro che attraverso l'attività lavorativa hanno un impatto diretto sui risultati economici dell'azienda.

OBIETTIVI

- Acquisire una visione d'insieme del processo di **controllo di gestione**
- Conoscere **strumenti e tecniche** del controllo di gestione
- Apprendere le metodologie di **analisi e monitoraggio dei costi**
- Sviluppare conoscenze in tema di **contabilità industriale e di formazione del budget**

CONTENUTI DEL CORSO

Il Controllo di gestione

- Le **origini** del controllo di gestione
- **Obiettivi e strumenti** del controllo di gestione
- Il Controllo di Gestione come **Business Partner** aziendale
- L'**evoluzione** del Controllo di Gestione: da feed-back a feed-forward

Parametri chiave dell'equilibrio economico e finanziario

- Leggere e interpretare il conto economico, lo stato patrimoniale e il **cash flow**
- Relazione tra le **componenti del bilancio**
- La **leva operativa**: considerazioni sulla composizione dei costi e sul margine di contribuzione
- La **leva del capitale investito**: l'equilibrio tra capitale di debito e capitale di rischio

Contabilità gestionale

- L'articolazione per centri di **responsabilità**
- La classificazione dei **costi**: per natura e per destinazione, piano dei conti e centri di costo
- Il sistema di **rilevazione** dei costi: costi storici, di mercato, standard
- La **configurazione** di costo: diretti, indiretti, fissi, variabili
- Criteri e sistemi di **ripartizione** dei costi indiretti
- Costo e **capacità produttiva**
- Cenni relativi ai metodi **Activity Based Costing (ABC)** e **Activity Based Management (ABM)**

Costruzione del cruscotto aziendale

- I **Fattori Critici di Successo (FCS)**
- I **Key Performance Indicators (KPI)**
- La determinazione di **obiettivi** aziendali

Collegamento tra controllo di gestione e budget

- La costruzione del **budget** in funzione degli obiettivi aziendali
- Strumenti di incentivazione e valutazione delle **performance** aziendali
- Determinazione e analisi degli **scostamenti**
- Definizione di **piani d'intervento** e revisione delle previsioni



CORSO DI GESTIONE DELLE PERSONE

Quali sono i migliori strumenti di selezione da utilizzare per identificare nuovi collaboratori?

Quanto ci si può dire soddisfatti del proprio staff e ogni quanto tempo si organizzano riunioni interne?

La comunicazione è sempre efficace e i conflitti si risolvono in fretta e senza spiacevoli conseguenze?

Come viene gestita la formazione interna dello staff e con quale strumento di incentivazione va motivato?

Spesso le risposte a queste domande sono vaghe, eppure gestire bene le persone è fondamentale per una gestione efficace ed efficiente della propria attività.

Si può nascere imprenditori, si può essere manager di eccellenza, si può essere straordinariamente capaci in ciò che si fa, ma se si vogliono realizzare grandi cose, ci sarà sempre bisogno degli altri.

In azienda è indispensabile instaurare relazioni con i propri interlocutori, anche in presenza di conflitti, in quanto tutti i risultati di un'organizzazione, piccola o grande che sia, sono prodotti dalle persone che ne fanno parte: metterle in condizione di esprimere al meglio le loro capacità è un fattore critico di successo.

Essere leader non è né un'arte né un atteggiamento, ma una questione di metodo, e chi lo conosce possiede uno degli strumenti indispensabili alla crescita e al conseguimento dei propri obiettivi.

La gestione delle persone richiede la conoscenza e l'utilizzo corretto di strumenti di base per valutare la performance e le competenze necessarie, fin dal momento dell'inserimento delle risorse umane in azienda.

La consapevolezza della necessità di avere cura del capitale umano è sempre più forte, ed impostare un sistema efficiente di gestione delle persone è la base della competitività aziendale.

Descrizione

Il Corso trasmette conoscenze e metodologie affrontando le tematiche relative alla **selezione, formazione, valutazione e motivazione del personale**, da gestire all'interno di una organizzazione flessibile in continuo cambiamento, per affrontare le difficoltà poste dal progresso tecnologico e dalla globalizzazione.

La gestione delle risorse umane implica lo sviluppo anche di **competenze manageriali** spiccate: **leadership, capacità di negoziazione e gestione del conflitto, capacità di motivare e creare squadra.**

Attraverso il Corso tutti coloro che svolgono la propria attività in team o coordinano dei collaboratori conosceranno gli strumenti fondamentali per saper analizzare e intervenire per creare le condizioni di **benessere organizzativo**, di motivazione, di valorizzazione e di crescita professionale.

A CHI SI RIVOLGE

Il corso è rivolto a tutti coloro che desiderano migliorare le proprie competenze e abilità manageriali nella gestione delle persone, e in particolar modo a chi:

- ha un'impresa e vuole gestire al meglio i propri collaboratori
- ricopre un ruolo di coordinamento e vuole migliorare le sue competenze manageriali
- è un leader all'interno della propria azienda od organizzazione e vuole migliorare la leadership
- vuole approfondire come motivare al meglio sé stesso e gli altri

Il Corso è indicato quindi per Imprenditori, Amministratori, Dirigenti, Liberi Professionisti, Responsabili di Funzione e tutti coloro che nella loro attività si trovano a lavorare in team o coordinano altre persone.

OBIETTIVI

- Conoscere le principali tecniche e strumenti per **selezionare** il personale più adatto
- Comprendere quali sono le modalità per **formare** e **delegare** in maniera vincente
- Apprendere i principali stili di **leadership** e la giusta applicazione a seconda degli scenari
- Imparare a gestire al meglio la **comunicazione** con i collaboratori anche in caso di **conflitti**
- Sviluppare la capacità di **motivare** le persone ad ottenere gli obiettivi condivisi con l'azienda

CONTENUTI DEL CORSO

Processo di ricerca e selezione

- Definizione precisa di **ruoli** e **responsabilità**
- Il processo di **ricerca**
- Strumenti e tecniche di **colloquio**
- Criteri e modalità di **selezione**

Formazione del personale

- L'**inserimento** dei nuovi collaboratori
- Il processo di **delega**
- Gestione dei **feedback**
- **Obiettivi** e piani di crescita personale e professionale

Leadership

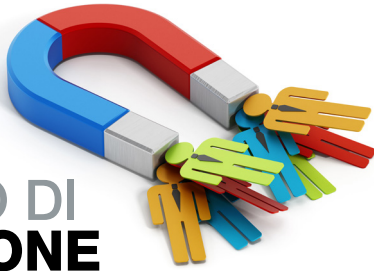
- Caratteristiche distintive del **leader**
- **Competenze** fondamentali per affermare la leadership
- **Stili e modelli** di leadership
- Da manager a leader
- **Sviluppo** continuo della propria leadership

Comunicazione

- I **canali** della comunicazione: verbale, non verbale e para-verbale
- Come costruire un **messaggio vincente** e come comunicare a uno, a pochi o a molti.
- Le **fasi della comunicazione**: ascoltare, creare empatia, attirare l'attenzione e farsi ascoltare
- Gestione dei **conflitti** e come trasformare situazioni conflittuali in situazioni di cooperazione
- Tecniche di **negoziato**

Motivazione

- Influenzare ed **ispirare** gli altri
- Tecniche e metodologie per definire **obiettivi** motivanti
- Identificare un **piano d'azione** per raggiungere gli obiettivi
- Il **Coaching**: uno strumento fondamentale per motivare e motivarsi



CORSO DI GESTIONE COMMERCIALE, MARKETING E VENDITE

*Come progettare un **processo di vendita** strutturato per acquisire costantemente **nuovi clienti**?*

*In che modo gli attuali clienti vanno **fidelizzati**? E quando diventano "dormienti" in che modo riatrararli?*

*Il **piano marketing** funziona? Il ritorno avuto dagli **investimenti pubblicitari** è soddisfacente?*

*Come far aumentare la percentuale di **preventivi accettati**, rendendo anche i collaboratori buoni **venditori**?*

Per dare una risposta a questi interrogativi è fondamentale progettare una buona **gestione commerciale** che preveda un **piano marketing mirato** e un processo di vendita strutturato, che attraggano costantemente **nuovi contatti**, fidelizzino gli attuali clienti, e rendano anche i collaboratori ottimi **venditori**.

Al giorno d'oggi tutti siamo sottoposti a una **sollecitazione costante** per mezzo di messaggi pubblicitari che ci raggiungono in molteplici modalità: **web** (social, siti, mail), **media** (tv, radio), **carta stampata** (quotidiani, magazine, volantini), **telefonate** (dirette, tramite call center). Questo "bombardamento" pubblicitario comporta una **sovraesposizione alle informazioni** da parte dei potenziali clienti, che non riescono più a distinguere quali siano le proposte realmente interessanti per le loro esigenze.

Un recente studio statistico ha dimostrato che mediamente un potenziale cliente necessita di 7 interazioni prima di poter essere considerato "pronto" per ricevere una **proposta di vendita**.

Descrizione

Il Corso prende in considerazione due fattori fondamentali nella **gestione commerciale** e nella programmazione del **piano marketing**: la **presenza** e la **differenziazione**.

La presenza consiste nel fatto di interagire costantemente con i propri potenziali clienti, manifestando la propria esistenza e facendo conoscere la propria offerta di prodotti/servizi.

Risulta necessario quindi essere presenti sul web, pianificare **campagne mirate** di pubblicità, organizzare di eventi e presentazioni. Tutto ciò al fine di interagire il più possibile con i "prospect", comunicando la propria "**brand identity**", per arrivare a quel sopracitato indice di 7 interazioni prima che vi sia la possibilità di procedere con una vendita.

La differenziazione consiste nell'individuare e far emergere i **fattori distintivi di successo** del Brand, in modo che sia distinguibile dai competitor e risulti di maggior appeal per il potenziale cliente.

Risulta quindi di primaria importanza la capacità anche dei propri rappresentanti di comunicare in maniera efficace e persuasiva con i "**prospect**".

A CHI SI RIVOLGE

Il Corso è rivolto a tutti coloro che desiderano **migliorare le proprie abilità e competenze in materia di commerciale**, e in particolar modo a chi:

- non è un esperto in ambito commerciale ma si trova quotidianamente a contatto coi clienti
- ha un'impresa e vuole strutturare un processo di vendita efficace
- desidera creare un "personal branding" per differenziarsi rispetto alla concorrenza
- vuole approfondire le competenze di marketing e progettare un piano pubblicitario funzionale

Il Corso è indicato quindi per Imprenditori, Amministratori, Dirigenti, Liberi Professionisti, Responsabili Commerciali, Addetti alla gestione dei clienti e tutti coloro che nello svolgimento delle loro attività hanno un contatto con il pubblico.

OBIETTIVI

- Acquisire una maggiore conoscenza delle strategie efficaci per raggiungere i **potenziali clienti**
- Sviluppare la capacità di progettare un **processo di vendita** strutturato
- Conoscere gli elementi principali per la programmazione di un **piano marketing** mirato
- Apprendere le principali **tecniche di vendita** per migliorare l'approccio con i "prospect" e i clienti

CONTENUTI DEL CORSO

Gestione commerciale

- Impostazione di un'analisi di mercato e della concorrenza
- Metodi e strumenti per definire il **mercato** di propria competenza
- Orientamento al mercato e al cliente
- Tecniche per ideare offerte commerciali ad **alta efficacia di vendita**

Brand

- Definizione di **brand**
- Le basi della "**brand communication**"
- Metodologie e strumenti per **costruire un brand**
- Sviluppare e implementare una **strategia di brand**
- Misurare il **livello di soddisfazione dei clienti** verso il brand e attuare **misure correttive**

Marketing

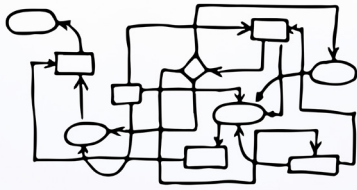
- Criteri di definizione dei "**prospect**" a cui proporre il proprio servizio/prodotto
- Stabilire il modo migliore per **contattare i potenziali clienti**
- Stima dei **costi di acquisizione** dei "prospect"
- La **pianificazione delle azioni commerciali** sui diversi canali di comunicazione

Processo di vendita

- Definizione e progettazione del **processo di vendita**
- Competenze di base del **venditore** e del personale di contatto con il pubblico
- Elementi fondamentali della **comunicazione efficace**
- Tecniche per incrementare il valore **percepito dal cliente**
- Strumenti per presentare l'**offerta commerciale** e gestire la **trattativa economica**

Fidelizzazione dei clienti

- Strumenti per migliorare l'**approccio** e la qualità della comunicazione verso il cliente
- Strategie per sviluppare e **mantenere i clienti** nel tempo
- **Diversificazione** della vendita del prodotto/servizio al cliente in essere
- **Stima dei costi** da sostenere per trattenere i clienti e accrescere il valore dei loro acquisti
- Mantenimento di **relazioni efficaci** basate sull'ascolto attivo e l'empatia



CORSO DI GESTIONE ORGANIZZATIVA

Organigramma e mansionario sono chiari a tutti? Quali sono i ruoli e responsabilità di ogni collaboratore?

Qual è la strategia di sviluppo per il futuro? L'organizzazione come si adatterebbe ad un cambiamento?

Per gestire i processi interni ed esterni all'attività vengono utilizzati sempre moduli e reportistica standard?

Il magazzino è gestito in maniera corretta? L'inventario viene eseguito periodicamente?

Soltanto una **gestione organizzativa** ben strutturata permette di dare risposte chiare e concrete a questi interrogativi, senza le quali è difficile **gestire un'azienda e mantenerne il controllo operativo**.

Una parte importante di qualsiasi business di successo è l'organizzazione, che si basa fundamentalmente sulla definizione di **ruoli, prestazioni, processi, pianificazione del lavoro**.

Il **tempo** è una delle risorse scarse in ogni business, e saperlo monitorare e gestire attraverso **processi e procedure** rappresenta una competenza fondamentale per essere efficaci ed efficienti.

Saper gestire ogni attività lavorativa in maniera razionale e con metodi adeguati è una grandissima risorsa per ogni azienda: permette di **ridurre il carico di lavoro** evitando gli errori, aumentare l'efficienza diminuendo i costi e, elemento da non sottovalutare, rendere l'ambiente di lavoro più sereno e focalizzato verso un obiettivo.

Un'organizzazione che prevede chiari **ruoli e responsabilità**, strutturando il lavoro per obiettivi e raggruppando i team in modo funzionale, ottiene una riduzione di errori ed un **aumento della redditività**.

Descrizione

Il Corso fornisce le basi per un **miglioramento organizzativo** che si sviluppi dall'analisi alle soluzioni, attraverso innovazione, aumento della produttività, **orientamento al welfare**.

Sviluppando le capacità di re-engineering dei processi a supporto dell'**efficienza organizzativa**, strutturando il lavoro per progetti e aree di competenza, sino a mettere in pratica strategie orientate ad incrementare il **benessere organizzativo** e la **produttività aziendale**.

Attraverso il Corso i partecipanti apprenderanno le competenze fondamentali per strutturare un'organizzazione in maniera funzionale ed efficace, capace di essere performante in ogni condizione.

A CHI SI RIVOLGE

Il corso è rivolto a tutti coloro che desiderano migliorare le proprie competenze organizzative in modo da saper gestire al meglio la propria organizzazione, e in particolar modo a chi:

- ricopre un ruolo organizzativo e vuole comprendere come strutturare al meglio la propria attività
- ha una piccola impresa e vuole organizzarla in maniera funzionale ed efficiente
- coordina attività e team di lavoro e vuole migliorarne le performance
- vuole approfondire come implementare una gestione organizzativa efficace e sostenibile

Il Corso è indicato quindi per Imprenditori, Amministratori, Dirigenti, Liberi Professionisti, Responsabili di Funzione e tutti coloro che nella loro attività si trovano a lavorare in team o coordinano altre persone.

OBIETTIVI

- Sviluppare le competenze organizzative per **aumentare le performance**
- Migliorare le capacità di **analisi** delle dinamiche organizzative
- Acquisire gli strumenti per strutturare i **processi organizzativi**
- Conoscere le dinamiche alla base del **benessere organizzativo**

CONTENUTI DEL CORSO

Organigramma e mansionario

- Definizione di **organigramma e mansionario**
- Distribuzione dei **compiti** tra i collaboratori
- Introduzione di nuovi **ruoli e livelli di responsabilità**
- Organizzazione efficace dei **gruppi di lavoro**

Processi e procedure

- Definizione di **processi e procedure**
- Criteri e metodi per l'**organizzazione** delle attività
- Modalità di **integrazione di processi** interni ed esterni all'azienda
- Monitoraggio degli **errori** e pianificazione di **azioni correttive**

Pianificazione

- Elementi fondamentali per la **pianificazione**
- Analisi dei principali **errori di pianificazione del tempo**
- Gestione di **imprevisti, interferenze, errori**
- Modalità di **monitoraggio** della pianificazione

Prestazioni

- Principali modalità di valutazione delle **prestazioni**
- Tecniche e strumenti di **analisi dei problemi e ricerca delle soluzioni**
- Metodologie focalizzate al "**problem solving**"
- L'implementazione di "**Best Practice**" e "**Lesson Learned**"
- Modalità di **coinvolgimento dei collaboratori** per migliorare delle prestazioni

Welfare

- Definizione di **benessere organizzativo**
- L'importanza del **work-life balance**
- Modalità di condivisione di **obiettivi, risultati** e valutazione dell'andamento del lavoro
- Tecniche di **comunicazione efficace** per stabilire confronti costruttivi
- Definizione di un **piano di crescita individuale** con un bilanciato **sistema di incentivazione**
- Tecniche e strumenti per migliorare il **welfare**