



**ASSOSERVIZI**  
servizi personalizzati alle imprese

# Offerta Formativa

*Passo dopo passo al vostro fianco...*



# ***INDICE***

***Pagina 2.***

***Vi aiutiamo ad uscire dagli sche(r)mi***

***Pagina 3-7***

***Amministrazione, fisco, finanza e controllo***

***Pagina 8-12***

***Marketing, vendita e post-vendita***

***Pagina 13-15***

***Sviluppo risorse umane***

***Pagina 16-17***

***Organizzazione, Sviluppo sistemi gestionali e Operations***

***Pagina 18.***

***Salute e sicurezza sul lavoro***

***Pagina 19-20***

***Formazione linguistica***

***Pagina 21-22***

***Metodologie innovative***

## *Vi aiutiamo ad uscire dagli sche(r)mi...*



In un contesto di recessione economica e di forte cambiamento, la formazione può essere un valido strumento di supporto alla **motivazione** del personale e di **sviluppo** del processo di **innovazione** del Sistema Impresa.

**Assoservizi**, società di servizi di Assolombarda, attraverso l'attività **gratuita** di analisi del fabbisogno formativo, orienta le imprese nella scelta dei **canali di finanziamento** che limitano l'impatto sulle risorse economiche aziendali, in particolare attraverso l'utilizzo delle **somme accantonate** sulle proprie posizioni di Fondimpresa e Fondirigenti.

**La nostra offerta** contempla una serie di corsi interaziendali, realizzabili anche direttamente in azienda; l'attività di docenza è affidata a professionisti di **consolidata esperienza aziendale**, che portano in aula operatività e concretezza unitamente a metodologie didattiche interattive e utilizzo di casi reali.

Offriamo, inoltre, un supporto nella definizione di percorsi di sviluppo attraverso interventi di **formazione e consulenza su misura**, da realizzare sulla base delle esigenze del cliente e personalizzabili in tutte le fasi, dalla progettazione alle metodologie.

# Conta su di noi per non dare i numeri...

## Amministrazione, Fisco, Finanza e Controllo

L'offerta delle aree Amministrazione, Fisco, Finanza e Controllo contempla una serie di corsi orientati sia a figure direttive che al personale operativo, con attenzione massima alle novità normative. I corsi proposti nelle diverse specializzazioni sono progettati per fornire sia approfondimenti su tematiche di base sia aggiornamenti su aspetti specifici della materia e novità normative.



### **FISCO**

#### **Corso base IVA**

**Finalità:** Esame della normativa base del D.P.R. 633/72 coordinata con altre disposizioni legislative e amministrative

**Destinatari:** Addetti alla contabilità generale

#### **La dichiarazione annuale IVA**

**Finalità:** Il modello per la dichiarazione annuale IVA con

particolare focus sulle novità rispetto all'esercizio precedente

**Destinatari:** Addetti alla contabilità generale

#### **IVA: la territorialità**

**Finalità:** Le regole generali e conseguenti deroghe in materia di cessioni di beni e prestazioni di servizi per rispettare, con riferimento al presupposto della territorialità, gli adempimenti IVA nazionali, con i Paesi UE ed Extra U.E.

**Destinatari:** Capi contabili, responsabili amministrativi e responsabili fiscali

#### **Approfondimenti e soluzioni pratiche: la corretta gestione delle fatture fornitori-il controllo dei documenti, le variazioni e le registrazioni**

NOVITA' 2010

**Finalità:** Esame pratico dei controlli da effettuare sulle fatture fornitori, delle rettifiche e/o integrazioni da richiedere. Analisi delle procedure di rilevazione e delle eventuali rettifiche di registrazione.

**Destinatari:** Addetti dell'area contabile e fiscale

#### **Approfondimenti e soluzioni pratiche: la corretta gestione delle fatture fornitori-la detraibilità dell'IVA**

NOVITA' 2010

**Finalità:** Esame della corretta applicazione della disciplina relativa alla detraibilità / indetraibilità dell'IVA in relazione alle più ricorrenti operazioni aziendali.

**Destinatari:** Addetti dell'area contabile e fiscale

## AMMINISTRAZIONE

### La nuova fiscalità dei soggetti IAS

NOVITA' 2010

**Finalità:** Analisi degli aspetti fiscali legati all'applicazione degli IAS effettuando un commento al principio di riferimento e alla relativa regola fiscale. Particolare attenzione è dedicata alle regole operative legate alla prima applicazione dei principi

**Destinatari:** Capi contabili, responsabili amministrativi e responsabili fiscali

### Fatturazione elettronica e conservazione sostitutiva dei documenti contabili, fiscali e del lavoro

**Finalità:** Le regole introdotte dal D.M. del 23.01.2004 per la conservazione esclusivamente su supporti informatici e anche ai fini fiscali delle scritture e dei documenti contabili, conservazione sostitutiva del libro unico del lavoro

**Destinatari:** Addetti contabili e capi contabili

### La compilazione dei registri obbligatori

**Finalità:** Gli aspetti relativi alla compilazione, registrazione e conservazione dei registri obbligatori previsti dalla normativa civilistica e fiscale (IVA e imposte dirette)

**Destinatari:** Addetti contabili e capi contabili

### Corso base di contabilità generale

**Finalità:** La logica di base delle rilevazioni contabili dalle operazioni di esercizio fino alla redazione del bilancio. Studio della struttura della contabilità in azienda; le scritture relative ad acquisti, vendite, Iva, investimenti, ammortamenti, costi del personale; nonché scritture di rettifica e comprensione delle logiche di formazione del bilancio d'esercizio

**Destinatari:** Addetti alla contabilità generale

### Le problematiche di redazione del bilancio consolidato

**Finalità:** Il quadro completo delle problematiche relative alla redazione del bilancio consolidato in tutti i suoi aspetti, con particolare attenzione alle novità introdotte dall'applicazione dei principi contabili internazionali

**Destinatari:** Direttori e responsabili amministrativi

### Calcolo delle imposte e chiusura del bilancio

**Finalità:** Le operazioni di chiusura del bilancio d'esercizio, con particolare focus sulle regole e sui check-up delle voci più importanti ai fini del calcolo delle imposte dell'esercizio

**Destinatari:** Capi contabili, responsabili amministrativi e responsabili del bilancio amministrativi e fiscali

### La compilazione del modello 770

**Finalità:** Nuovi termini di presentazione e modalità di compilazione del modello: principi e regole fondamentali dei principali quadri del modello 770

**Destinatari:** Responsabili amministrativi e fiscali, responsabili del personale e studi di consulenza del lavoro

### Rimborsi spese da trasferta

**Finalità:** Le problematiche amministrative, organizzative e fiscali inerenti la gestione dei rimborsi spese da trasferta, anche alla luce delle recenti novità normative (IVA e imposte dirette)

**Destinatari:** Responsabili amministrativi e fiscali, responsabili contabilità generale e/o contabilità fornitori

### Gestione del credito

**Finalità:** Gli aspetti relativi alla gestione del credito, dal momento della sua formazione fino all'incasso. La tutela in caso di mancato pagamento da parte del cliente

**Destinatari:** Responsabili amministrativi, credit manager e responsabili fiscali

### Gestione incassi e pagamenti

**Finalità:** Contabilizzazione degli incassi e pagamenti. Analisi delle attività contabili di controllo interno correlate.

**Destinatari:** Neo-assunti - area contabilità/amministrazione – Soggetti interessati alle tematiche della contabilità generale

### La privacy nell'amministrazione e gestione del personale

NOVITA' 2010

**Finalità:** Metodologie e risvolti applicativi per la messa a norma dei processi legati alla Gestione delle Risorse Umane. Definizione delle linee guida di comportamento per affrontare correttamente gli impatti quotidiani con le disposizioni della legge.

**Destinatari:** Responsabile risorse umane; responsabile amministrazione del personale; responsabile selezione e sviluppo; responsabile amministrazione; responsabile servizi generali; responsabile organizzazione, responsabili del trattamento dei dati personali.

## CONTROLLO DI GESTIONE

### **Corso base sul controllo di gestione e budget**

**Finalità:** Il processo di pianificazione, programmazione e controllo. La contabilità analitica, la costruzione di un piano di centri di costo, il budget, il controllo e il reporting

**Destinatari:** Controller, responsabili contabili e capi amministrativi

### **Rilevazione e calcolo dei costi aziendali per il controllo con focus sull'utilizzo di excel**

NOVITA' 2010

**Finalità:** Esaminare le diverse metodologie di rilevazione e calcolo dei costi e quindi finalizzare l'applicazione delle metodologie stesse all'utilizzo della "informazione di costo" derivata: conoscere e controllare la redditività dei propri prodotti/servizi e prendere delle decisioni (configurare i possibili prezzi di vendita di un nuovo prodotto, make or buy, etc.)

**Destinatari:** Responsabili amministrativi, addetti alla contabilità dei costi

### **Elementi chiave del sistema di reporting**

**Finalità:** Le procedure per la redazione dei principali reports tenendo conto delle diverse strutture e dei destinatari di riferimento

**Destinatari:** Responsabili amministrativi e del controllo di gestione

### **Come impostare correttamente un piano di centri di costo**

NOVITA' 2010

**Finalità:** Progettare un piano di centri di costo partendo dalla loro definizione e dai significati che possono assumere a seconda dell'ottica in cui ci si pone e delle finalità che si considerano prioritarie.

**Destinatari:** Responsabili amministrativi – Senior Controller

### **Il cash pooling**

**Finalità:** Come impostare un progetto di Cash pooling. Cash pooling nazionale ed internazionale. Le tecniche di cash pooling. Implicazioni contabili, legali e fiscali.

**Destinatari:** Direttori finanziari

## FINANZA

### **Fondamenti di finanza aziendale**

**Finalità:** Gli aspetti fondamentali della gestione finanziaria aziendale. Sviluppo della capacità di previsione dei fabbisogni finanziari in funzione dei programmi aziendali e di analisi delle varie forme di finanziamento

**Destinatari:** Addetti alla funzione amministrativa e finanziaria e responsabili di PMI

### **Analisi di bilancio**

**Finalità:** Partendo dal bilancio redatto secondo i principi civilistici si forniscono gli strumenti necessari sia per accertare se vengono rispettati gli equilibri gestionali, sia per individuare le leve a disposizione del management per migliorare i risultati aziendali

**Destinatari:** Responsabili amministrativi e capi contabili

### **Come si costruisce il rendiconto finanziario**

**Finalità:** Le regole per una corretta redazione del rendiconto finanziario secondo la struttura prevista dai principi contabili

**Destinatari:** Responsabili amministrativi e capi contabili

### **La gestione della tesoreria**

**Finalità:** Monitoraggio e pianificazione dell'andamento della gestione aziendale da un punto di vista finanziario attraverso il cash flow report, analisi dei benefici che la tesoreria può apportare al capitale circolante, nonché gli elementi per una gestione dei rischi finanziari strutturata

**Destinatari:** Tesorieri, responsabili amministrativi e finanziari, risk manager e assistenti area finanza

# Crediamo che vendere sia un gioco di equilibri

## Marketing, Vendita e Post-Vendita

### MARKETING

Il marketing è essenziale per le imprese che intendono consolidare e sviluppare il proprio business. Specifici percorsi formativi possono accelerare lo sviluppo della cultura e delle competenze di marketing del “capitale umano” che opera nell’impresa; essi infatti forniscono conoscenze, competenze e comportamenti attuali ed efficaci per:

- analizzare il potenziale del mercato e dell’impresa;
- progettare strategie di sviluppo redditizie;
- elaborare piani di marketing;
- realizzare al meglio le attività pianificate;
- monitorare i risultati e predisporre eventuali azioni correttive.



#### **Il marketing internazionale e lo sviluppo dei mercati esteri**

**Finalità:** Definire l’insieme delle attività di business mirate alla penetrazione di mercato in uno o più paesi stranieri. A fronte della globalizzazione, fornisce le giuste risposte alle sfide da affrontare quando l’azienda vuole espandersi

sui mercati esteri

**Destinatari:** Responsabili marketing, export manager, product manager e venditori per l’estero

#### **Fondamenti di marketing**

**Finalità:** Acquisire i principi, le tecniche e gli strumenti fondamentali del marketing, per saper cogliere le esigenze dei clienti, riconoscere i segnali di cambiamento dei mercati e aiutare l’azienda ad adeguare la propria offerta: dalla pubblicità alla promozione commerciale

**Destinatari:** Personale area commerciale e marketing

#### **Comunicazione d’impresa e marketing non convenzionale**

**Finalità:** Fa conoscere nuove opzioni del marketing postmoderno, e fornisce strumenti operativi per cogliere le opportunità di comunicazione legate al fenomeno Web 2.0.

**Destinatari:** Personale che opera nelle aree marketing, comunicazione e vendita

NOVITA' 2010

### **Ricerche di mercato low cost: software gratuiti per la gestione quotidiana dell'azienda**

**Finalità:** Come trovare informazioni su concorrenti, clienti e tendenze utilizzando fonti a basso costo (tra cui Internet) e utilizzarle per affrontare i cambiamenti di mercato, ideare nuovi prodotti e ottenere vantaggi competitivi.

**Destinatari:** Personale commerciale e marketing

NOVITA' 2010

### **Comunicazione low cost: come gestire le relazioni con la stampa, organizzare eventi e sfruttare al meglio le potenzialità di internet**

**Finalità:** Sfruttare al meglio strumenti promozionali a basso costo quali ad esempio relazioni con i media, ideazione eventi e promozioni, comunicazione via Web.

## **VENDITA**

La vendita è l'insieme dei processi relazionali con cui l'azienda verifica l'accettazione dei propri prodotti/servizi e li monetizza. L'efficacia di questi processi è quindi di grande importanza per la competitività di ogni impresa.

Le nostre proposte formative potenziano le capacità delle risorse commerciali per:

- organizzare, animare ed incentivare la forza vendita;
- aumentare le vendite utilizzando maggiormente il potenziale dell'area o del segmento di mercato di competenza;
- scoprire ciò che ha "valore" per il cliente e comunicare più efficacemente le proprie proposte di vendita.

### **I responsabili commerciali: come interpretare al meglio il proprio ruolo e gestire con efficacia la reti di vendita**

**Finalità:** Presentare modelli organizzativi, tecniche di gestione e motivazione dei venditori, metodi per la lettura del mercato e facilitare la comprensione della strategia seguita dalla propria azienda così da rendere più efficace e produttiva l'azione di vendita

**Destinatari:** Responsabili Commerciali, Sales Manager, Capi Area, Product Manager

### **Il budget commerciale**

**Finalità:** Sviluppare programmi d'azione e piani operativi per raggiungere i traguardi di vendita, ottimizzare gli sforzi commerciali e monitorare i risultati

**Destinatari:** Manager e professional dell'area vendite

### **Strumenti e tecniche di vendita**

**Finalità:** Migliorare la conoscenza delle tecniche di vendita nelle sue componenti emozionale e tecnica. Comunicare con i clienti più efficacemente. Analizzare i processi ed i comportamenti d'acquisto dei clienti per cogliere nuove opportunità e posizionare al meglio le proprie proposte di vendita

**Destinatari:** Venditori e personale commerciale a contatto con i clienti

### **Corso base in commercio estero**

**Finalità:** Panoramica completa delle principali tecniche del commercio internazionale, con focus su contrattualistica, trasporti, pagamenti, assicurazioni, crediti export, documenti e altri strumenti operativi

**Destinatari:** Addetti al servizio commerciale, amministrativo, finanziario e delle spedizioni

### **Comunicare con il cliente: tecniche relazionali per informare, gestire ed influenzare positivamente**

**Finalità:** Fornire agli operatori di supporto alle vendite le competenze relazionali e le tecniche di comunicazione efficaci per condurre comunicazioni telefoniche, fidelizzare il cliente e migliorare la customer satisfaction

**Destinatari:** Addetti servizio commerciale, customer service e telemarketing

### **La vendita telefonica**

**Finalità:** Trasmettere tecniche specifiche di utilizzo del telefono come strumento di vendita e di supporto ai venditori esterni. I partecipanti acquisiscono la capacità di proporre progetti di telemarketing, preparare script telefonici e comunicare al meglio attraverso l'utilizzo del telefono

**Destinatari:** Personale commerciale di "front office"

### **Monitoraggio concorrenti: le informazioni che si possono avere dal bilancio**

**Finalità:** Analisi delle voci di bilancio con obiettivo di individuare e comprendere le voci che possono essere utilizzate per un efficace benchmark di settore

**Destinatari:** Responsabili di vendita

### **Il reporting per l'area commerciale**

**Finalità:** Disporre di modelli, metodi e tecniche per migliorare la "lettura" del mercato e la comprensione della propria azienda al fine di rendere più produttiva l'azione commerciale dell'impresa. I partecipanti miglioreranno le proprie capacità di valutare i cambiamenti dello scenario competitivo e di progettare le risposte strategiche più opportune contribuendo così all'adeguamento della strategia di marketing seguita dalla propria azienda

**Destinatari:** Responsabili delle vendite, responsabili area marketing

### **Come costruire efficacemente un contratto: aspetti generali ed esempi operativi**

**Finalità:** Profili generali del contratto (definizione e disciplina) e delle obbligazioni derivanti dal contratto. Cenni sulla compravendita nazionale ed internazionale e sull'appalto privato

**Destinatari:** Personale ufficio legale e personale amministrativo/commerciale

NOVITA' 2010

### **L'offerta commerciale e i nuovi prodotti**

**Finalità:** Valutazione e modalità di sviluppo di nuovi prodotti: dalla generazione delle idee, alle fasi di test e di mercato, alla definizione di politiche di lancio dei nuovi prodotti sul mercato, con un'attenzione su diversi tipi di prodotti e servizi.

**Destinatari:** Responsabili di funzione

NOVITA' 2010

### **Il prezzo nella strategia di marketing: fissare prezzi corretti, conoscere e saper individuare il proprio valore, massimizzare gli utili**

**Finalità:** Superare le obiezioni dei clienti su prezzi e sconti; le opzioni su costi, prezzi e margini. Conoscere il proprio valore per saperlo "vendere" al cliente e definire l'offerta; formare i venditori.

**Destinatari:** Responsabili commerciali e marketing

## **POST-VENDITA**

È nel post-vendita che i clienti, confrontando le esperienze rispetto alle proprie aspettative ed esigenze, sperimentano il proprio livello di "customer satisfaction".

I percorsi formativi sono un utile strumento per potenziare le competenze delle risorse umane nella gestione dei clienti che stanno sperimentando/utilizzando i prodotti-servizi acquistati. Il personale dell'azienda che in questa fase entra in contatto con i clienti può:

- rinforzare la "qualità percepita" dal cliente e quindi migliorare il suo livello di soddisfazione;
- potenziare i flussi informativi da e verso il cliente così da evidenziare nuove opportunità e stimolare i processi di marketing interni;
- contribuire alla fidelizzazione del cliente promuovendo vendite e referenze positive.

### **Customer care: gestione del reclamo, dell'obiezione e delle telefonate difficili**

**Finalità:** Sviluppare comportamenti customer oriented tramite il monitoraggio delle esigenze e desideri dei clienti. Saper gestire obiezioni, disservizi e reclami salvaguardando la fidelizzazione del cliente e trasformandole in "opportunità" di servizio

**Destinatari:** Personale di front office, operatori telefonici, addetti al servizio di assistenza ai clienti

### **L'assistenza tecnica: non solo servizio ma anche sviluppo del cliente**

**Finalità:** Fornire al personale tecnico motivazioni e strumenti per migliorare le proprie capacità di interagire e comunicare con il cliente. Sviluppare la capacità di ascolto e scoprire, dalle insoddisfazioni del cliente nuove opportunità di vendita

**Destinatari:** Tecnici che entrano in contatto con i clienti attivi e potenziali

### **Il recupero crediti: condurlo in modo efficace**

**Finalità:** Gestire i diversi tipi di clienti, in base alla loro personalità, utilizzando al meglio una comunicazione empatica. Preparare gli strumenti di supporto all'azione di recupero crediti. Condurre correttamente la telefonata, affrontando le lamentele e superando le obiezioni

**Destinatari:** Personale interno addetto al recupero crediti

### **Conquistare e fidelizzare il cliente**

NOVITA' 2010

**Finalità:** Rendere da subito efficace il venditore e migliorarne le performance. Migliorare l'ascolto come strategia per chiudere maggiori contratti. Fornire strumenti utili di comunicazione per iniziare, superare obiezioni e chiudere le trattative.

**Destinatari:** Venditori, agenti e addetti funzione commerciale e sviluppo

## Facciamo emergere le competenze nascoste

### Sviluppo risorse umane

Disporre di una formazione efficace al passo coi tempi significa migliorare lo sviluppo delle risorse umane. I corsi che proponiamo in questa sezione sono stati pensati per:



- stimolare la crescita e la motivazione dei lavoratori;
- favorire la comunicazione;
- valutare le situazioni ed essere in grado di prendere decisioni;
- migliorare la qualità del servizio;
- sviluppare l'organizzazione.

#### Convivere con lo stress: stare bene per fare bene

**Finalità:** Acquisire una maggiore “presenza di sé” per ottenere più efficacia nelle proprie relazioni ed azioni. Sviluppare capacità d'ascolto verso se stessi e verso gli altri diventando consapevoli dei

propri modelli d'influenzamento per essere più efficaci con i propri capi e collaboratori, riuscendo a gestire i conflitti in modo costruttivo

#### Sviluppare i propri talenti, consolidare la propria immagine e comunicarlo all'esterno

**Finalità:** Progettare in modo consapevole il proprio futuro e raggiungere gli obiettivi attraverso la conoscenza di sé e delle proprie capacità, individuando i propri talenti. Focalizzare e rafforzare il proprio brand e migliorare la propria rete di contatti attraverso l'utilizzo del networking

#### Motivare e guidare i collaboratori

**Finalità:** Saper creare un clima di condivisione migliorando il rapporto con i propri collaboratori e sviluppando tecniche per creare gruppi affiatati. Motivare i collaboratori e ottenere da loro le migliori performance favorendo un utilizzo ottimale della comunicazione interna e stimolando il feedback

#### Decision making

**Finalità:** Migliorare le proprie competenze nel valutare situazioni, prendere decisioni e pianificare azioni, tramite un metodo basato sull'utilizzo di strategie decisionali e sull'acquisizione di consapevolezza degli errori e delle distorsioni cognitive

### **Gestione efficace del tempo: internet e social network**

**Finalità:** Sviluppare l'organizzazione, acquisire le metodologie e gli strumenti di gestione del tempo per raggiungere gli obiettivi di ruolo e sviluppare flessibilità e prontezza nell'affrontare situazioni impreviste. Il tempo nell'organizzazione: il legame con gli strumenti di pianificazione e la gestione dei progetti. Come aumentare la produttività individuale sfruttando le nuove tecnologie senza diventarne vittime

### **Scrivere o comunicare? Come eliminare il superfluo**

**Finalità:** Essere padroni di metodi e tecniche che rendano il testo semplice e motivino il destinatario ad essere partecipativo. Utilizzare semplici strumenti per “farsi capire” ed evitare le insidiose trappole che si celano nei messaggi

### **La gestione dei conflitti**

**Finalità:** Sviluppare la propria attività di comunicazione e capacità di ascolto al fine di diventare più abili nel trovare soluzioni e accordi per gestire i conflitti in azienda. Instaurare relazioni fruttuose e godibili nel tempo sviluppando una maggiore conoscenza di sé e degli altri

### **Public speaking**

**Finalità:** Facilitare il raggiungimento di una comunicazione efficace, funzionale e soddisfacente. Implementare la conoscenza delle proprie capacità oratorie, dando la possibilità di riflettere, analizzare le proprie motivazioni e scoprire anche nuove reazioni

### **La creatività in azienda**

**Finalità:** Generare idee e strutturare opportunità creando il clima adatto alla creatività e al cambiamento. Apprendere come sviluppare la creatività e come usarla per essere innovativi nell'impresa. Migliorare la posizione sul mercato sfruttando nuovi concetti cui si è pervenuti grazie alla creatività

NOVITA' 2010

### **Corso di scrittura per il web**

**Finalità:** Offrire strumenti di scrittura adeguati a coloro che nelle aziende seguono professionalmente le redazioni internet e desiderano migliorare le proprie capacità di espressione scritta. Verrà illustrato un metodo originale per la composizione di tutti i testi professionali, non solo quelli per il web.

NOVITA' 2010

### **Assistenti di direzione: evoluzione del ruolo, aspettative, competenze, sviluppo**

**Finalità:** Sviluppare le competenze “chiave” per la gestione quotidiana del proprio ruolo con l'obiettivo di accrescere anche in autonomia e professionalità. Migliorare le abilità professionali; potenziare la qualità dei rapporti interpersonali; saper gestire i conflitti e le criticità; saper pianificare e organizzare le attività.

### **La comunicazione per il personale di front-line**

**Finalità:** Aumentare la consapevolezza del proprio stile comunicativo e dell'impatto che produce sugli interlocutori promuovendo uno stile relazionale e comunicativo orientato al cliente. Migliorare e sviluppare l'ascolto attivo e la capacità di persuasione

### **Formare il formatore**

**Finalità:** Migliorare le proprie tecniche di comunicazione e ascolto orientandosi verso la condivisione degli obiettivi e la motivazione all'apprendimento

### **Le relazioni interpersonali e il raggiungimento degli obiettivi**

**Finalità:** Incrementare l'efficacia nel raggiungimento dei propri obiettivi, attraverso una leadership assertiva, costituita da competenze comunicative, di gestione dei conflitti e di negoziazione. Utilizzare al meglio la focalizzazione e trasmissione degli obiettivi

### **Problem Solving**

**Finalità:** Attraverso la sperimentazione della metodologia del problem solving e l'applicazione di tale metodo all'operatività aziendale, saranno trasferite competenze e strumenti utili per affrontare e impostare la risoluzione dei problemi

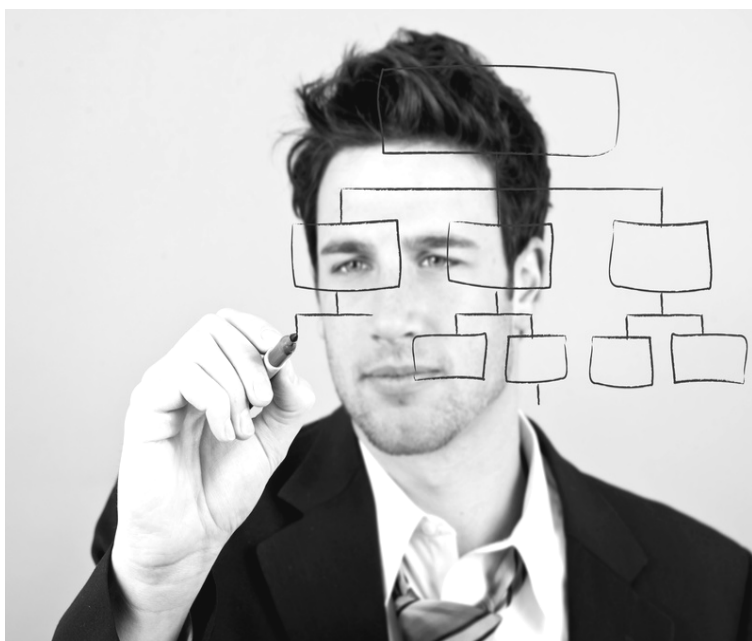
### **La gestione del servizio: come guidare il cliente a essere protagonista del successo del servizio**

**Finalità:** La raffigurazione grafica del processo di lavoro per una migliore gestione della comunicazione interna

# Aiutiamo a disegnare la vostra organizzazione

## Organizzazione, Sviluppo sistemi gestionali e Operations

Un mercato dinamico e complesso come quello attuale è caratterizzato da sistemi organizzativi e gestionali in continua evoluzione. Il costante rapporto con le oltre seimila aziende associate ad Assolombarda è la base su cui si fonda la nostra offerta formativa in questa area. Una lunga esperienza maturata direttamente a contatto con le imprese ci permette, oggi, di offrire una proposta formativa sempre orientata al fabbisogno rilevato, flessibile e caratterizzata da metodologie didattiche interattive ed efficaci.



### Fondamenti di supply chain

**Finalità:** Analisi degli elementi base dei processi che intervengono lungo il percorso della Supply Chain, con particolare attenzione alle procedure dell'addetto acquisti e dell'operatore logistico, per contribuire alla gestione e riduzione dei costi

**Destinatari:** Responsabili Acquisti, Buyers ed addetti alla funzione acquisti, approvvigionamenti e logistica

### Acquisti: Attivare rapporti efficaci tra clienti e fornitori

**Finalità:** Sviluppare e gestire relazioni efficaci con i clienti interni, i clienti esterni e i fornitori. Esame delle metodologie utili alla qualificazione e valutazione del fornitore anche tramite l'utilizzo di internet e degli strumenti elettronici in commercio

**Destinatari:** Addetti alla funzione acquisti e approvvigionamenti

### Processo dell'ordine in azienda: dall'offerta alla consegna

**Finalità:** Migliorare le capacità di analisi concreta e realizzazione pratica delle opportunità di miglioramento dell'intero flusso logistico dell'azienda. Saper interpretare la gestione degli ordini e il collegamento con la programmazione. Ottimizzare la gestione del magazzino e della funzione acquisti

**Destinatari:** Personale area logistica, magazzino, acquisti, gestione dei materiali e customer service

NOVITA' 2010

### **Gestione e controllo della PMI: come affrontare le decisioni aziendali**

**Finalità:** Apprendere come affrontare le decisioni aziendali relativamente a costi, prezzi, margini e rendimenti, integrandole con le caratteristiche dell'organizzazione e la sua strategia.

Sviluppare queste conoscenze in modo divertente e interattivo grazie alla metodologia innovativa del Virtual Enterprise Gaming e all'in-Training.

**Destinatari:** Giovani manager di PMI, responsabili amministrativi, responsabili di controllo di gestione e responsabili di funzione

### **Innovation change management – Gestione dei cambiamenti per l'innovazione**

**Finalità:** Analizzare l'insieme di metodologie e tecniche che i manager delle aziende possono porre in atto per realizzare dei sostanziali cambiamenti organizzativi, minimizzando le problematiche connesse con la gestione delle risorse umane al fine di perseguire l'innovazione di prodotto e di processo

**Destinatari:** Responsabili di funzione e coordinatori di gruppi di lavoro

### **Tecniche per innovare nella Strategia, nei Prodotti e nei processi**

**Finalità:** Fornire una panoramica sintetica delle modalità attraverso le quali è possibile introdurre miglioramenti sistematici e azioni di vera innovazione nelle piccole e medie imprese. Analizzare le tecniche orientate al contenimento dei costi nelle fasi di studio e di introduzione delle soluzioni innovative individuate

**Destinatari:** Responsabili di funzione e coordinatori di gruppi di lavoro

### **Project Management**

**Finalità:** Sviluppare competenze integrate per la gestione delle commesse; saper gestire le informazioni e individuare il metodo migliore per la pianificazione di un progetto; addestrare le figure professionali che partecipano alla gestione delle commesse, anche di grande identità

**Destinatari:** Project manager e gestori di commesse

# Insegniamo a non correre rischi

## Salute e sicurezza sul lavoro

I corsi proposti in questa area sono progettati per fornire e assicurare la formazione di base obbligatoria, prevista dalla normativa vigente. Percorsi mirati permettono inoltre di contestualizzare, alle singole realtà imprenditoriali, ogni tematica rispetto alle specifiche esigenze in materia.



Una pluriennale esperienza in questo settore è al servizio di una formazione in linea con i più recenti adeguamenti normativi.

### Corsi base e formazione obbligatoria per:

- RSPP (Moduli A-B-C)
- ASPP (Moduli A-B)
- RLS
- Preposti
- Dirigenti
- Datori di Lavoro

### Corsi di aggiornamento e formazione specialistica

**Finalità:** Diverse tecniche per fornire e assicurare la formazione sull'aggiornamento obbligatorio previsto dalla normativa vigente

NOVITA' 2010

- Aggiornamento RLS—8h
- Stress lavoro correlato

### Corsi di addestramento

- Primo soccorso (D.M. 15/7/2003 n. 388)
- Antincendio (D.lgs. n.81/08 artt. 43 e 46 e D.M. 10/03/2008 art. 7)
- Gas Tossici: preparazione agli esami per il conseguimento della patente di abilitazione
- Addetti al videoterminale
- Carrellisti
- Addetti alla movimentazione manuale dei carichi

### Corsi di Guida Sicura

**Finalità:** Promuovere e condividere la cultura della sicurezza stradale in linea con le normative Europee e con il nuovo testo Unico Dlgs 81/2008. Contribuire a tutelare la vita delle persone attraverso una formazione che aumenta le competenze e lo sviluppo delle abilità al volante

# Comunicare nel mondo sarà più facile

## Formazione linguistica

Assoservizi progetta e realizza corsi di lingua per il personale aziendale.

Il percorso formativo individuale viene progettato in funzione delle conoscenze linguistiche iniziali e delle esigenze di comunicazione di ogni persona e di ogni profilo aziendale adattandolo alle rispettive funzioni ed incarichi. I contenuti dei corsi si basano su problematiche e situazioni tipiche del contesto lavorativo partendo dai livelli base di puro apprendimento della lingua fino a raggiungere i livelli più avanzati della comunicazione.



che del contesto lavorativo partendo dai livelli base di puro apprendimento della lingua fino a raggiungere i livelli più avanzati della comunicazione.

### **CORSI DI LINGUA PROFESSIONALI**

Inglese, francese, tedesco, spagnolo, russo, cinese ed italiano per stranieri

*Moduli da 20-40-80-120 ore*

### **CORSI INTENSIVI DI BUSINESS COMMUNICATION**

- Telephone and written
- Customer care
- Presentations
- Business Socializing
- Public Speaking
- Negotiations

*Moduli da 20 o 32 ore (sessioni da 4 o da 8 ore)*

### **SESSIONI SPECIALISTICHE DI TERMINOLOGIA**

- Finanza, Legge, Payroll e HR Management, Marketing, Sanità, Turismo e hotellerie

*Moduli in funzione del contenuto*

### **INTERCULTURAL AWARENESS**

(Corsi di approccio interculturale a mercati stranieri)

Disponibili per Sudamerica e Spagna, Cina, Russia, Germania, Giappone

*Modulo unico da 2 o 4 ore a seconda dei paesi*

### **INTERVENTI MIRATI**

Il percorso formativo individuale può prevedere interventi di:

- full-immersion
- corsi all'estero
- coaching telefonico

### **MONITORAGGIO**

Lungo tutto il percorso formativo:

- test iniziale, scritto e orale e progress test, mid-term test e final test
- analisi dei bisogni e dell'esigenze di comunicazione in lingua relative al ruolo in azienda
- attività di tutoraggio a circa un terzo del corso
- tutorig report a disposizione dell'HR manager
- attendancy report (monitoraggio presenze e assenze) mensile per HR manager con segnalazione delle assenze superiori al 70%
- valutazione finale e presentazione dei risultati e suggerimenti in funzione del percorso formativo

# Realizziamo soluzioni innovative per voi

## Metodologie Innovative

Assoservizi propone metodologie innovative e di formazione esperienziale in grado di fornire contenuti concreti con modalità nuove, coinvolgenti ed incentivanti e progettati sulla base del fabbisogno aziendale.



### WORK & JAZZ

#### **La metafora del Jazz per far convivere regole e flessibilità all'interno di un gruppo**

L'improvvisazione jazzistica, in ambito manageriale diventa interpretazione personalizzata del proprio ruolo, permette di valorizzare le proprie competenze in armonia con quelle degli altri. Questa metafora aiuta le persone a vivere le relazioni con gli altri in modo costruttivo e si presta a far comprendere i temi portanti di una organizzazione quali: leadership, lavoro di gruppo, logica di processo e comunicazione. Durante il seminario/incontro vengono proposti temi di gestione aziendale creando paralleli con la musica jazz. Si lavora divertendosi e dal jazz si impara a riproporre in ambito lavorativo lo stesso clima di energia

e positività

### STRATEGIE UMORISTICHE PER LE RELAZIONI IN AZIENDA

#### **Strategie umoristiche come risorsa per gestire la comunicazione e la relazione in azienda**

Nuove strategie per gestire positivamente i conflitti e le negoziazioni, risolvere i problemi, gestire le emergenze e migliorare le relazioni interpersonali. Durante i seminari si sperimentano diverse tecniche che consentono di acquisire metodologie efficaci per una trasformazione positiva delle proprie relazioni interne ed esterne all'azienda sia al potenziamento delle proprie capacità e attitudini a produrre nuove idee e soluzioni originali

## **JOB GAME MINIFABBRICA**

### **La Minifabbrica come luogo di apprendimento dove è possibile sviluppare efficaci job game e business game**

Apprendere, attraverso il job game della “minifabbrica”, metodologie per la gestione delle risorse umane e tecnologiche. Un luogo di apprendimento divertente per acquisire uno stile di conduzione basato sull’ottimizzazione delle risorse e sul coinvolgimento dei collaboratori verso obiettivi comuni

In ambienti incerti e turbolenti i sistemi di controllo devono coniugare la capacità di coordinare le persone per mantenere la rotta con lo stimolo della creatività

## **BRAND STRATEGY**

### **Lavorando sulla percezione e sviluppo del selfbrand i manager e i propri collaboratori sviluppano una comunicazione coerente del brand aziendale**

Rafforzare la congruenza su quanto l’azienda comunica in valore e percepito verso l’esterno ed il quotidiano compreso dai collaboratori dell’azienda.

Infatti se non c’è coerenza fra quanto si vuole comunicare all’esterno e quanto si è in realtà e se ciò che si comunica all’esterno non viene percepito e fatto conoscere ai propri collaboratori, molte iniziative commerciali rischiano di non produrre l’effetto atteso. Il self brand è lo strumento che garantisce questa connessione. La brand strategy è un insieme di attività di analisi, formazione, training on the job e coaching

Per la programmazione aggiornata consulta il sito [www.assoservizi.it](http://www.assoservizi.it); inoltre ti invitiamo a iscriverti alle nostre periodiche comunicazioni sempre attraverso il sito, cliccando su “Iscriviti alle comunicazioni Assoservizi”.

*Per ulteriori informazioni ecco la squadra di Assoservizi:*

**Gianluca Manzo**

0258370659

[gianluca\\_manzo@assolombarda.it](mailto:gianluca_manzo@assolombarda.it)

**Annarita Scippa**

0258370643

[annarita\\_scippa@assolombarda.it](mailto:annarita_scippa@assolombarda.it)

**Manuela Meletti**

0258370605

[manuela\\_meletti@assolombarda.it](mailto:manuela_meletti@assolombarda.it)

**Marianna Tritto**

0258370644

[marianna\\_tritto@assolombarda.it](mailto:marianna_tritto@assolombarda.it)