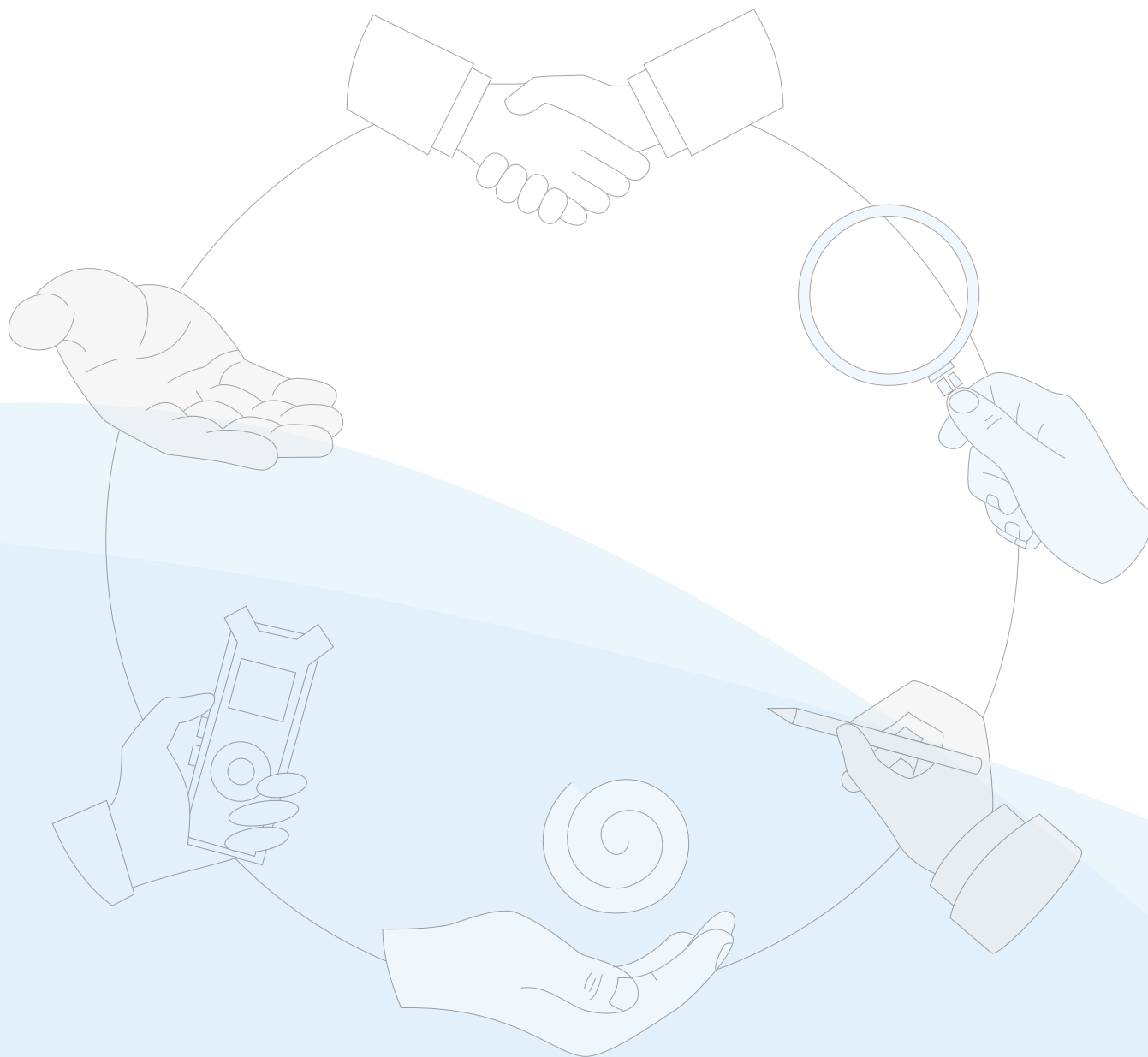


Formazione manageriale

CATALOGO 2022

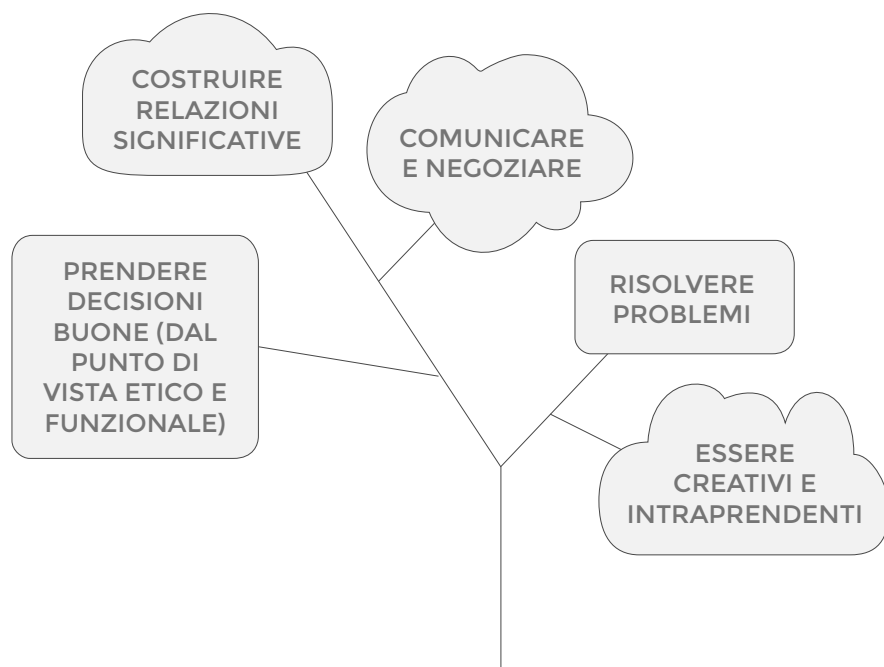


► Chi siamo

Formalmente siamo una società di consulenza, formazione manageriale e coaching.

Sostanzialmente siamo la palestra delle soft skills.

Crediamo che nel mondo della competizione globale e della rivoluzione digitale le persone si realizzano (e le aziende prosperano) solo quando oltre alle competenze tecniche trovano lo spazio per valorizzare le proprie "soft skills":



Crediamo che le soft skills possano essere sviluppate come si sviluppano i muscoli in palestra. Esercizio, esercizio, esercizio.

Crediamo che nelle soft skills le persone e le organizzazioni trovino il nucleo essenziale del loro successo.

Vogliamo essere la palestra delle soft skills e la chiave del successo di persone e imprese.

I nostri corsi

- Tutti a vendere
- Agile mindset
- Negoziazione
- Business Development
- Public speaking
- Ingegneria verbale
- Comunicazione commerciale al telefono
- Formazione Formatori
- Gestione delle proteste
- Selezione del personale per PMI e studi di consulenza
- Gestire i collaboratori
- Team building
- Pause pranzo intelligenti

▶ Docenti



Lorenzo Cavalieri è l'ideatore e il fondatore del progetto Sparring.

E' laureato in Scienze Politiche e ha conseguito il Master of Business Administration presso il Politecnico di Milano. Ha ricoperto i ruoli di Responsabile Commerciale e Division Manager in due prestigiose multinazionali nel settore finanziario ed in quello delle risorse umane.

E' un coach certificato PCC International Coach Federation e dal 2006 si occupa di coaching e formazione manageriale, con una specializzazione nell'area delle soft skills commerciali e manageriali.

Dal 2011 in poi ha pubblicato i saggi "Vendere mi piace", "Mi vendo bene, ma non sono in vendita", "Colloqui da incubo", "Il lavoro non è un posto", "Linguaggi e soft skills per comunicare a distanza".

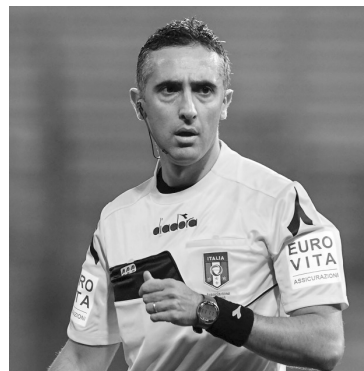
Tiene il corso "Parola di manager" per l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Pubblica regolarmente i suoi contributi nella sezione management de il sole 24 ore:

<https://argomenti.ilsole24ore.com/lorenzo-cavalieri.html>



Marco Marchegiani è un life ed executive coach, docente senior di teatro d'improvvisazione, è responsabile della scuola "Match d'improvvisazione" di Bologna. A Sparring offre la sua specializzazione nello sviluppo di competenze manageriali e relazionali per l'impresa, attraverso metodologie esperienziali.



Gianluca Aureliano è un avvocato, già professore a contratto di diritto privato e amministrativo dello sport all'Università di Torino. E' un arbitro di calcio con un'esperienza di centinaia di partite tra serie A, serie B e Coppa Italia.

Negli ultimi anni è stato coinvolto attivamente nella sperimentazione e nell'utilizzo della tecnologia VAR.



Lisa Iotti è nata a Reggio Emilia nel 1970. Laureata in Lettere Moderne a Bologna, dopo aver oscillato per anni tra la Storia dell'Arte, la stampa locale (ha collaborato per il Resto del Carlino Reggio e Telereggio), è approdata alle docufiction e al Giornalismo d'inchiesta, prima a Exit (La7) e poi a Presadiretta (Rai 3), il programma di Riccardo Iacona, dove da dieci anni è inviata. A Sparring offre il suo contributo nei seminari dedicati alla comunicazione efficace.



Antonio De Pascali è Dottore di Ricerca in Psicologia del Lavoro e Manager delle Risorse Umane per una prestigiosa Multinazionale. Con Sparring sviluppa e progetta strumenti di assessment e tecniche di selezione e sviluppo delle risorse umane.



Alessio Lasta è un giornalista professionista con alle spalle 15 anni di esperienza e centinaia di interviste e inchieste su temi economico-sociali e politici per RAI 3 e La7. A Sparring offre il suo contributo nei seminari dedicati alla comunicazione efficace.



Irene Bottoni è una coach professionista (certificata ICF) e un'esperta formatrice, con una pregressa significativa esperienza nel mondo del recruiting. Per Sparring cura percorsi di formazione e coaching sui temi della comunicazione assertiva e dell'intelligenza emotiva (Certified SEI Coach).



Laurea in Economia alla Cà Foscari University, Formatore, business e career Coach ICF, Marianna Del Bello opera, con una esperienza ventennale, all'interno della Corporate University di un importante gruppo bancario. Specializzata in formazione manageriale e in digital education, è Assessor di Intelligenza emotiva certificata Six Seconds e abilitata alla somministrazione e restituzione di questionari di personalità MBTI®. E', inoltre, Practitioner del metodo Points of you ®, the Coaching Game.



Annalisa Aceti, Direttrice commerciale di Rizzoli Education, ha ricoperto il ruolo di Sales & Marketing Manager per alcuni tra i più prestigiosi gruppi editoriali italiani e internazionali (De Agostini, UTET, Wolters Kluwer). A Sparring offre la sua esperienza per supportare chi decide di sviluppare le proprie competenze commerciali o intraprendere una carriera nel mondo delle vendite.



► **Indice**

2 Chi siamo

3 Docenti

LABORATORI

7 Tutti a vendere

11 Agile mindset

15 Negoziazione

19 Business Development

23 Public speaking

27 Ingegneria verbale

31 Comunicazione commerciale al telefono

35 Formazione Formatori

39 Gestione delle proteste

43 Selezione del personale per PMI e studi di consulenza

47 Gestire i collaboratori

51 Team building

LUNCH SEMINAR

54 Pause pranzo intelligenti

57 Iscrizione e contatti

LABORATORIO

Tutti a vendere

“Non è l’azienda che paga i salari. L’azienda semplicemente maneggia il denaro. È il cliente che paga i salari.”

— Henry Ford

Tutti in azienda devono saper dialogare con i clienti.

Fraasi sbagliate:

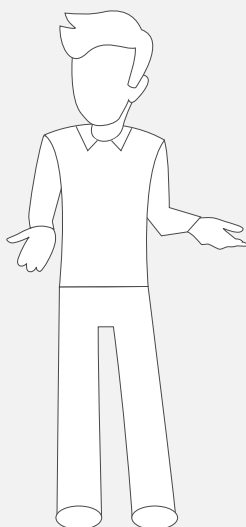
CI PARLASSERO LORO CON I CLIENTI, SON PROBLEMI LORO

QUESTE SONO COSE DA COMMERCIALE

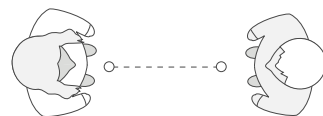
AL CLIENTE GLIELO SPIEGHI TU, PER ME QUESTA COSA NON SI PUÒ FARE

SE IL CLIENTE NON VUOLE, PROBLEMI SUOI

IO NON SONO UN COMMERCIALE, TI DICO LE COSE COME STANNO E BASTA



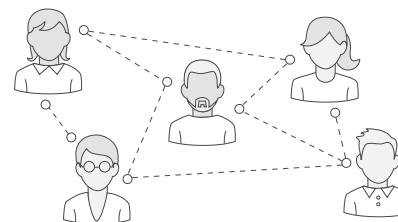
1) Nella classica organizzazione del lavoro, quando compriamo un prodotto o un servizio, parliamo con



UN VENDITORE O CON UN RESPONSABILE COMMERCIALE.

Oggi le aziende per essere più veloci e più vicine alle esigenze dei loro clienti sempre più spesso chiedono che nel dialogo con i clienti siano ingaggiati anche altri ruoli:

FIGURE TECNICHE,
FIGURE AMMINISTRATIVE,
DI STAFF,
DI BACK OFFICE.

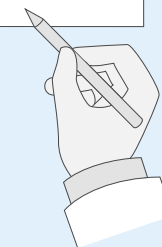


2) Anche quando il tuo ruolo in azienda non prevede contatti con i clienti è fondamentale che tu sappia interagire con i tuoi colleghi come se fossero i tuoi clienti,

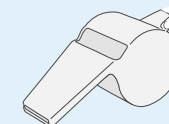


3) Anche chi non vende e non dialoga con i clienti deve sviluppare una mentalità imprenditoriale sempre orientata al business. Deve imparare ad adottare il punto di vista del cliente e a mettersi nei suoi panni. Deve saper padroneggiare le basilari tecniche di comunicazione commerciale e negoziale.

DIAGNOSI:
IN AZIENDA NON C'È UNA SENSIBILITÀ COMMERCIALE DIFFUSA, MOLTI SI COMPORTANO COME SE FOSSIMO UN ENTE PUBBLICO.



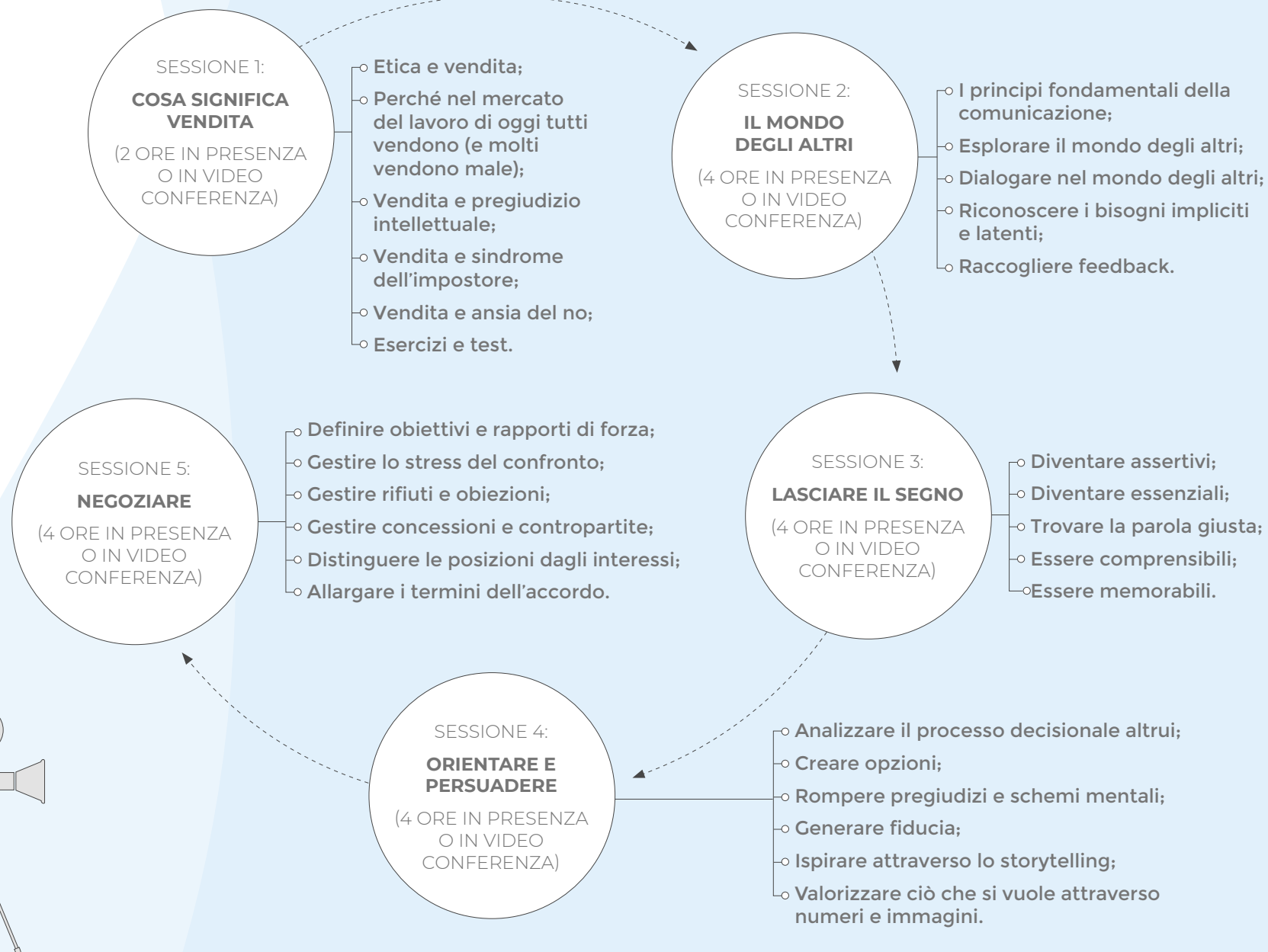
CURA:
TEAM COACHING E FORMAZIONE SULL'APPROCCIO COMMERCIALE/ IMPRENDITORIALE E SULLE TECNICHE DI COMUNICAZIONE COMMERCIALE/ NEGOZIALE.



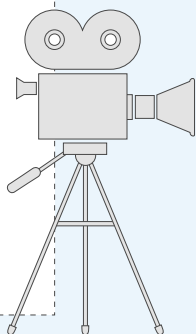
“Tutti a vendere”
è rivolto
principalmente a:

- Figure professionali tecniche;
- Figure professionali amministrative;
- Figure di back office;
- Figure professionali chiamate ad una riconversione commerciale;
- Figure professionali del customer service;
- Studi professionali che devono implementare una nuova strategia più orientata al business.

Programma



LE ATTIVITÀ
POTRANNO ESSERE
FILMATE IN MODO
DA MOSTRARE
AI PARTECIPANTI
IN TEMPO REALE
COME SI PUÒ
CONCRETAMENTE
SVILUPPARE
UN APPROCCIO
COMMERCIALE
PIÙ ORIENTATO
AL CLIENTE.



Cosa ti porti a casa

- Individui comportamenti della tua operatività quotidiana su cui focalizzarti per generare nuove abitudini più "commerciali";
- apprendi tecniche di comunicazione commerciale e negoziale preziose sia nel dialogo con i clienti che con i tuoi colleghi (che sono i tuoi clienti interni);
- impari a essere più intraprendente, incisivo e persuasivo nelle interazioni con clienti (anche quelli interni).

Cosa non facciamo

- non facciamo vuoti discorsi motivazionali;
- non diciamo (non sarebbe vero) che da domani tutti cambiano ruolo e diventano venditori;
- non ti diciamo che devi imparare a essere più gentile e paziente (sarebbe riduttivo).

Durata del corso

Aula tradizionale: 18 ore in 4 sessioni oppure
Webinar: 12 ore in 4 sessioni

Dicono di noi

"Il percorso ci è servito a dare sensibilità commerciale a chi si sentiva troppo lontano dai clienti. In questo modo tutta l'azienda è più orientata ai bisogni del cliente, siamo più veloci e più capaci di fidelizzare."

– Mattia Armelli, Analytical Group

I nostri esercizi

NELL'ARCO DI:



VERRANNO
SVOLTI ALMENO



DI CUI



Con chi abbiamo lavorato su questi temi:



LABORATORIO

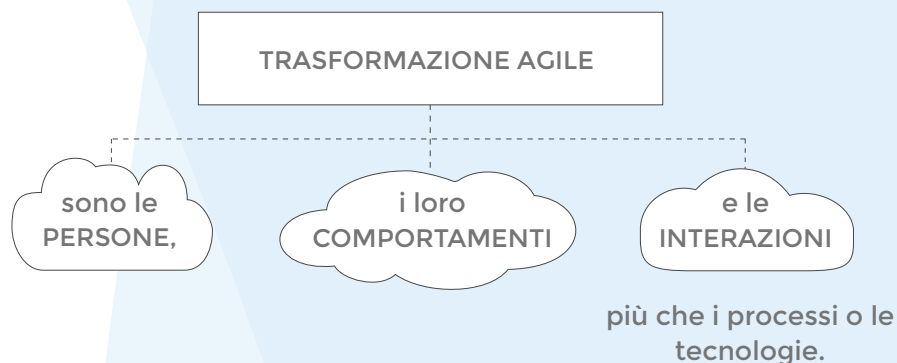
Agile mindset

“Il miglior modo di predire il futuro é crearlo.”

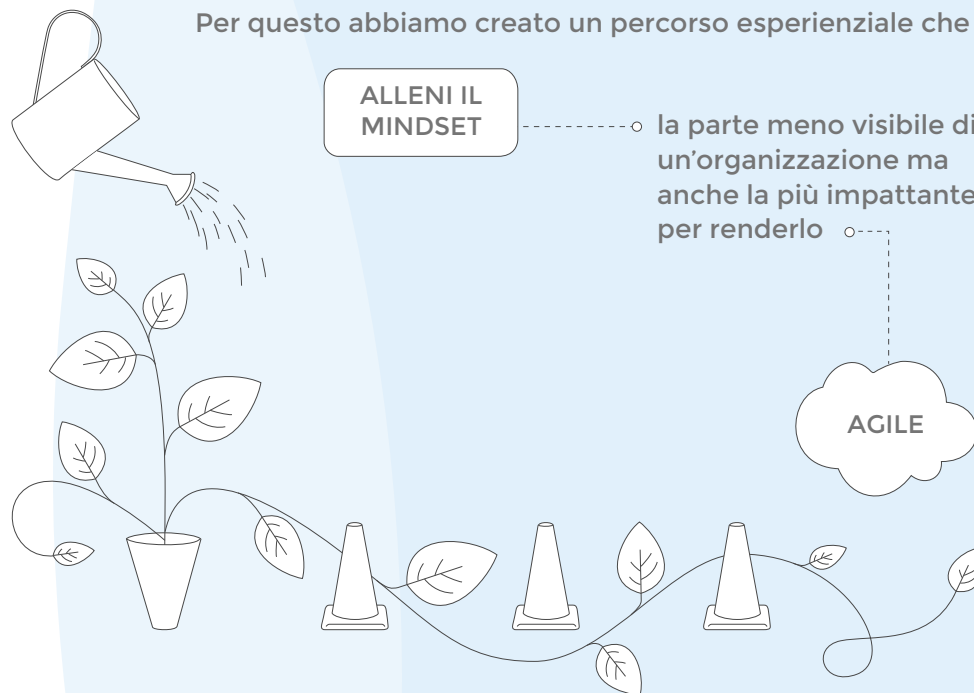
— Peter Drucker

Le organizzazioni aziendali operano in mercati ad altissima competizione, dove velocità e qualità diventano elementi essenziali per sopravvivere e affermarsi.

Tuttavia una metodologia non basta se non avremo prima imparato a gestire il nostro pensiero e a muoverci in maniera fluida e adattiva. Infatti la parte fondamentale di una



Per questo abbiamo creato un percorso esperienziale che



La metodologia Agile aiuta le organizzazioni a ottenere benefici fondamentali:

- Maggiore flessibilità;
- Maggiore produttività;
- Maggiore trasparenza;
- Prodotti di qualità superiore;
- Diminuzione del rischio di mancati obiettivi;
- Maggiore coinvolgimento e soddisfazione delle parti interessate.

Come lavoriamo

L'action learning permette di allenare le persone allo sviluppo di un mindset dinamico, per potenziare la capacità di gestione di se stessi e degli altri, anche in situazioni imprevedibili.

La sperimentazione diretta infatti accresce la consapevolezza delle risorse individuali e di gruppo, aprendo nuove e più efficaci prospettive di azione, interazione e relazione.

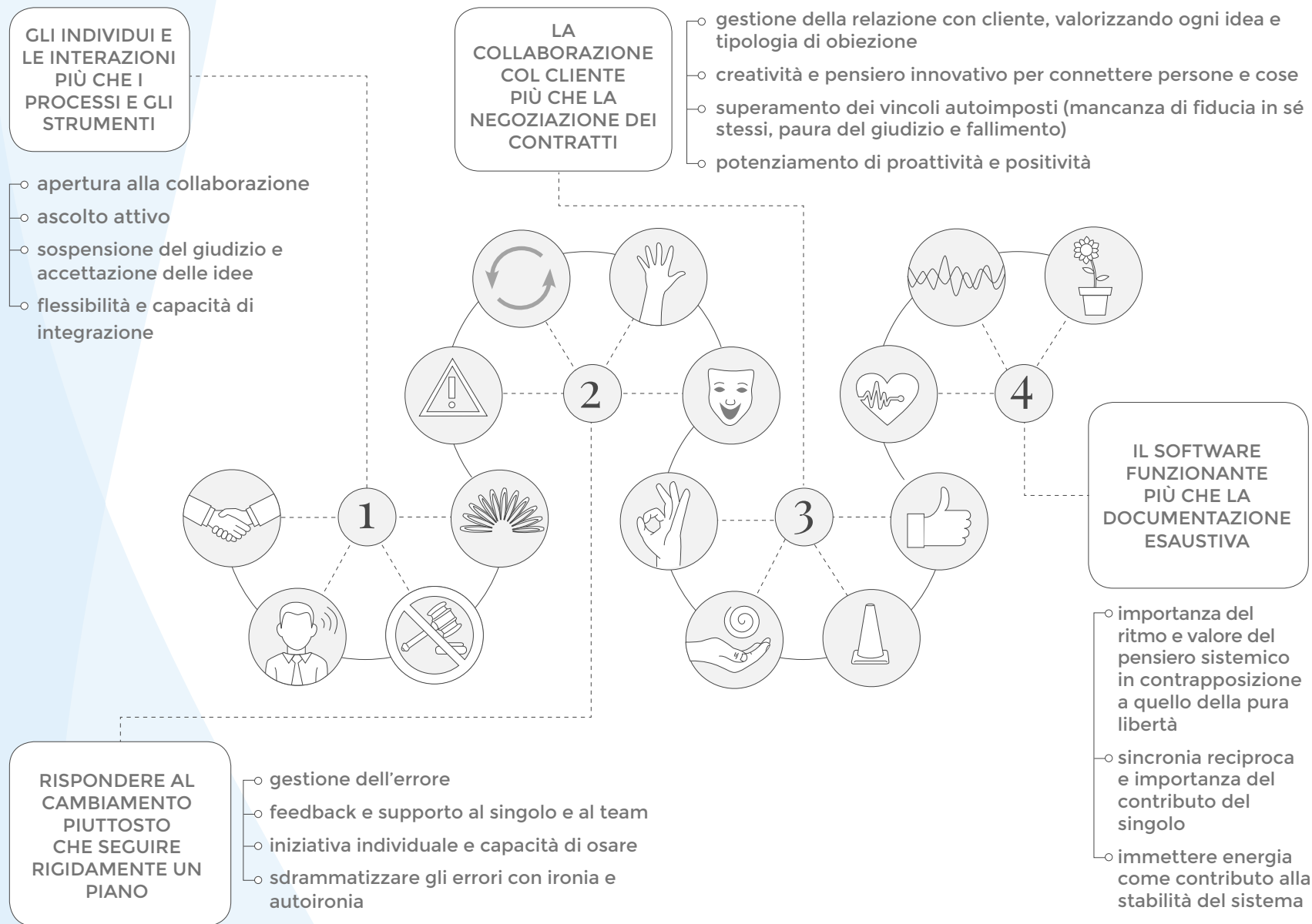
Il training proposto:

- invita a essere flessibili e a vivere il cambiamento come un'opportunità;
- favorisce sperimentazione e apprendimento dagli errori per lo sviluppo di una cultura di innovazione;
- facilita la creazione di gruppi di lavoro motivati che collaborano efficacemente;
- aiuta a sviluppare strategie rapide e adattive.

Non solo apprendere qualcosa di nuovo, ma ci impegneremo anche a «disimparare», cercando di uscire da schemi mentali e abitudini che possono limitare la nostra potenzialità, anche senza rendercene conto.

Programma

Per innescare lo sviluppo del mindset agile lavoreremo in modalità esperienziale sulla sperimentazione e applicazione di 4 valori.



Chi si iscrive?

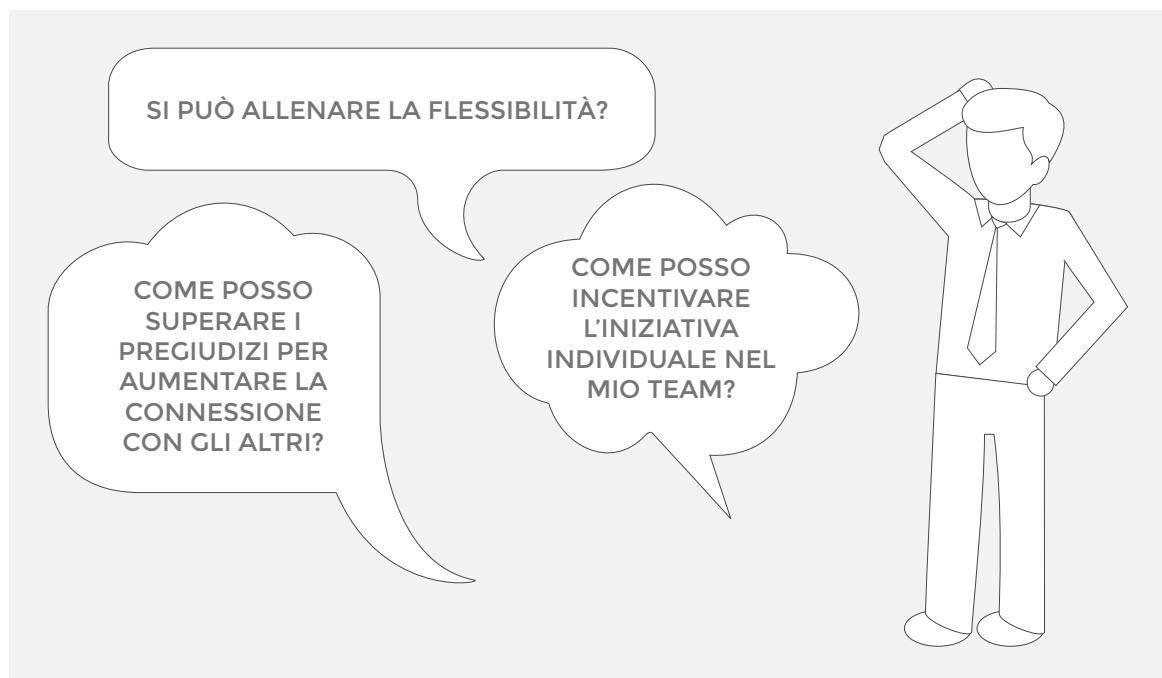
- Chi gestisce team e progetti;
- Manager impegnati nella gestione del cambiamento;
- Professional che vogliono potenziare le abilità di lavoro in team;
- Chi vuole sperimentare la metodologia Agile.

Durata del corso

In presenza:
12 ore in 2 giornate consecutive

Virtual classroom:
12 ore in 4 incontri da 3 ore

Domande a cui rispondiamo



Dicono di noi

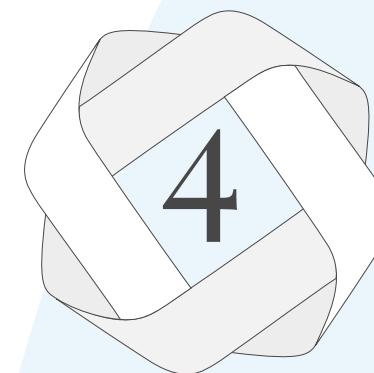
“Mi sono piaciuti gli esercizi che ci hanno spinti a osare, ad agire sospendendo il giudizio nei confronti degli altri ma soprattutto di se stessi. Questo ci rende molto più liberi di sperimentare. Riproporrò questa chiave di lettura importantissima al tavolo con i colleghi.”

–Simona Cocca

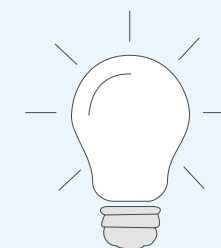
“Questo corso mi è piaciuto perché apre alla capacità di vedere ciò che c'è oltre l'errore. Gli errori sono una risorsa che va condivisa con il team, per esplorare soluzioni alternative e perché diventino know how comune.”

–Fabio Zalambani

Diamo i numeri



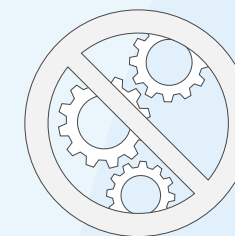
VALORI
DELL'AGILE
MINDSET



40%

IN PIÙ IN TERMINI
DI EFFICIENZA E
INNOVAZIONE
DA PARTE DELLE
ORGANIZZAZIONI
AGILE, RISPETTO
A QUELLE
CONVENZIONALI

il 94%



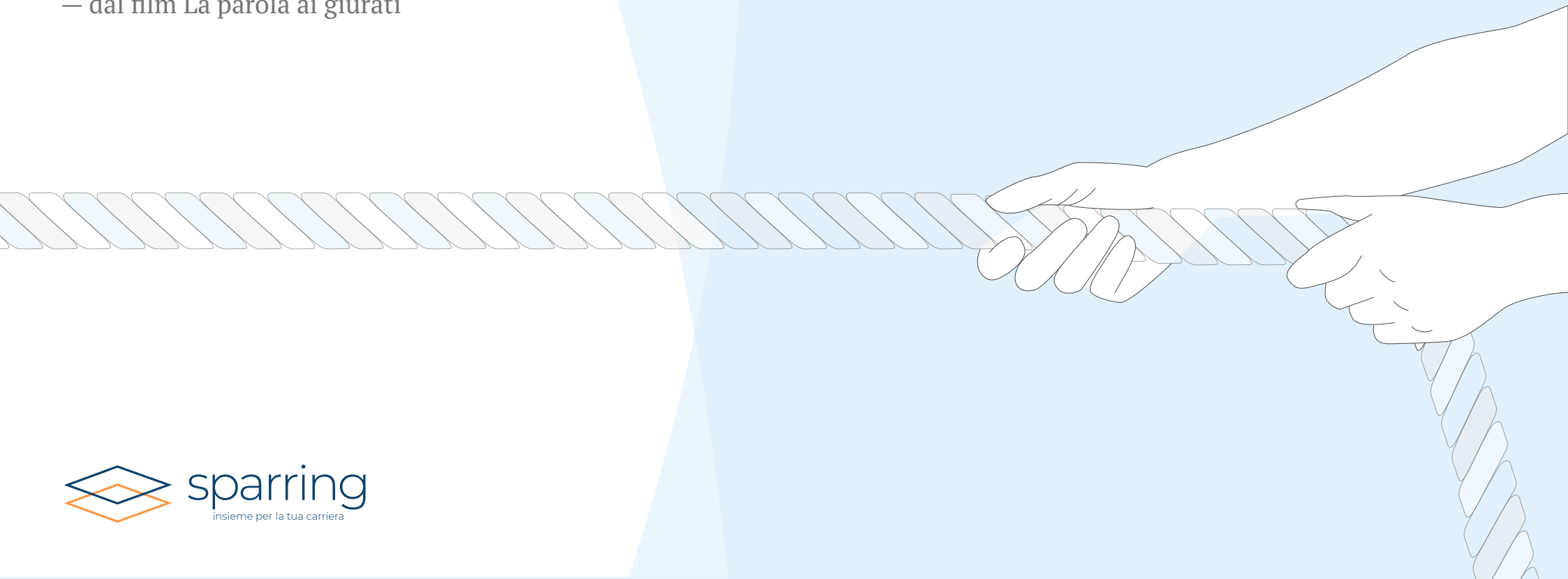
DEI CEO AFFERMA
CHE LA PROPRIA
IMPRESA NON
È IN GRADO
DI INNOVARE
MALGRADO
LO RITENGA
NECESSARIO

LABORATORIO

Negoziazione

“Non voglio farle cambiare idea.
Voglio solo discuterne.”

— dal film La parola ai giurati



Viviamo in un mondo avaro e competitivo dove il nostro spazio è sempre meno predefinito dall'alto (da una normativa o da una gerarchia) e sempre più frutto di una nostra conquista personale.

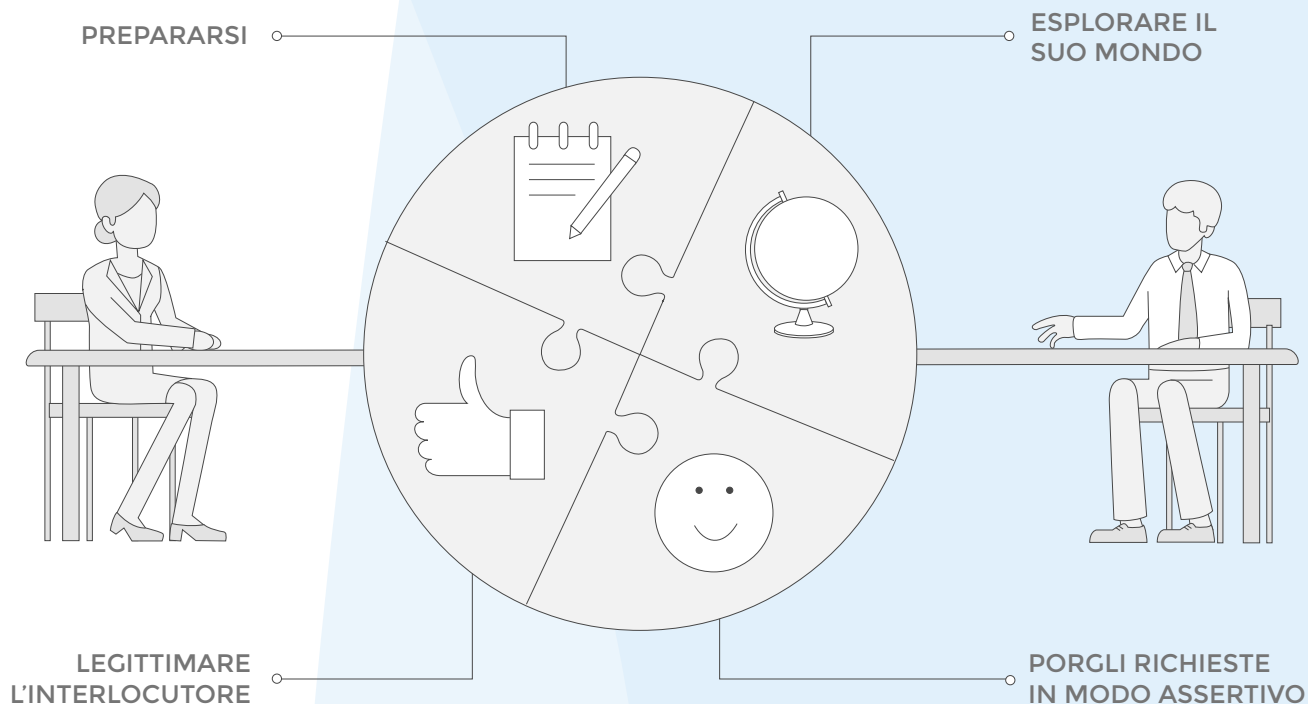
Tutti i giorni sul lavoro, ma anche in famiglia, dobbiamo lottare per ottenere più collaborazione, più soldi, più servizi, più tempo, più attenzione.

Tutti i giorni negoziamo centinaia di volte, qualche volta non ce ne accorgiamo neanche.

Quando finisce ogni negoziazione nel nostro dialogo interiore ci diciamo "potevo ottenere di più, ma tutto sommato va bene anche così." No, non è vero che "va bene anche così", perché se non hai negoziato bene hai rinunciato a qualcosa che ti spettava. La prossima volta non può più accadere.

Certamente se sei un commerciale, un buyer, un sindacalista, un imprenditore la negoziazione è l'anima del tuo lavoro. Ma oggi nel mondo del lavoro delle soft skills saper negoziare bene è una competenza distintiva a tutti i livelli e in tutti i ruoli.

In Sparring abbiamo una visione funzionale e non carismatica della negoziazione. Non crediamo al "ci si nasce", "bisogna avercelo nel sangue". Crediamo che negoziare bene sia l'insieme di alcuni comportamenti virtuosi:



Tutti possono diventare negoziatori stupendi, come Henry Fonda nel film "La parola ai giurati".

Crediamo fortemente che negoziare bene non serva solo ad essere più efficaci ed efficienti sul lavoro, ma anche a ritagliarci il nostro pezzo di mondo, a difendere il nostro spazio quotidianamente attaccato da chi, qualche volta in mala fede qualche volta in buona fede, vuole toglierci ogni giorno soldi, tempo, energie.

Negoziare efficacemente è una competenza distintiva in qualsiasi ambito professionale, in tutti i ruoli e a qualsiasi livello.

Chi si iscrive?

- Chi si sente travolto dalle richieste di colleghi e clienti;
- Chi desidera definire accordi a maggiore valore aggiunto;
- Chi desidera incrementare il tasso di conversione delle trattative commerciali in contratti;
- Chi desidera ottenere il miglior servizio al miglior prezzo dai propri fornitori;
- Chi desidera guadagnare autonomia nella risoluzione dei problemi senza doversi rivolgere ad un capo/ giudice/arbitro.

Metodologia

L'essenza del nostro approccio alla formazione sulle soft skills sta nel concetto di "sfida critica".

La sfida critica è quel momento speciale e decisivo della tua performance professionale in cui puoi "fare la differenza".

In aula riproponiamo le sfide critiche relative alla negoziazione attraverso casi di studio, simulazioni, role playing.

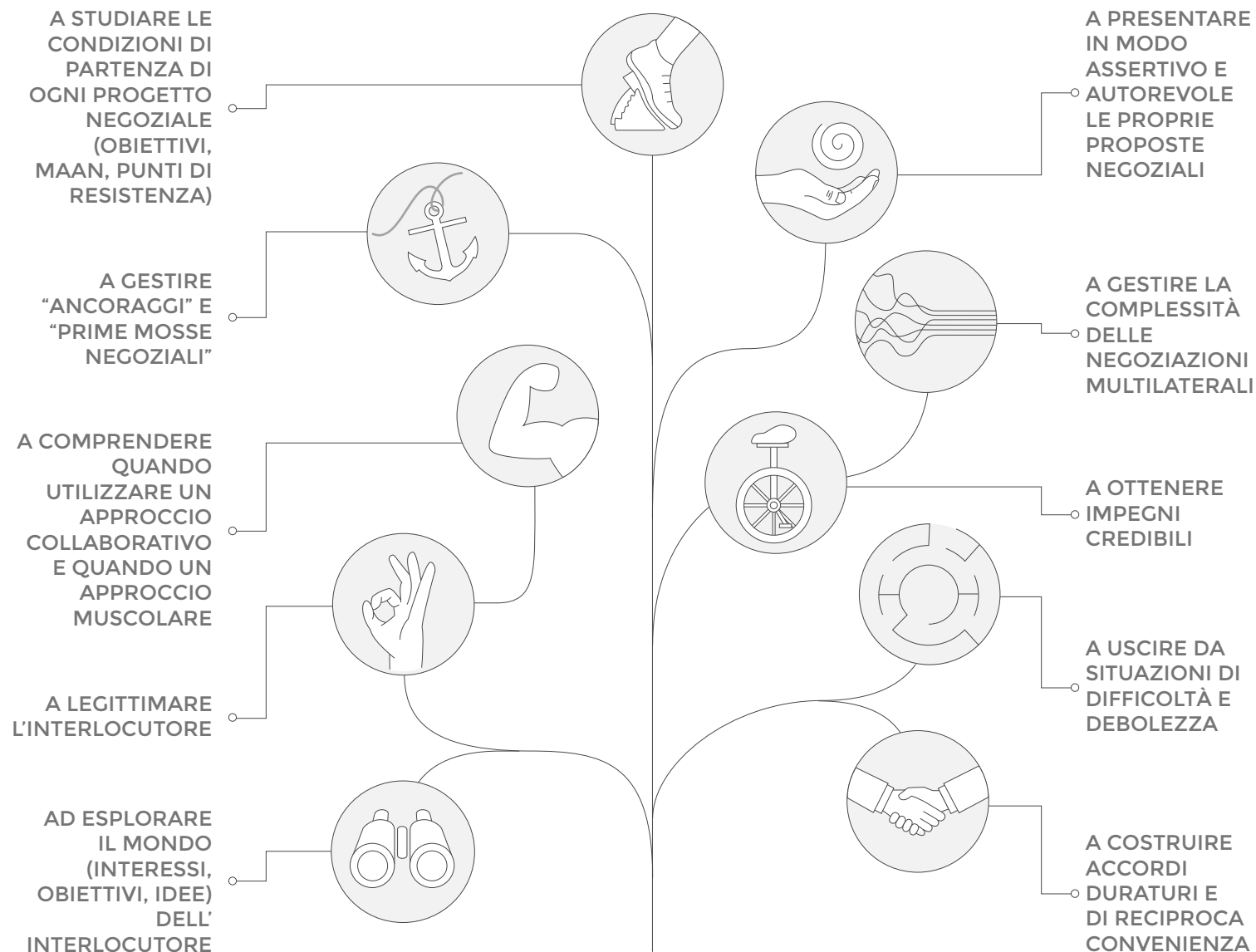
Durata del corso

Aula tradizionale: 16 ore in 4 sessioni oppure

Webinar: 8 ore in 4 sessioni

Programma

Chi partecipa al laboratorio impara:



Domande a cui rispondiamo



Dicono di noi

“Il corso di Sparring è stato un ottimo allenamento per prepararsi alle tante sfide negoziali della quotidianità.”

–Andrea Capano

Diamo i numeri

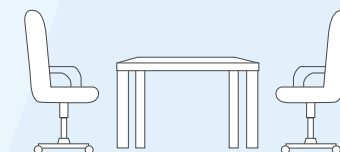
3

COME IL NUMERO MASSIMO DI RILANCI NEGOZIALI CHE SI POSSONO FARE SENZA PERDERE CREDIBILITÀ



8

COME IL NUMERO DI CASI NEGOZIALI CHE I PARTECIPANTI AFFRONTANO IN AULA



1,3,5,7,9

COME I NUMERI DISPARI, IDEALI PER LA DEFINIZIONE DELLA NOSTRA PRIMA PROPOSTA NEGOZIALE

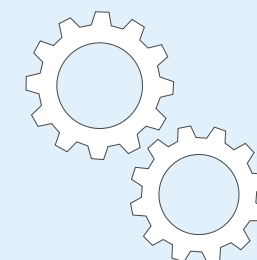


2

COME IL NUMERO DELLE STRATEGIE NEGOZIALI FONDAMENTALI

top 10

COME LA POSIZIONE DELLA NEGOZIAZIONE NELLA CLASSIFICA DELLE COMPETENZE PIÙ IMPORTANTI PER IL LAVORO DEL FUTURO SECONDO IL WORLD ECONOMIC FORUM

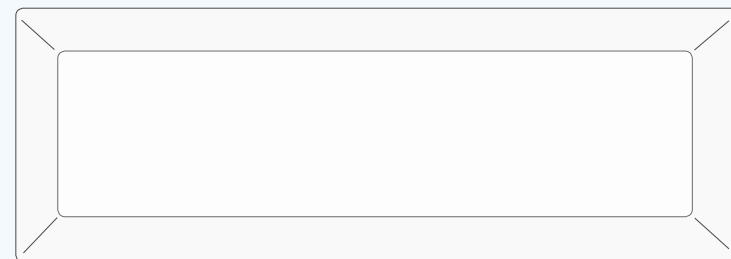
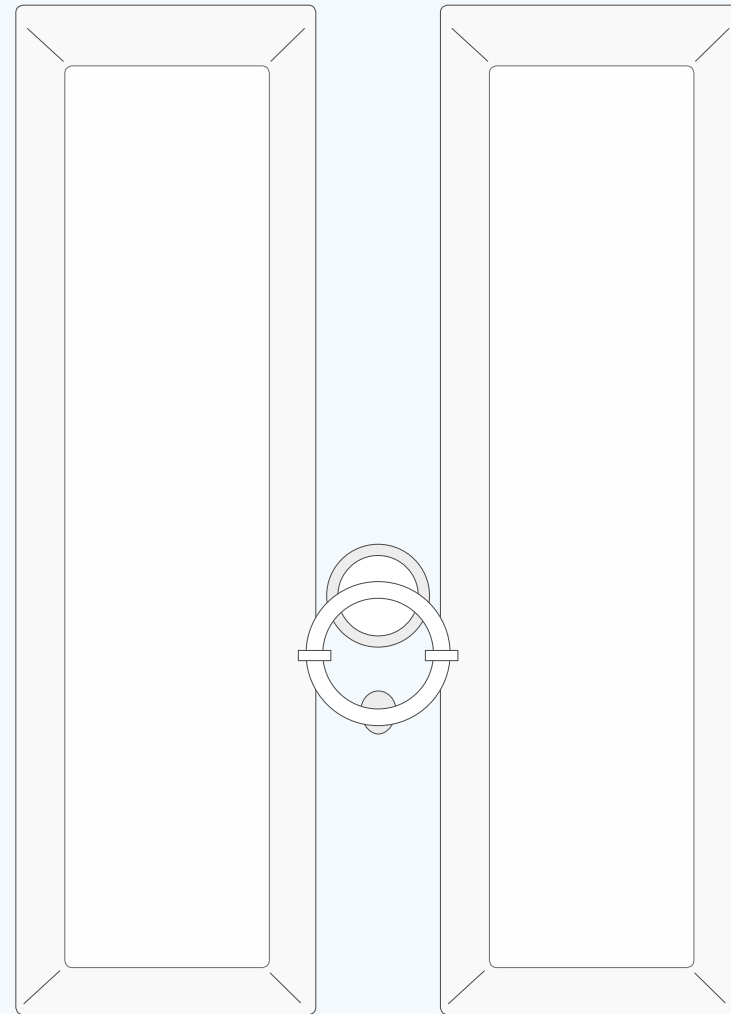


LABORATORIO

Business Development

“Se l’opportunità non bussa,
costruisci una porta.”

— Milton Berle



Se il cliente non bussa alla nostra porta siamo noi a dover bussare alla sua.



HO SCRITTO A MOLTI POTENZIALI CLIENTI MA NESSUNO RISPONDE ALLE MIE MAIL...

APPENA CAPISCONO CHE SONO UN COMMERCIALE SI NEGANO AL TELEFONO

IL CAPO SI LAMENTA PERCHÉ I CLIENTI SONO SEMPRE GLI STESSI

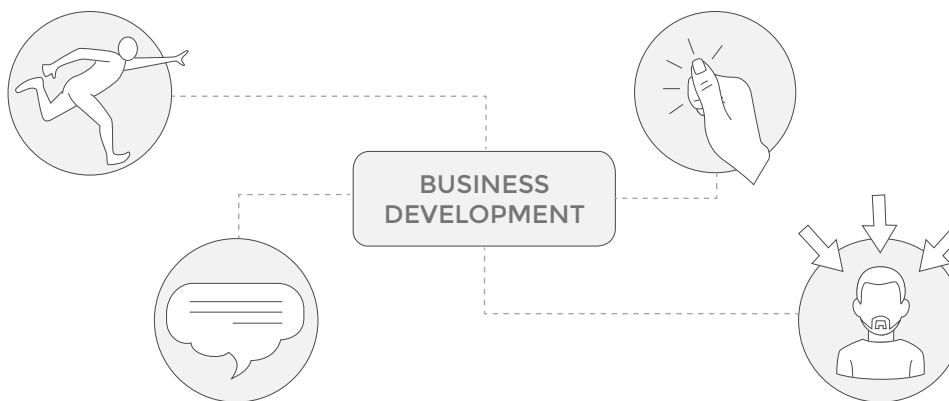
MI BASTEREBBERO SOLO 5 MINUTI PER PARLARGLI DELLE NOSTRE SOLUZIONI

Per la maggior parte delle aziende e dei professionisti i clienti che bussano spontaneamente per comprare o richiedere informazioni su un prodotto/servizio non sono sufficienti.



Per la maggior parte delle aziende e dei professionisti è fondamentale "inseguire" il potenziale cliente, bussare alla sua porta senza che lui l'abbia chiesto, trovare il modo di contattarlo personalmente, di parlargli, di suscitare attenzione e interesse.

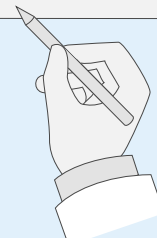
Queste attività vengono racchiuse nel concetto di



Il 99% dei commerciali è convinto di poter vendere con facilità ad un cliente interessato, ma al contempo si lamenta di non riuscire a parlare con nuovi potenziali clienti. Insomma tirano bene i calci di rigore ma non sanno come procurarseli.

DIAGNOSI:
LA RETE COMMERCIALE NON RIESCE AD ENTRARE IN CONTATTO CON NUOVI POTENZIALI CLIENTI E QUINDI DIVENTA TROPPO DIPENDENTE DAGLI ORIENTAMENTI DEI CLIENTI ATTUALI.

TERAPIA:
FORMAZIONE OPERATIVA PER APPRENDERE IL METODO E LE TECNICHE PIÙ OPPORTUNE PER MOLTIPLICARE LE OPPORTUNITÀ DI DIALOGO E INTERAZIONE CON NUOVI POTENZIALI CLIENTI.



► Programma

PRINCIPI GENERALI

- L'autorevolezza del business developer
- La creatività del business developer
- Lo studio del mercato
- Head hunting e scouting dei clienti
- La call to action

MAILING E SOLLECITAZIONE TELEFONICA

- Come evitare il "volantinaggio digitale"
- Il concetto di MSP (motivo specifico personalizzato)
- Generare attenzione e interesse
- Tecniche di scrittura efficace
- Tecniche di comunicazione telefonica efficace

LINKEDIN E NETWORKING

- Il profilo LinkedIn
- Gli inviti alla connessione (disinteressati)
- Post, commenti, tag, condivisioni
- L'Utilizzo delle referenze
- Il comportamento efficace durante gli eventi

PIANIFICAZIONE

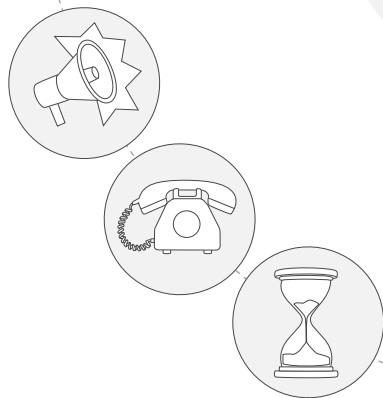
- Dal contatto al contratto: il percorso
- L'agenda del business developer
- La definizione del mix di azioni
- Indicatori di performance
- La gestione del tempo

“Business Development” è rivolto principalmente a:

- Imprenditori impegnati nella organizzazione della propria rete commerciale;
- Direttori commerciali;
- Account manager;
- Business development manager;
- Agenti di commercio.

Cosa ti porti a casa

- Un metodo per pianificare al meglio la tua agenda;
- Tecniche di comunicazione per suscitare l'attenzione e l'interesse dei nuovi clienti;
- Un nuovo modo di gestire la tua immagine al telefono e sul web.



Cosa non facciamo

- Non insegniamo vecchie tecniche per le cosiddette chiamate a freddo;
- Non usiamo contenuti motivazionali;
- Non insegniamo a diventare influencer o esperti di social media.

Durata del corso

Aula tradizionale: 18 ore in 4 sessioni oppure

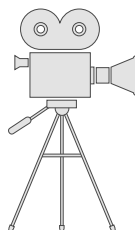
Webinar: 12 ore in 4 sessioni

Dicono di noi

"Un percorso di formazione molto utile per gli agenti bravi nel gestire i propri clienti ma in difficoltà di fronte alla sfida di trovarne di nuovi."

– Marco Gianni, responsabile sviluppo rete Bene Assicurazioni

LE ATTIVITÀ POTRANNO ESSERE FILMATE PER MOSTRARE AI PARTECIPANTI IN TEMPO REALE COME SUSCITARE CONCRETAMENTE L'ATTENZIONE E L'INTERESSI DI NUOVI POTENZIALI CLIENTI.



I nostri esercizi

NELL'ARCO DI:



VERRANNO SVOLTI ALMENO

12
esercizi



DI CUI

4
IN GRUPPO.



Con chi abbiamo lavorato su questi temi:

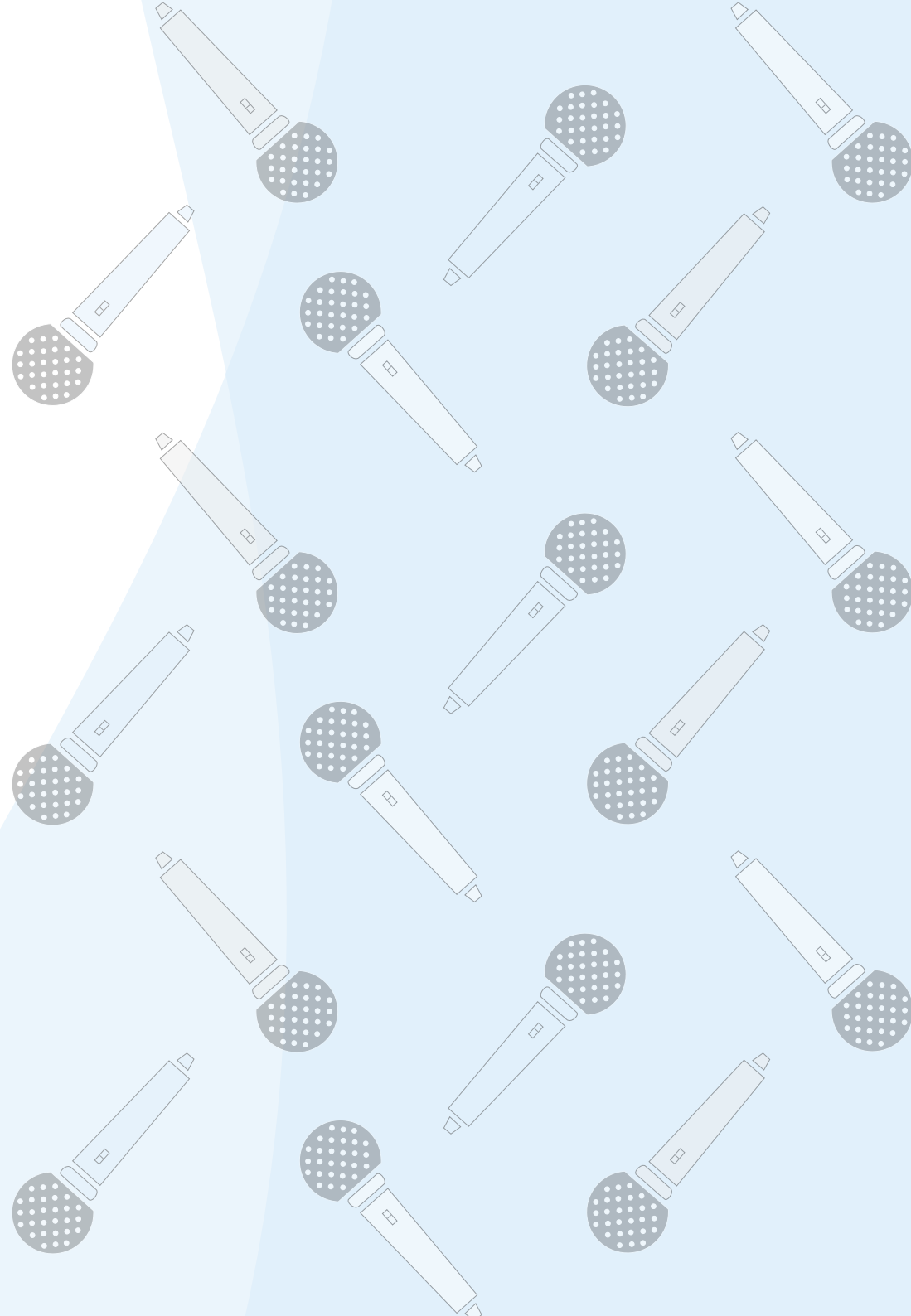


LABORATORIO

Public speaking

“Le anatre depongono le loro uova in silenzio.
Le galline invece schiamazzano come
impazzite. Qual è la conseguenza? Tutto il
mondo mangia uova di gallina.”

— Henry Ford

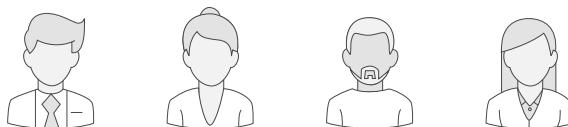


Public speaking non è solo parlare in un'enorme sala, davanti ad un pubblico di centinaia di persone. Facciamo public speaking anche quando prendiamo la parola in una riunione con tre colleghi.

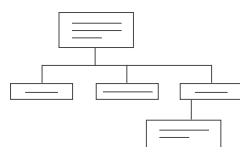
Crediamo fortemente che Public Speaking non sia solo voce, ritmo e fisicità, ma anche progettazione dei contenuti e dei tempi, scelta delle storie e selezione dei numeri.

Per chi vuole "farsi scegliere" organizziamo un laboratorio full immersion: 16 ore di attività insieme. Ciascuno dei partecipanti progetta, scrive e mette in scena su un palco almeno 3 presentazioni. La teoria la usiamo solo quando ci diamo feedback su quanto è emerso nella nostra palestra.

Il nostro corso ha l'obiettivo di
OFFRIRE AI PARTECIPANTI LE COMPETENZE:



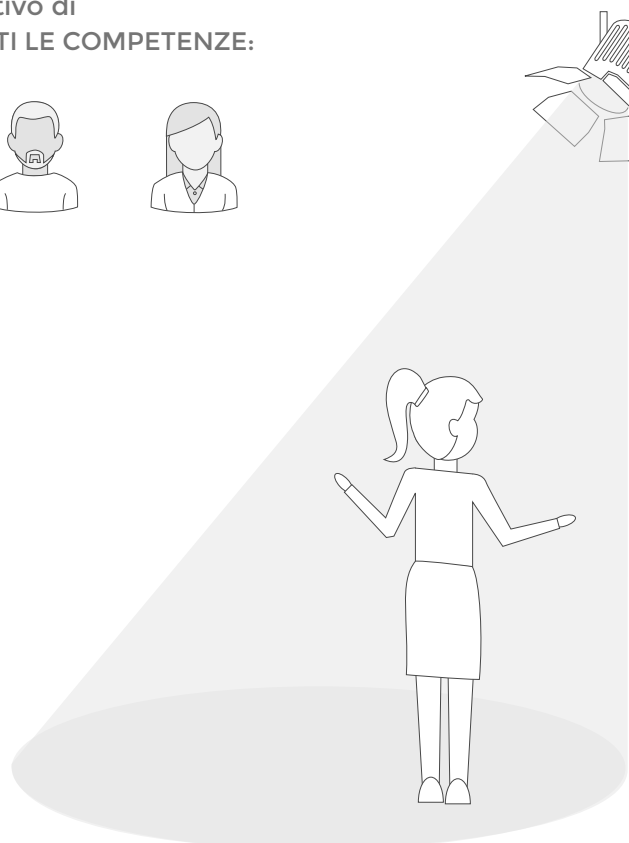
PER PROGETTARE



SCRIVERE



E TENERE PRESENTAZIONI E SPEECH EFFICACI



DAVANTI ALLE PLATEE PIÙ DISPARATE, NEL CONTESTO DI MEETING DI LAVORO MA ANCHE DI CONFERENZE, EVENTI, CONVENTION

Di solito capiamo quanto è importante saper presentare la nostra idea o il nostro progetto in pubblico quando è troppo tardi. Quando il nostro intervento è finito e ci rendiamo conto che anche se non siamo politici o amministratori delegati avremmo potuto fare una figura migliore, annoiare meno, spiegare di più, emozionare, persuadere in modo più incisivo. Abbiamo perso un'occasione per apparire più autorevoli, più sicuri, più bravi nel "farci scegliere" e influenzare le persone intorno a noi.

Chi si iscrive?

- Chi desidera accrescere la propria autorevolezza e la propria incisività in occasione di meeting aziendali;
- Chi è chiamato a “vendere” il valore della propria organizzazione nel contesto di eventi interaziendali;
- Chi desidera accreditarsi come leader e motivatore;
- Chi è chiamato a “vendere” il proprio progetto d’impresa davanti ad una platea di clienti/investitori.

Metodologia

L’essenza del nostro approccio alla formazione sulle soft skills sta nel concetto di “sfida critica”.

La sfida critica è quel momento speciale e decisivo della tua performance professionale in cui puoi “fare la differenza”.

In aula riproponiamo le sfide critiche relative al public speaking attraverso casi di studio, simulazioni, role playing.

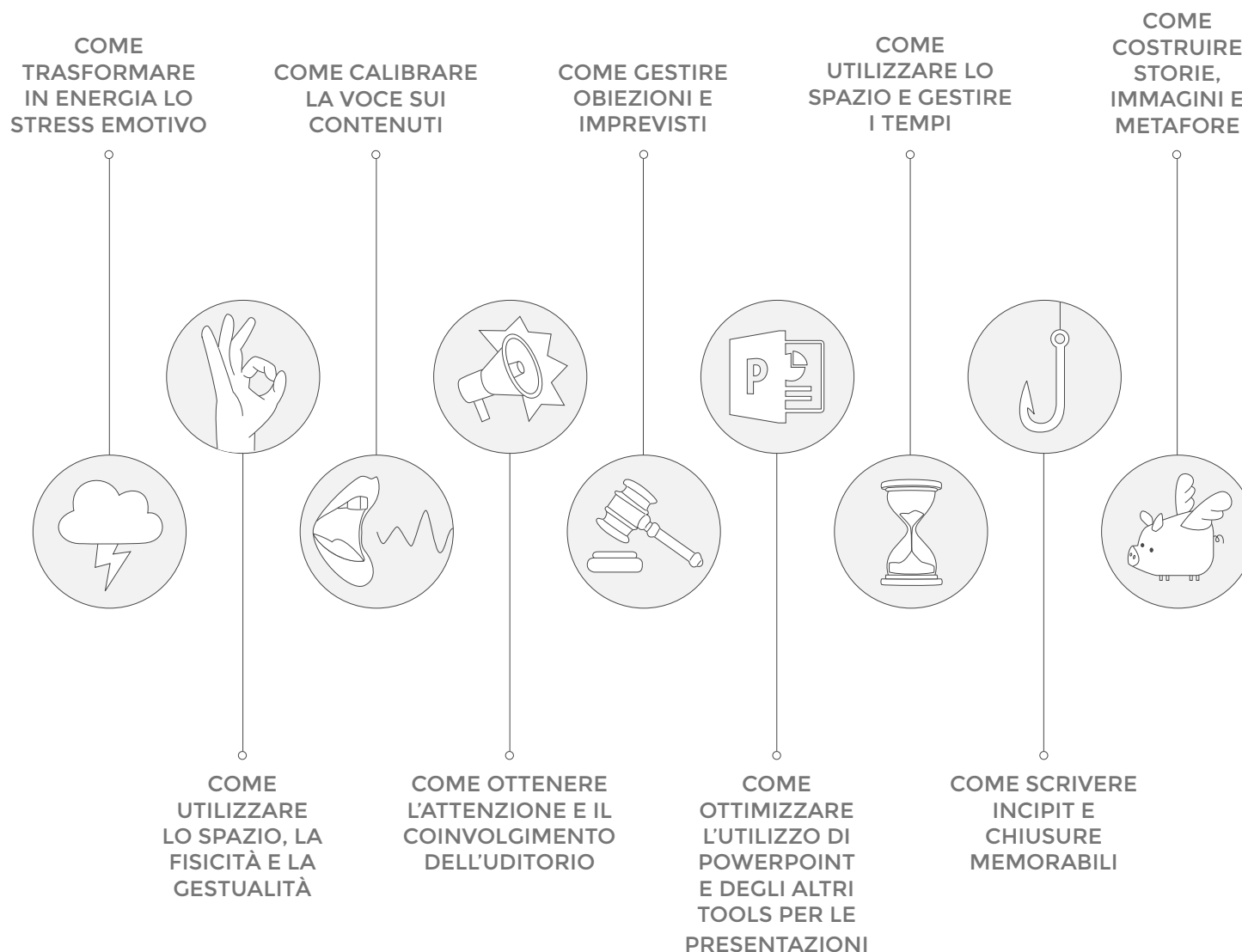
Durata del corso

Aula tradizionale: 16 ore in 4 sessioni oppure

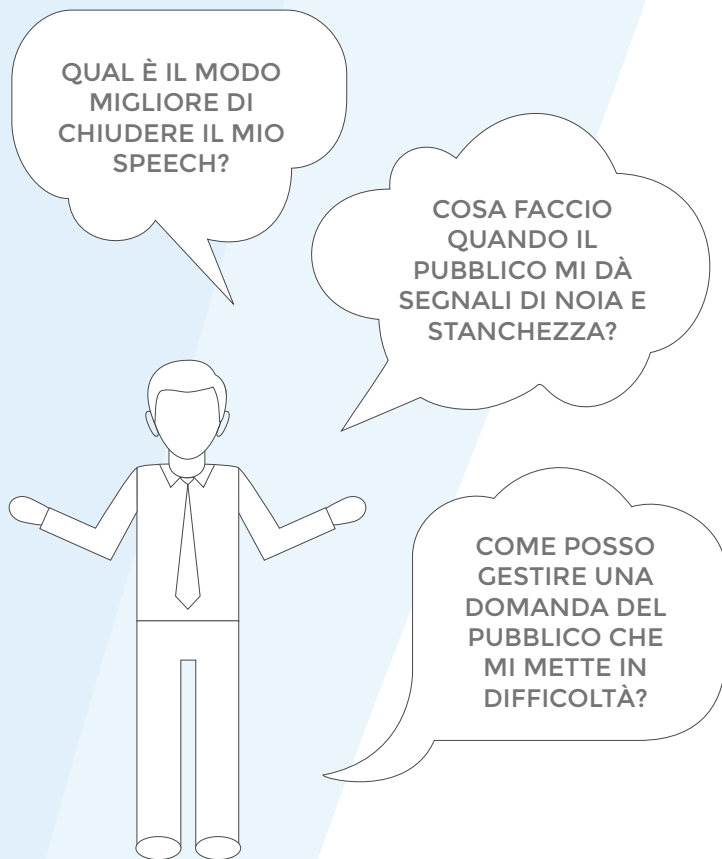
Webinar: 8 ore in 4 sessioni

Programma

Analizzeremo gli strumenti e le tecniche più efficaci per gestire le seguenti “sfide critiche”:



Domande a cui rispondiamo



Dicono di noi

"Ho partecipato al laboratorio di Sparring "Effective Presentation and Public Speaking": 3 sessioni intense e produttive, da cui sono uscito con l'energia per "giocarmi" subito sul campo le competenze acquisite."

–Stefano Alifano

Diamo i numeri

110



COME IL NUMERO DI PAROLE PRONUNCIATE AL MINUTO CHE CI CONSENTE DI TENERE UN RITMO EFFICACE NELL'ELOQUIO

00:30.00



COME IL NUMERO DI SECONDI INIZIALI DELLA PRESENTAZIONE DECISIVI PER CONVINCERE IL NOSTRO PUBBLICO A SEGUIRCI

2



COME I GIORNI DI PROVE CHE STEVE JOBS TENEVA PER I SUOI SPEECH

5"

COME I SECONDI DI UNA PAUSA DRAMMATICA CHE ATTIRA L'ATTENZIONE DEL PUBBLICO

150



COME I CENTIMETRI DI DISTANZA DA TENERE RISPETTO AL PIÙ VICINO DEI NOSTRI ASCOLTATORI

LABORATORIO

Ingegneria verbale

“Se avessi avuto più tempo, ti
avrei scritto una lettera più breve.”

— Blaise Pascal

L'ingegneria verbale è il metodo per semplificare il linguaggio professionale e imparare a scrivere in modo più semplice ed essenziale.

Questo corso ha l'obiettivo di trasmettere le regole per progettare e scrivere documenti secondo uno stile di comunicazione più diretto ed essenziale. In questo modo possiamo dire tutto quello che vorremmo in meno tempo e con meno fatica e soprattutto aiutiamo chi legge a capire tutto in meno tempo e con meno fatica.

Lavori nel terzo millennio e hai tre problemi comuni a tante persone:

- Devi condividere un mare di informazioni con il cliente, il collega, il capo, la pubblica amministrazione;
- Hai sempre meno tempo per raccogliere i tuoi pensieri e trasmetterli agli altri;



- Clienti e colleghi hanno poco tempo da dedicare a ciò che dici e scrivi.

Continui a progettare documenti, mail, report, presentazioni e post come hai sempre fatto. Fai sempre più fatica e ti arrabbi quando cliente, collega e capo ti dicono:

NON HO CAPITO, PUOI RIASSUMERE?

NON HO TEMPO, PUOI DIRMelo/SCRIVERMELO IN MODO PIÙ SEMPLICE?

Rifletti bene e intuisce che questa capacità di arrivare al punto è una condizione fondamentale per affermarti sul lavoro.

Ti arrabbi ancora di più e ritorni al pc, ricominciando senza accorgertene a scrivere un documento prolisso e incomprensibile.

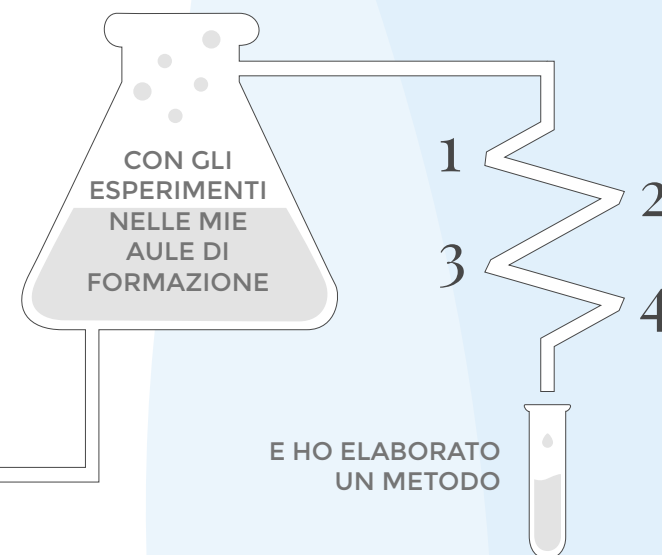
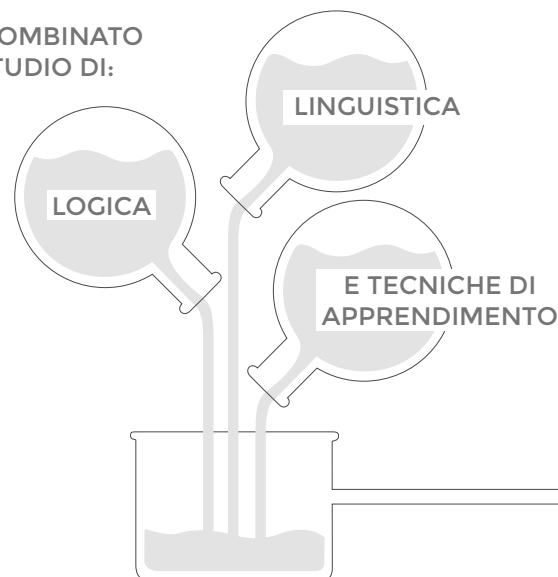
E qui arriviamo Noi...

C'erano una volta un consulente di comunicazione (io) e un partner di uno dei più prestigiosi studi legali italiani:

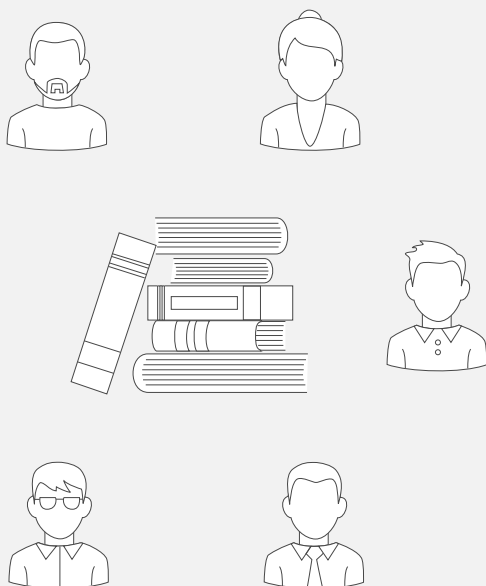
CAVALIERI MI AIUTI, I MIEI COLLABORATORI IMPIEGANO TROPPO TEMPO AD AGGIORNARMI, ELABORANO DOCUMENTI TROPPO LUNGI, SCRIVONO MAIL E DOCUMENTI TROPPO DIFFICILI DA CAPIRE.

L'ingegneria verbale è nata così.

HO COMBINATO LO STUDIO DI:



Ho cominciato a proporlo a tutti i miei clienti e ho scoperto che non solo piaceva, funzionava. Funzionava davvero per tutti, per il Top Manager e l'assistente di direzione, per il commerciale e l'informatico, per il notaio e l'avvocato d'affari.



Più diffondevo il metodo più lo trovavo intorno a me. Nelle riflessioni dei grandi scrittori, nei manuali dei prodotti più venduti al mondo, nelle indicazioni della politica (su tutte il plain writing act 2010 negli USA).

Sono innamorato dell'ingegneria verbale. Dentro c'è tutto ciò che mi piace:

- le parole, che sono il nostro modo di stare con gli altri;
- la chiarezza, che è il nostro modo di esaltare l'intelligenza;
- l'essenzialità, che è il nostro modo di rispettare le cose e le persone che ci circondano.

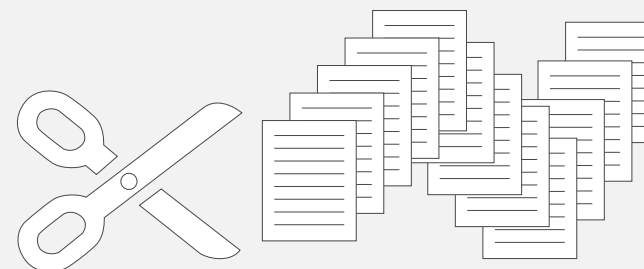
Per questo nel mio piccolo, quando io e i miei collaboratori teniamo i seminari di ingegneria verbale ci sentiamo investiti di una missione.

Leggere bene e scrivere bene, capire e lasciarsi capire. La chiamo civiltà.

Metodologia e Programma

Nel laboratorio di ingegneria verbale lavorerai per un giorno intero con carta e penna come a scuola.

Riempirai mediamente più di 20 fogli bianchi, parteciperai a piccole innocenti "gare di semplificazione" con i tuoi colleghi.



In aula lavoreremo sempre con lo stesso schema:

- All'inizio ci eserciteremo a semplificare senza regole;
- Poi codificheremo insieme le regole logiche della semplificazione;
- Infine con l'aiuto delle regole ci alleneremo a descrivere i concetti più complessi con parole semplici ed eleganti.

Chi si iscrive?

- Manager che operano nelle direzioni legale, compliance, marketing, investor relations;
- Manager che si occupano della stesura di documentazione informativa e contrattuale destinata alla clientela;
- Manager chiamati a presentare, condividere, elaborare procedure complesse o testi normativi;
- Avvocati, commercialisti, consulenti del lavoro, notai;
- Funzionari della pubblica amministrazione.

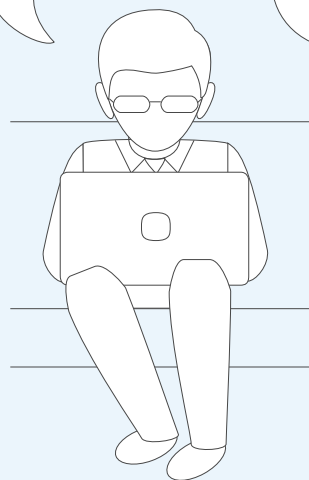
Durata del corso

Aula tradizionale: 8 ore in 2 sessioni oppure
Webinar: 6 ore in 3 sessioni

Domande a cui rispondiamo

QUALI SONO LE REGOLE PER ELIMINARE LE PAROLE SUPERFLUE DALLE MIE MAIL?

COME POSSO SPIEGARE UN CONCETTO TECNICAMENTE COMPLESSO A CHI NON È ESPERTO?



COSA MI FA CAPIRE CHE IL TESTO CHE HO APPENA SCRITTO DEVE ESSERE SEMPLIFICATO?

Dicono di noi

"Riflettere criticamente su ciò che si scrive e su come si scrive. Un'idea semplice quanto ambiziosa, che rende il corso davvero utile e innovativo."

–Michele Colonna

Diamo i numeri

00:40.00

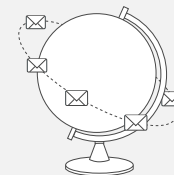


COME I SECONDI DI ATTENZIONE MASSIMA CHE RIUSCIAMO A DEDICARE ALLA LETTURA DI UN TESTO PRIMA DI DISTRARCI

25



COME IL NUMERO MASSIMO DI PAROLE PER UNA FRASE FACILMENTE COMPRESIBILE



150

MILIARDI COME IL NUMERO DI MAIL CHE VIAGGIANO OGNI GIORNO NEL MONDO



4

COME LE FASI DI SVILUPPO DI UN TESTO ESSENZIALE E COMPRESIBILE

3



COME I PRINCIPI GUIDA DEL PLAIN WRITING ACT (LEGGE FEDERALE USA SULLA SEMPLIFICAZIONE DEL LINGUAGGIO DEGLI ENTI PUBBLICI)

LABORATORIO

Comunicazione commerciale al telefono

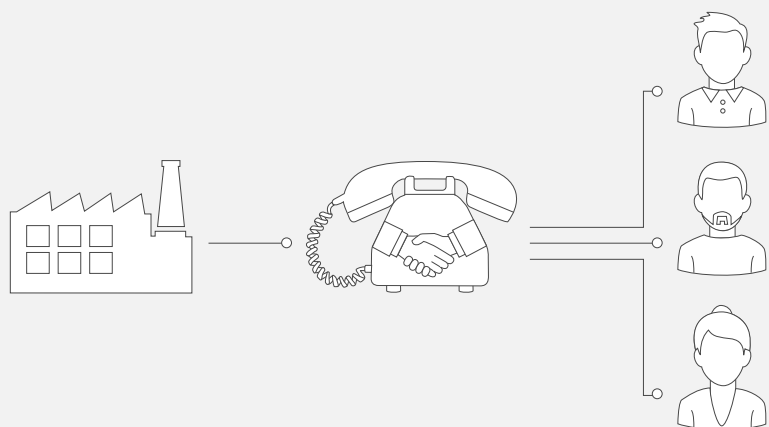
“Una telefonata allunga la vita.”

— Pubblicità SIP Telecom 1993



sparring
insieme per la tua carriera

Nel mondo digitale il telefono rappresenta molto spesso il primo e talvolta l'unico contatto "umano" tra le aziende e i loro clienti.

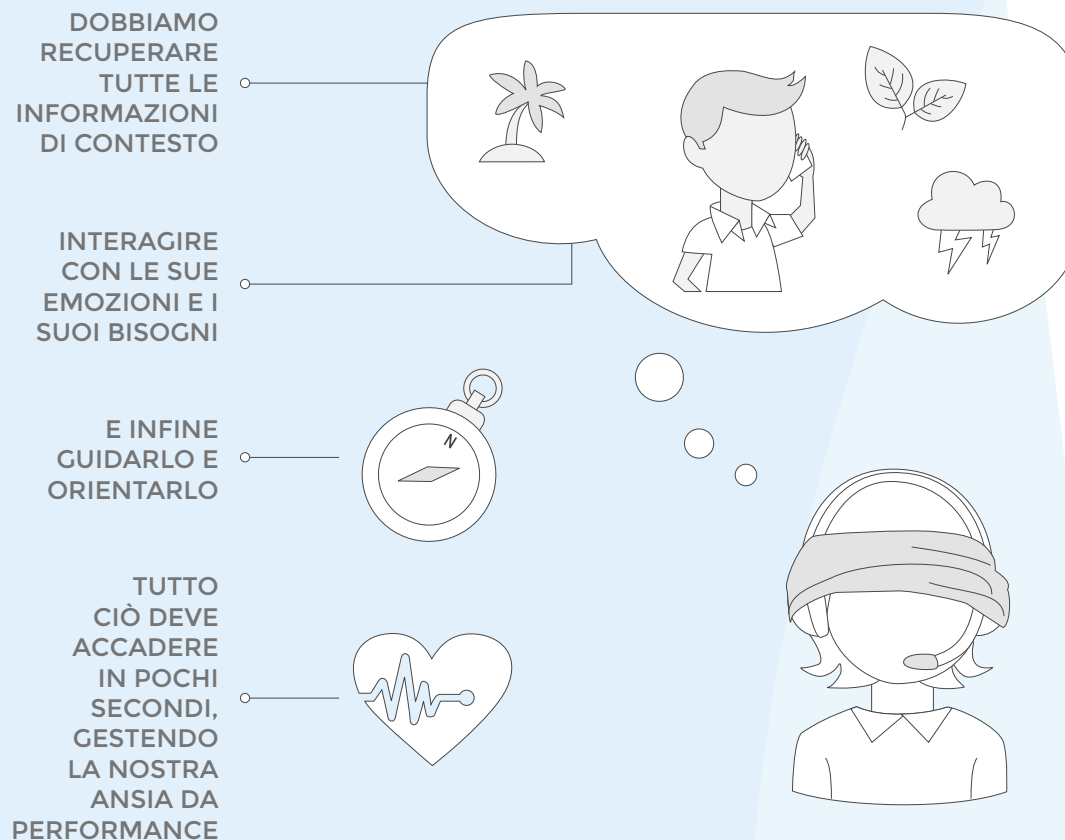


Per questo avere delle persone capaci di interagire telefonicamente in modo empatico, assertivo ed autorevole costituisce per le aziende un fattore critico di successo.

Questa sfida diventa ancora più difficile perché in Italia dopo quasi trent'anni di utilizzo industriale dei call center abbondano stereotipi e pregiudizi negativi sul lavoro al telefono: disturbatori, precari, imbonitori, impostori.

Quando invece le aziende costruiscono un rapporto telefonico maturo, empatico e consulenziale con i propri clienti conquistano il valore inestimabile della fiducia. Perché ciò accada occorre però avere consapevolezza delle specificità tecniche della comunicazione telefonica.

Al telefono non vediamo il nostro interlocutore, siamo "al buio".



Questo corso offre ai partecipanti la piena consapevolezza delle mille sfumature emotive e comunicative che caratterizzano anche la più breve delle telefonate professionali. Inoltre i partecipanti imparano a padroneggiare tutte le tecniche utili a rendere il loro approccio ai clienti autorevole, professionale, orientato al business e allo sviluppo commerciale.

Chi si iscrive?

- Responsabili commerciali chiamati a sviluppare il proprio business partendo dal contatto telefonico con potenziali clienti;
- Professionisti che devono fissare appuntamenti con potenziali clienti a beneficio dei loro colleghi dell'area commerciale;
- Professionisti che devono vendere prodotti/ servizi al telefono;
- Professionisti che devono gestire al telefono servizi di assistenza/post vendita.

Metodologia

L'essenza del nostro approccio alla formazione sulle soft skills sta nel concetto di sfida critica.

La sfida critica è quel momento speciale e decisivo della tua performance professionale in cui puoi "fare la differenza".

In aula riproponiamo le sfide critiche relative alla comunicazione telefonica efficace attraverso casi di studio, simulazioni, role playing.

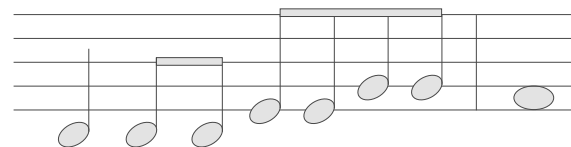
Durata del corso

Aula tradizionale: 8 ore in 2 sessioni
oppure

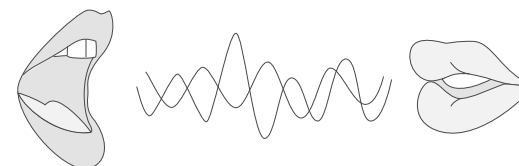
Webinar: 6 ore in 3 sessioni

Programma

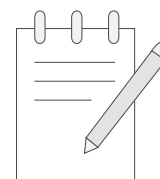
Analizzeremo gli strumenti e le tecniche più efficaci per gestire le seguenti "sfide critiche":



○ COME CALIBRARE IL TONO DELLA VOCE, RITMO E PAUSE



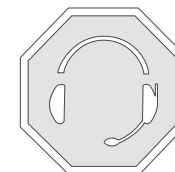
○ COME EVITARE SOVRAPPOSIZIONI VOCALI E INUTILI MONOLOGHI



○ COME PREPARARE UNA TELEFONATA COMMERCIALE "A FREDDO"



○ COME GESTIRE LE EMOZIONI DEL CLIENTE AL TELEFONO



○ COME GESTIRE E SUPERARE UN FILTRO TELEFONICO



○ COME TRASMETTERE AUTOREVOLEZZA AL TELEFONO



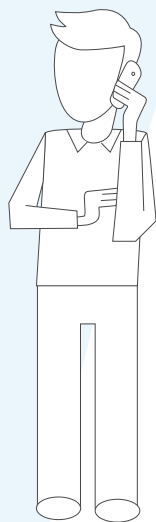
○ COME OTTENERE APPUNTAMENTI E IMPEGNI AL TELEFONO

Domande a cui rispondiamo

COME INTERCETTARE E DECIFRARE I "SEGNALI DEBOLI" DEL TUO INTERLOCUTORE AL TELEFONO?

COME PROCURARSI IL NOMINATIVO E I RIFERIMENTI DEL POTENZIALE CLIENTE DA CONTATTARE?

COSA DIRE PER GUIDARE IL PROPRIO INTERLOCUTORE AD UN FOLLOW-UP DELLA TELEFONATA?




Dicono di noi

"Grazie a Lorenzo la nostra rete di vendita ha cominciato a liberarsi dall'ansia e dalla improvvisazione nella gestione della telefonata commerciale. Adesso abbiamo un metodo strutturato per approcciare telefonicamente i nostri clienti."

– Franco Pancino

Diamo i numeri



00:15.00

COME I PRIMI SECONDI DELLA TELEFONATA, NECESSARI A OTTENERE DALL'INTERLOCUTORE UNA INIZIALE DISPONIBILITÀ ALL'ASCOLTO




5

COME LE DOMANDE A CUI RISPONDERE SU UN POST IT PER PREPARARE OGNI SINGOLA CHIAMATA COMMERCIALE



2

COME IL NUMERO MASSIMO DI OBIEZIONI CHE POSSONO ESSERE GESTITE AL TELEFONO



3

COME LE REGOLE FONDAMENTALI PER SMARCARSI DALL'EFFETTO "SCOCCIATORE DEL CALL CENTER"

85%



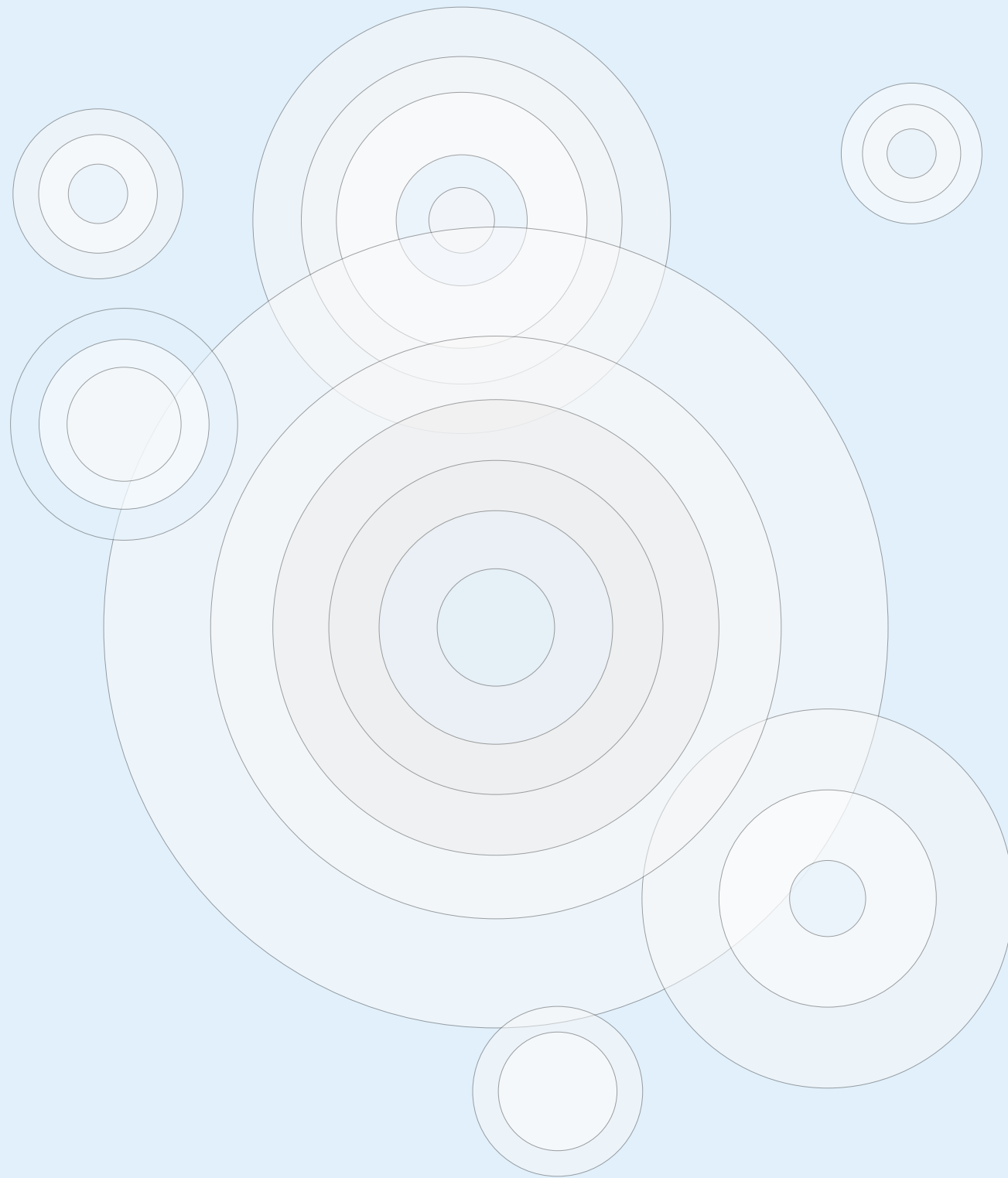
COME PERCENTUALE DI CLIENTI INSODDISFATTI DELLA LORO ESPERIENZA DOPO ESSERE STATI CONTATTATI DA UN COMMERCIALE AL TELEFONO

LABORATORIO

Formazione Formatori

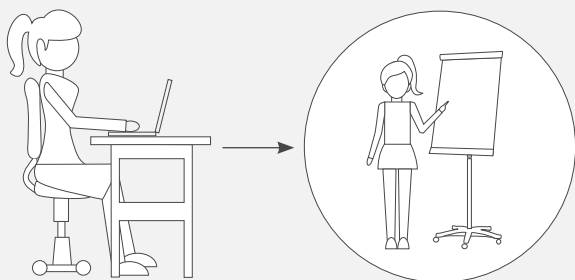
“La mente, infatti,
non ha bisogno come un
vaso di essere riempita,
piuttosto, come legna,
di una scintilla.”

— Plutarco



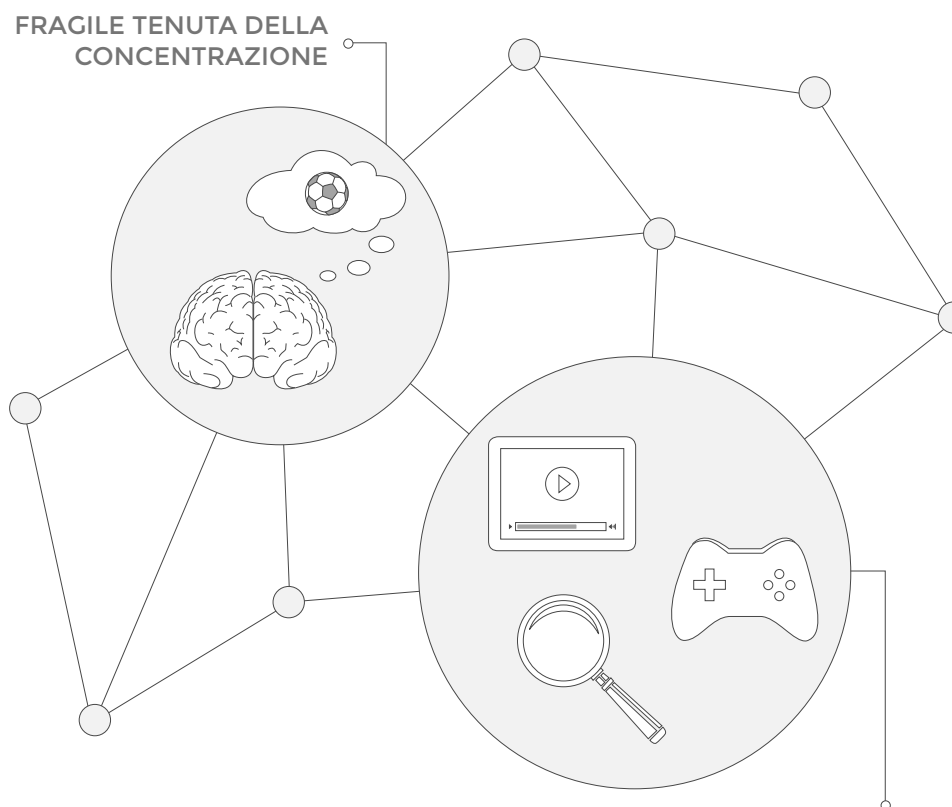
Le aziende e le organizzazioni del terzo millennio vivono e crescono solo se sono capaci di trasmettere conoscenza.

Aziende e organizzazioni hanno bisogno che chi detiene le competenze le porti in circolo.



Ecco perché fare il formatore in futuro sarà sempre di meno “un mestiere” e sempre di più “una componente del nostro lavoro”. Ecco perché le aziende ci chiedono di trasformare in formatori i propri dipendenti.

Questo corso ha l'obiettivo di trasmettere ai partecipanti le competenze per diventare formatori efficaci, capaci di progettare ed erogare percorsi formativi tradizionali in aula, ma anche online, tenendo conto delle peculiarità del processo di apprendimento degli adulti e dell'evoluzione dei processi di apprendimento nel tempo della rivoluzione digitale:



PREFERENZA PER MECCANISMI DIDATTICI ORIENTATI:

- ALLA PRODUZIONE VIDEO
- ALLA “GAMIFICATION”
- AL COSIDDETTO MICROLEARNING

Un metodo di formazione volto a distribuire il contenuto formativo in sequenze ridotte e rapidamente fruibili, di una durata di pochi minuti.

Chi si iscrive?

- Chi ricopre o è chiamato a ricoprire il ruolo di responsabile della formazione in azienda;
- Chi deve trasmettere un set di competenze critiche ai propri collaboratori;
- Chi è chiamato sistematicamente ad istruire i propri colleghi rispetto a procedure, normative, nuovi prodotti;
- Chi intende intraprendere una carriera nella formazione manageriale.

Metodologia

L'essenza del nostro approccio alla formazione sulle soft skills sta nel concetto di "sfida critica".

La sfida critica è quel momento speciale e decisivo della tua performance professionale in cui puoi "fare la differenza".

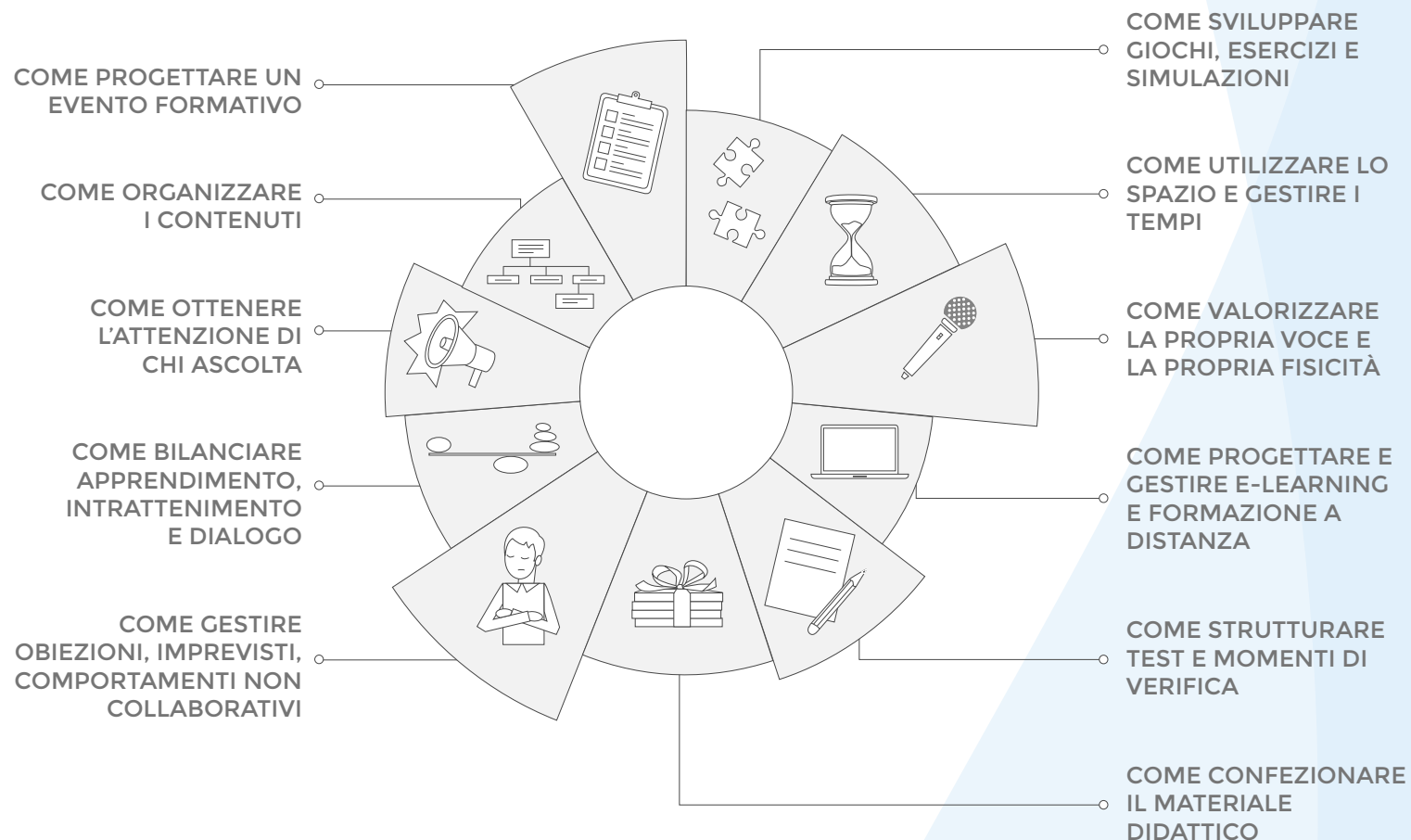
In aula riproponiamo le sfide critiche di chi organizza e gestisce eventi formativi.

Durata del corso

Aula tradizionale: 16 ore in 4 sessioni oppure
Webinar: 8 ore in 4 sessioni

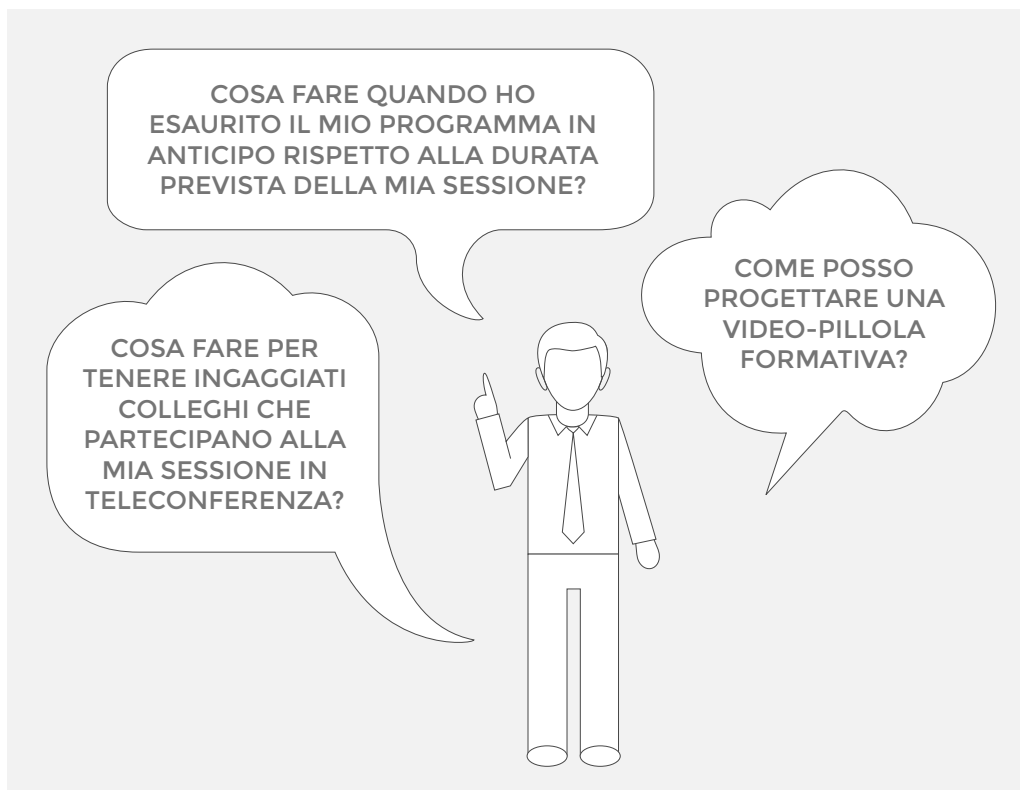
Programma

Durante il corso analizziamo gli strumenti e le tecniche più efficaci per gestire le seguenti "sfide critiche":



Ciascuno dei partecipanti in aula è chiamato a progettare e gestire una sessione di formazione in aula e una sessione di formazione a distanza su un argomento di sua conoscenza.

Domande a cui rispondiamo




Dicono di noi

"A distanza di tre mesi abbiamo conseguito risultati concreti. Oggi chi va in aula ha ben chiara la necessità di avere una scaletta ben definita, di dover intervallare i concetti con domande/quiz/giochi che tengano alta l'attenzione. Sa di dover intervallare la presentazione di documenti "asciutti" con momenti dove tutta la platea deve essere concentrata su di lui. Sa di dover interloquire con i discenti anche avvicinandosi fisicamente, dimostrando quindi attenzione e controllo."

–Dervys Bronzetti

Diamo i numeri

3 

COME IL NUMERO IDEALE DI COMPONENTI DI UN TEAM PER UN LAVORO DI GRUPPO IN AULA

30 pt

COME LE DIMENSIONI MASSIME DEL CARATTERE POWERPOINT PER EVITARE SLIDE TROPPO "SCRITTE"

5



COME LE REGOLE PER DISEGNARE UN CASO/ GIOCO PER L'AULA E/O PER L'E-LEARNING



COME LA DURATA MASSIMA DI UN "MONOLOGO" DEL FORMATORE

17%

COME IL GUADAGNO PERCENTUALE DI EFFICIENZA NEL PASSAGGIO DALLA FORMAZIONE TRADIZIONALE AL MICROLEARNING

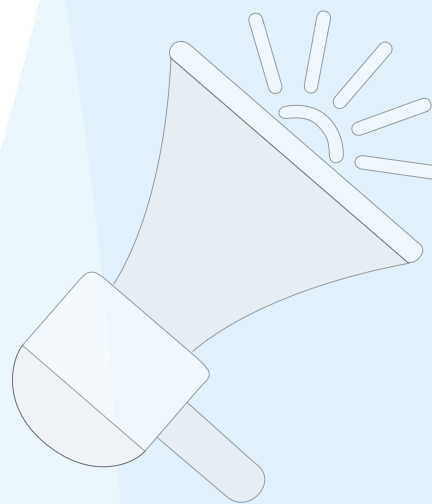


LABORATORIO

Gestione delle proteste

“I clienti che si lamentano sono i migliori amici dell’impresa. Una lamentela mette in guardia in merito a un problema che probabilmente sta facendo perdere dei clienti e che, una volta noto, è possibile risolvere.”

— Philip Kotler



Viviamo nell'epoca del consumatore informato ed esigente che pretende di far sentire la sua voce quando non è soddisfatto del prodotto/ servizio che ha acquistato. Viviamo anche nell'epoca dell'aggressività e dell'impulsività, tanto online che offline.

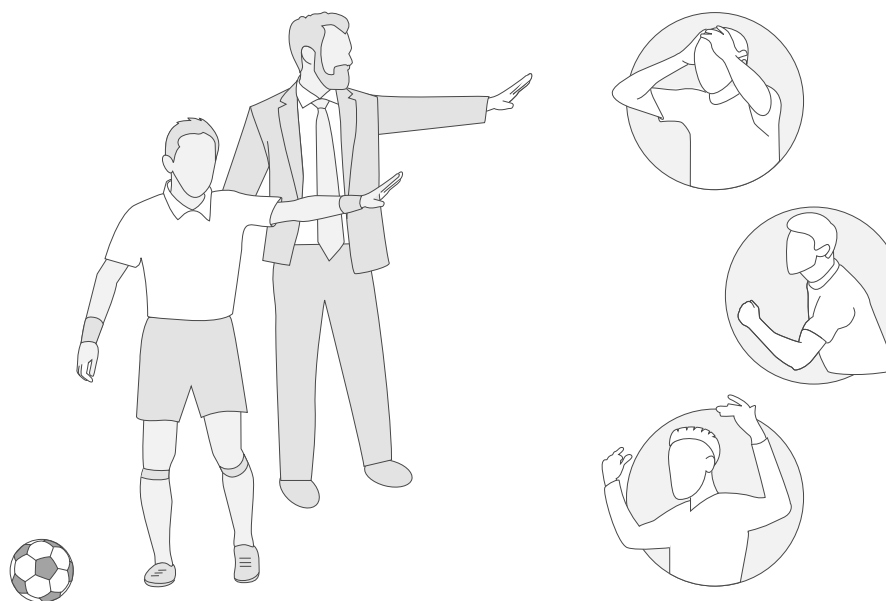
Questi elementi creano la miscela esplosiva del conflitto in ambito lavorativo.

Chi protesta? Protestano certamente i tuoi clienti, ma anche i tuoi colleghi e i tuoi collaboratori. Protestano perché li hai delusi, perché le cose non sono andate come avevi detto o promesso, o forse soltanto per far sentire la loro voce.

Quale che sia la genesi della protesta la tua capacità di gestire il risentimento degli altri è fondamentale per il tuo sviluppo professionale, perchè determina la tua autorevolezza ed il valore stesso dei tuoi prodotti/servizi/progetti. Non solo. Chi è consapevole di saper gestire proteste/ reclami è più sicuro quando promette, quando vende, quando prende decisioni e si assume responsabilità.

Questo corso nasce dalla profonda convinzione che gestire le proteste rappresenti una competenza tecnica che si può apprendere e che prescinde dalla nostra personalità e dalla nostra intelligenza emotiva. Per questo il corso si fonda sul collegamento tra il mondo del lavoro in azienda e il mondo del calcio, nella figura di chi incarna la quintessenza del "gestore professionale di proteste", l'arbitro.

Come un arbitro di calcio si dota di strumenti tecnici per gestire la rabbia dei calciatori, allo stesso modo il manager o il venditore o il responsabile dei servizi di assistenza/post vendita deve dotarsi di strumenti tecnici per affrontare con successo qualsiasi tipo di protesta/reclamo:



- Quella capricciosa del cliente "bambino tradito";
- Quella aggressiva fisicamente;
- Quella minacciosa in termini formali/legali;

- Quella del cliente che non vuole pagare;
- Quella urticante dei social;
- Quella di chi pur sapendo di aver torto "ci prova".

Gianluca Aureliano, attraverso la proiezione di alcuni video, utilizzerà la descrizione di una serie di esperienze significative di gestione delle proteste nel mondo del calcio come arbitro e operatore del VAR.

Lorenzo Cavalieri si occuperà di garantire il raccordo tra le tecniche utilizzate nel mondo dello sport e quelle da utilizzare nel mondo del management.

Cosa non facciamo

Non parliamo di pettegolezzi e retroscena calcistici; non proiettiamo slide didattiche sulla teoria della gestione delle proteste; non proponiamo suggerimenti vaghi da buon padre di famiglia "cerca di star calmo".

Chi si iscrive?

- Manager impegnati nella gestione di cambiamenti ad elevato impatto organizzativo;
- Manager responsabili di strutture organizzative sottoposte a intenso stress psicofisico;
- Responsabili e addetti ai servizi di assistenza/post vendita;
- Responsabili del dialogo con i clienti sui canali digitali;
- Figure di Sales, Account e Relationship Management.

Metodologia

L'essenza del nostro approccio alla formazione sulle soft skills sta nel concetto di "sfida critica".

La sfida critica è quel momento speciale e decisivo della tua performance professionale in cui puoi "fare la differenza".

In aula riproponiamo le sfide critiche relative alla gestione di reclami/proteste di clienti, colleghi, collaboratori attraverso casi di studio, simulazioni, role playing.

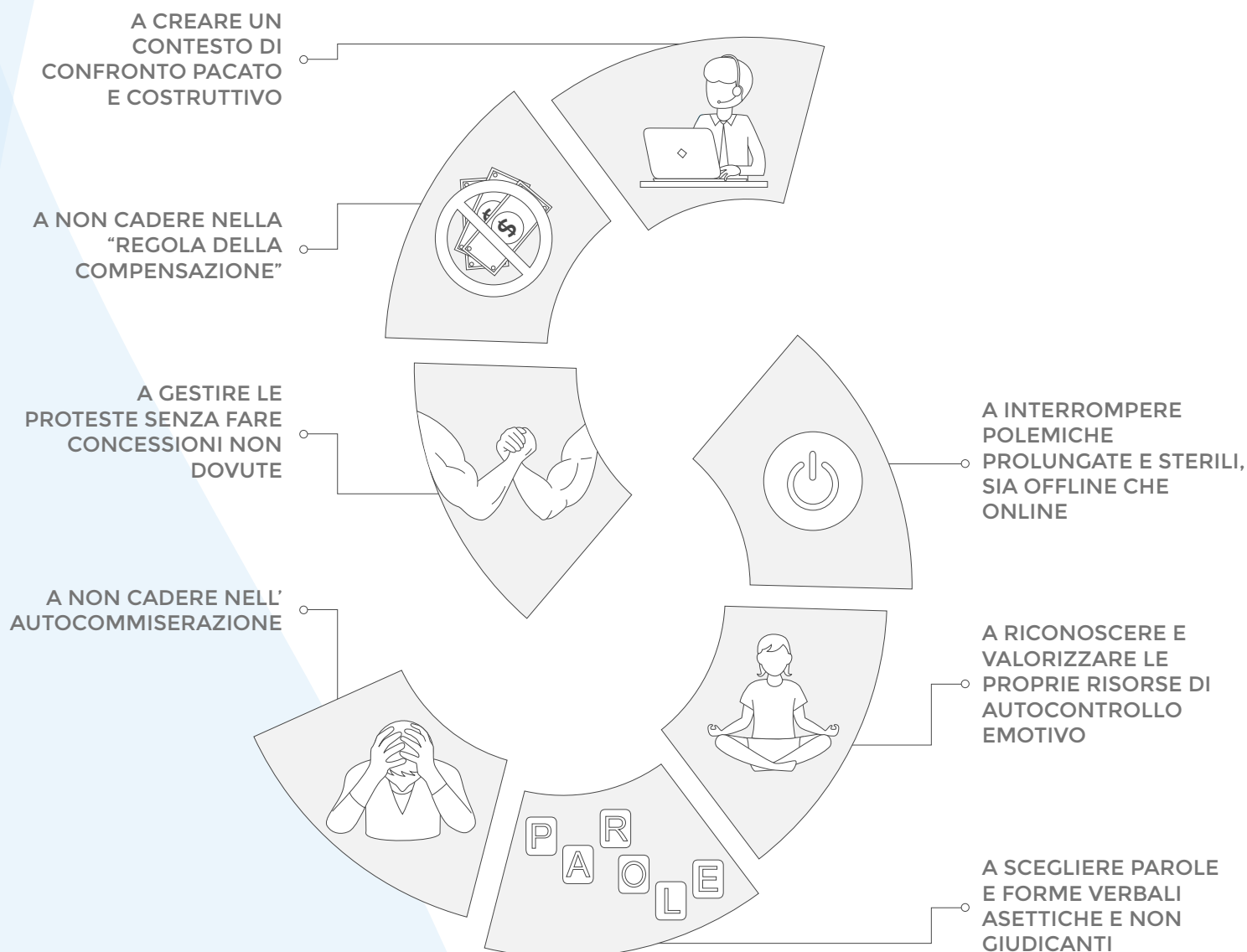
Durata del corso

Aula tradizionale: 4 ore
oppure

Webinar: 2 sessioni da 2 ore

Programma

Chi partecipa al laboratorio impara:

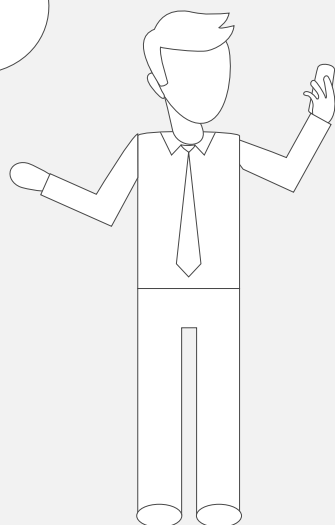


Domande a cui rispondiamo

COME CHIEDERE SCUSA QUANDO SI È CONSAPEVOLI DI NON AVER TORTO?

COSA FARE QUANDO IL NOSTRO INTERLOCUTORE CI INVIA SEGNALI DI FORTE AGGRESSIVITÀ?

COME CAPISCO QUANDO È IL MOMENTO DI CHIUDERE LA CONVERSAZIONE POLEMICA?



Dicono di noi

"Il corso che abbiamo organizzato è stato molto utile perchè per il nostro gruppo la relazione e la qualità del dialogo con i nostri clienti è un valore fondamentale."

–Ugo Canonico

Diamo i numeri

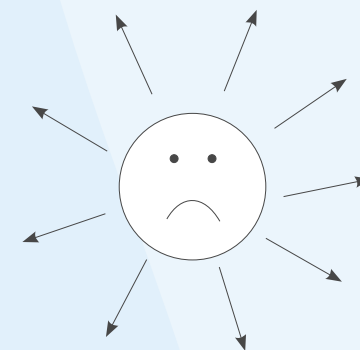
60%

COME LA PERCENTUALE DI CLIENTI INSODDISFATTI CHE NON PROTESTA ESPLICITAMENTE



9

COME IL NUMERO MINIMO DI PERSONE CON CUI UN CLIENTE INSODDISFATTO CONDIVIDE LA PROPRIA ESPERIENZA



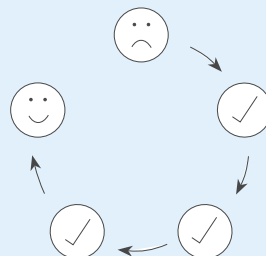
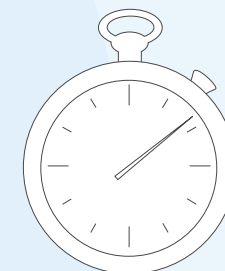
70%

COME LA PERCENTUALE DI CLIENTI CHE PROTESTANO DISPOSTI A "PERDONARE" IN CASO DI GESTIONE EFFICACE DEL RECLAMO



2

COME I SECONDI DI SILENZIO DA LASCIARE AD UN INTERLOCUTORE ARRABBIATO QUANDO HA FINITO DI PARLARE



5

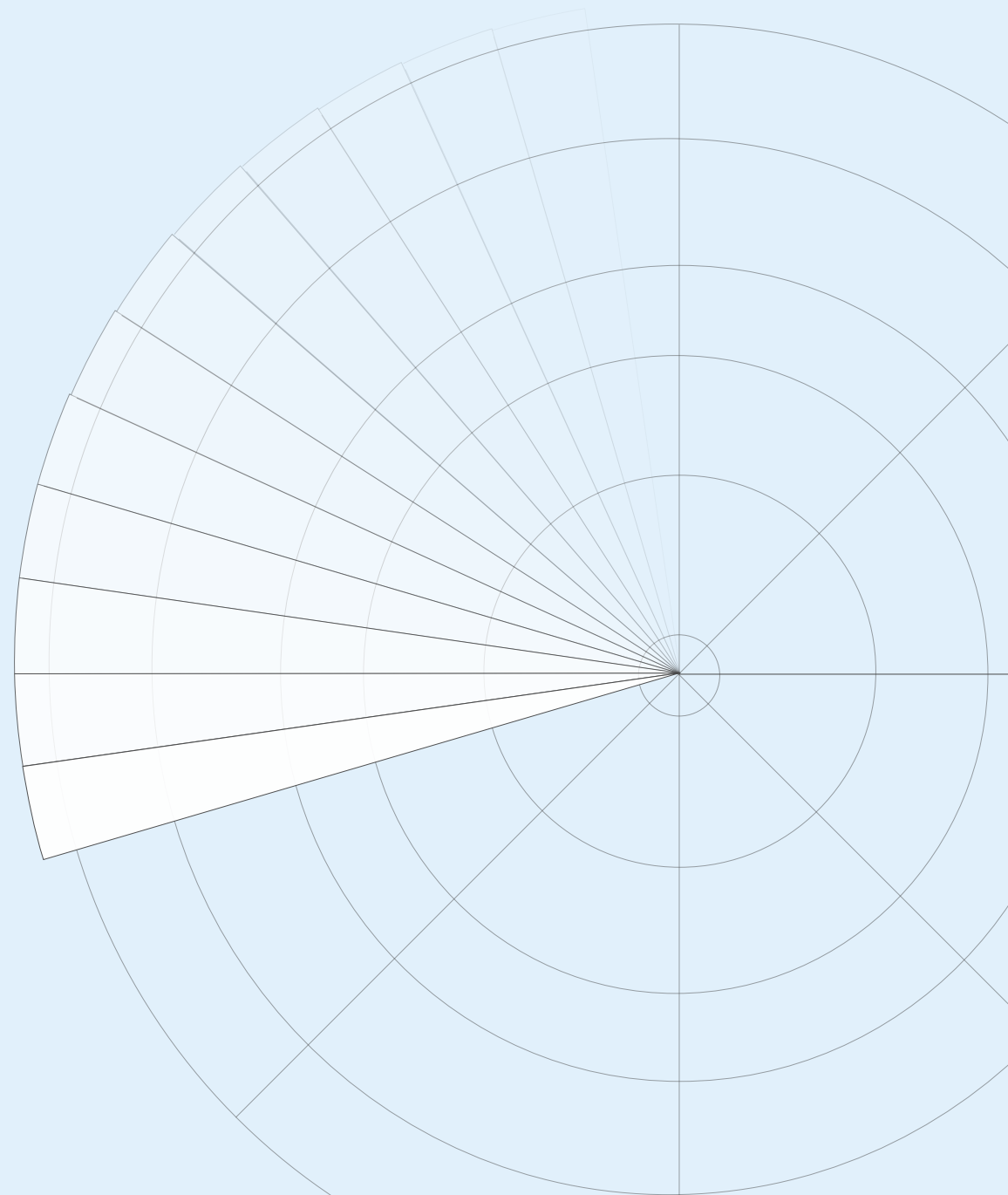
COME LE FASI DEL PROCESSO DI GESTIONE STRUTTURATA DELLA PROTESTA/RECLAMO

LABORATORIO

Selezione del personale per PMI e studi di consulenza

“La vita è l’arte dell’incontro.”

— Vinicius De Moraes



In Italia per molte piccole e medie imprese selezionare e reclutare il collaboratore giusto è un'avventura disperata.



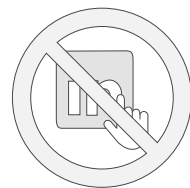
Finiscono con lo spendere enormi risorse economiche e di tempo per una serie di motivi:



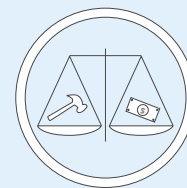
NON PIANIFICANO CORRETTAMENTE LE ATTIVITÀ



NON OTTIMIZZANO GLI ANNUNCI



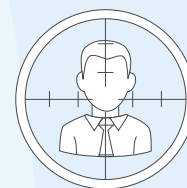
NON USANO CORRETTAMENTE I CANALI SOCIAL E LE PIATTAFORME DI ANNUNCI



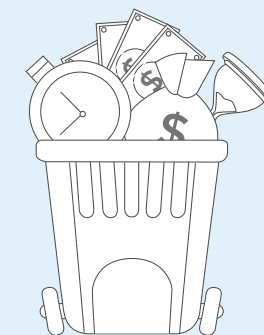
SBAGLIANO LE ANALISI "MAKE OR BUY" (CURO LA SELEZIONE INTERNAMENTE O LA AFFIDO A PARTNER SPECIALIZZATI)



NON CONOSCONO LE TECNICHE DI VALUTAZIONE DI UN CANDIDATO E LE TECNICHE DI NEGOZIAZIONE DELL'EVENTUALE OFFERTA DI LAVORO



NON CONOSCONO LE TECNICHE DI "HEAD HUNTING" PER CERCARE IL NUOVO COLLABORATORE ALL'INTERNO DELL'ORGANICO DEI PROPRI CONCORRENTI



Questo corso offre un set completo di strumenti per gestire in modo ordinato, strutturato e veloce il processo di selezione, minimizzando il costo organizzativo, assicurando la continuità del business e soprattutto identificando la persona giusta.

In questo tipo di realtà molto spesso:

- non esiste un ufficio del personale;
- non esiste un processo ordinato di selezione;
- non esiste l'attrattività di un brand riconosciuto;
- e neanche un percorso di carriera strutturato da poter "vendere" ad un candidato neoinserito.

Per questi motivi molti imprenditori faticano enormemente quando devono ampliare il proprio organico o sostituire delle figure dimissionarie.

Chi si iscrive?

- Imprenditori che non dispongono di un ufficio del personale e di un processo standardizzato di recruiting;
- Imprenditori che desiderano curare in prima persona la selezione di figure strategiche;
- Responsabili di reti di vendita che devono sviluppare il proprio business attraverso il reclutamento di nuovi venditori/agenti/promotori;
- Società di consulenza e studi professionali in fase di espansione.

Metodologia

L'essenza del nostro approccio alla formazione sulle soft skills sta nel concetto di sfida critica.

La sfida critica è quel momento speciale e decisivo della tua performance professionale in cui puoi "fare la differenza".

In aula riproponiamo le sfide critiche relative alla selezione del personale attraverso casi di studio, simulazioni, role playing.

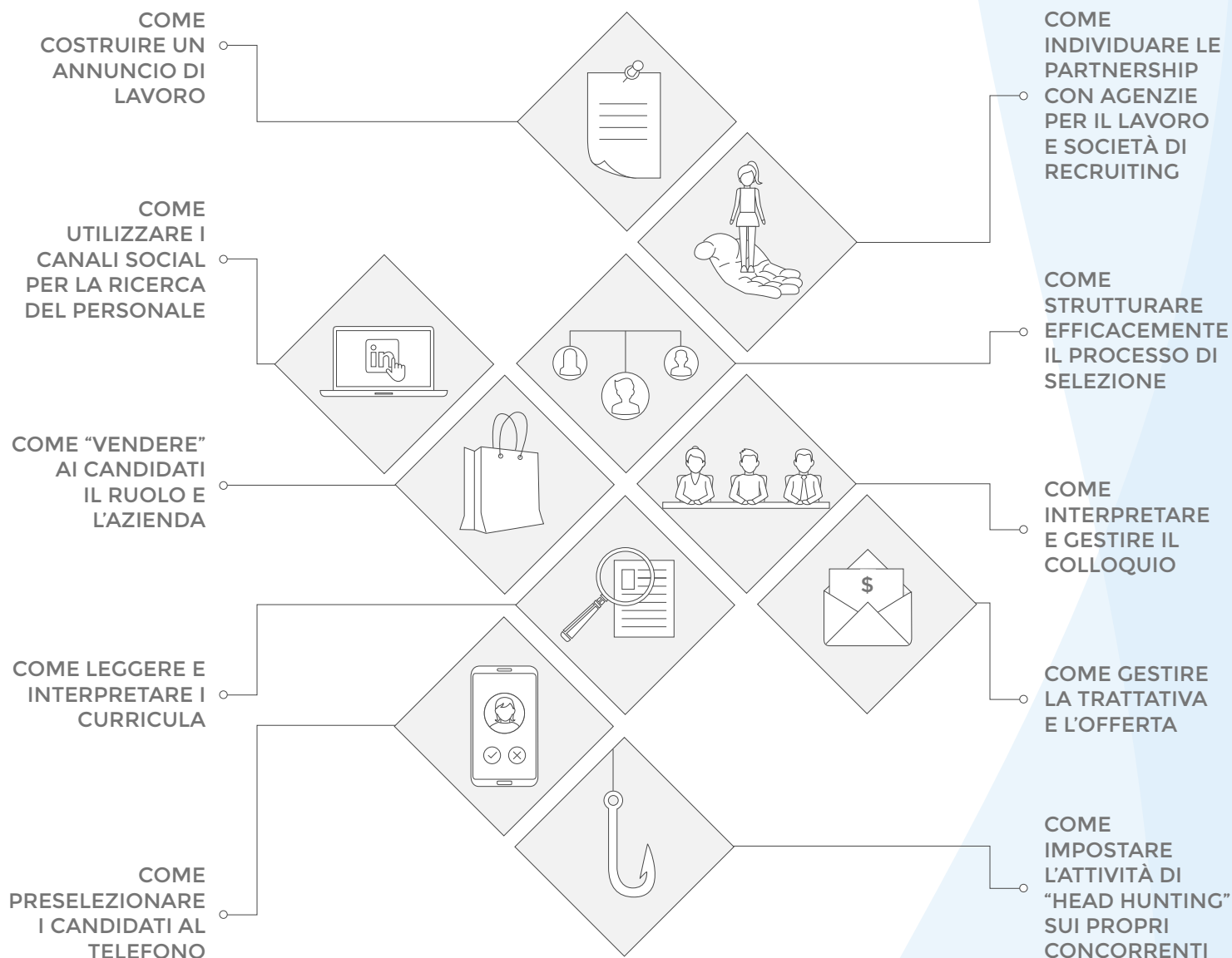
Durata del corso

Aula tradizionale: 8 ore in 2 sessioni
oppure

Webinar: 6 ore in 3 sessioni

Programma

Analizzeremo gli strumenti più efficaci per gestire le seguenti "sfide critiche":



Domande a cui rispondiamo



Dicono di noi

“I suggerimenti per migliorare il nostro processo di recruiting sono stati fondamentali per accelerare la nostra crescita aziendale”.

–Clelia Daniel

Diamo i numeri

86%

COME LA PERCENTUALE DI CHI DOPO AVER ASSUNTO RITIENE DI AVER SBAGLIATO LA SELEZIONE



00:20.00

COME IL NUMERO DEI SECONDI DEDICATI MEDIAMENTE A VISIONARE IL TUO CV



3

COME LE DOMANDE ORIGINALI DA PORRE DURANTE IL COLLOQUIO PER FAR EMERGERE LA PERSONALITÀ DEL CANDIDATO



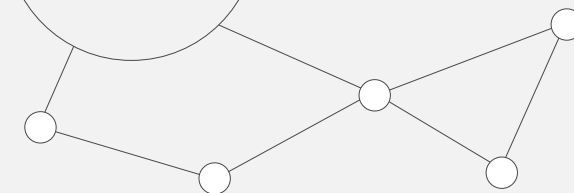
60%



COME LA PERCENTUALE DEI CANDIDATI CHE RISPONDE AGLI ANNUNCI CONSAPEVOLE DI NON POSSEDERE I REQUISITI RICHIESTI

73%

COME LA PERCENTUALE DI MILLENIALS CHE HA TROVATO LAVORO TRAMITE I SOCIAL NETWORKS

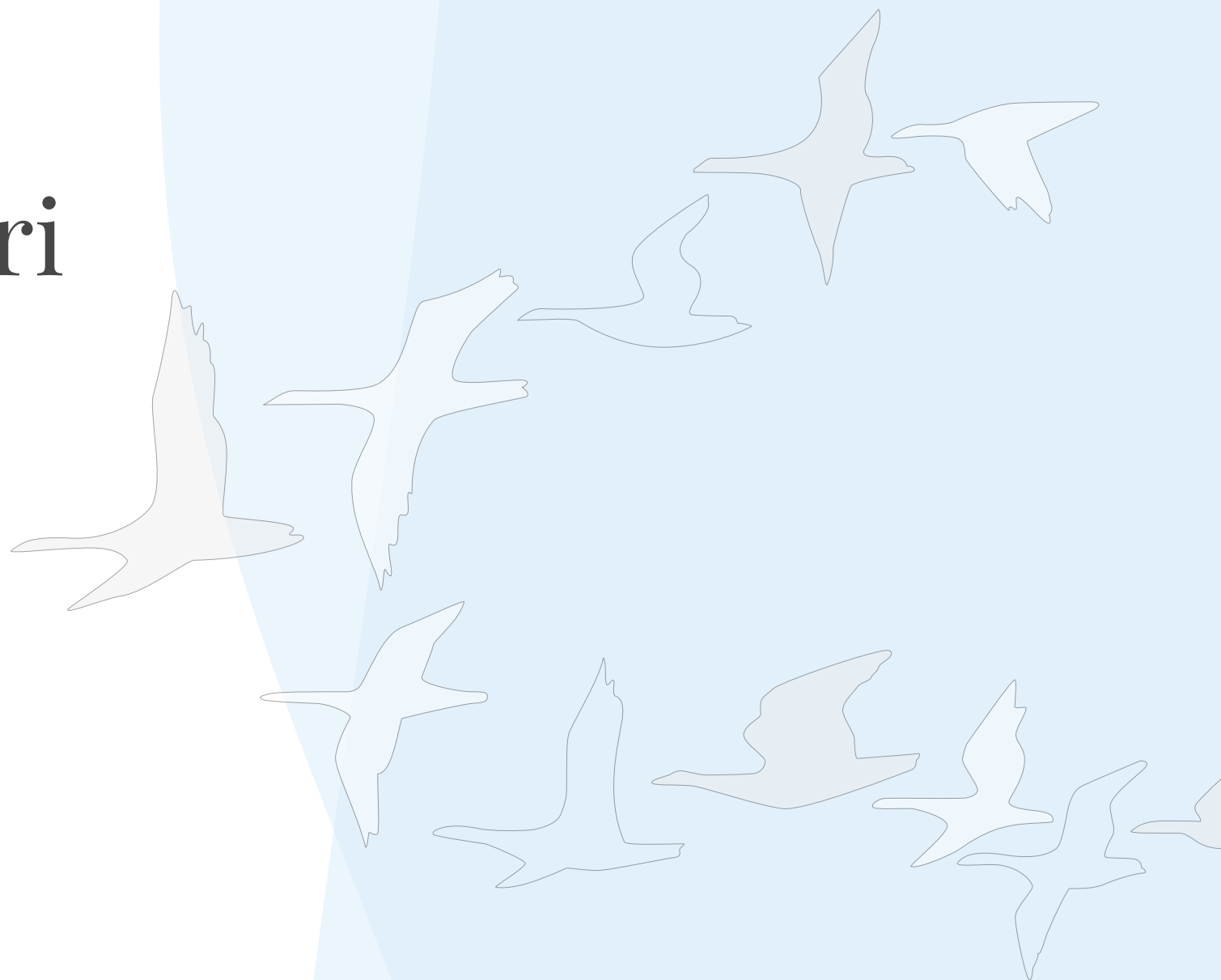


LABORATORIO

Gestire i collaboratori

“Non ho nulla da offrirvi se non sangue, fatica, lacrime e sudore.”

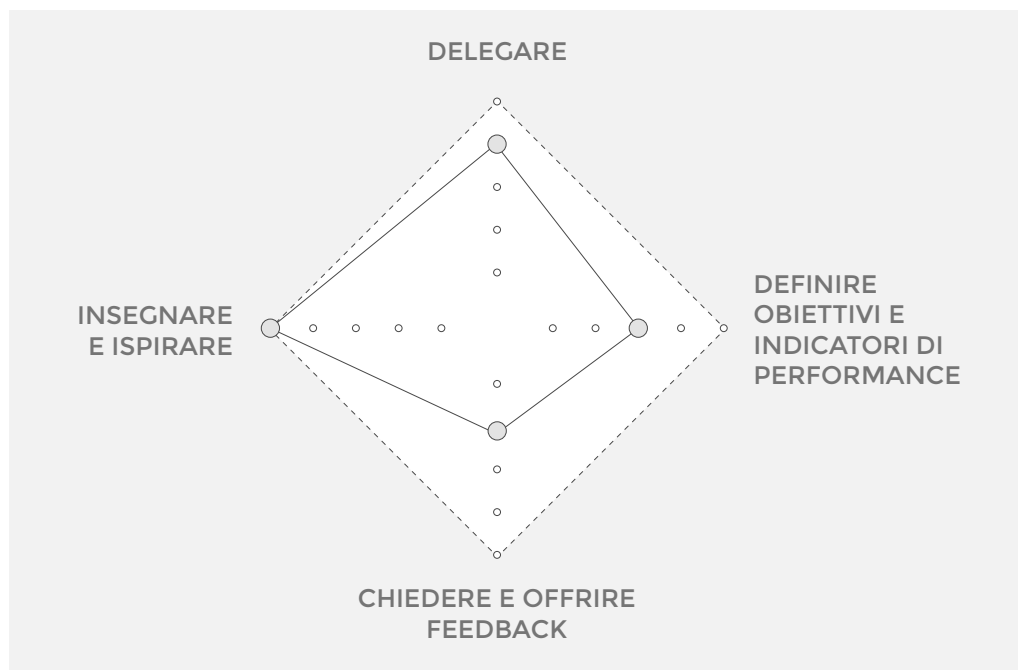
— Winston Churchill



Da piccolo chiesi ai miei genitori se per fare i genitori c'era bisogno di aver frequentato una scuola per genitori. Risposero sorridendo che bastava l'amore.

E per fare il capo? Bisogna frequentare un corso o bastano la propria personalità e la propria esperienza? Noi crediamo che un corso possa aiutare moltissimo chi vuole svolgere al meglio la propria funzione di leader.

Ci crediamo perché abbiamo una visione funzionale e non carismatica della leadership. Tra l'espressione "essere capo" e l'espressione "fare il capo" preferiamo la seconda. Non crediamo al "ci si nasce", "bisogna avercelo nel sangue". Crediamo che gestire bene un team di collaboratori non sia un talento, un "carisma", ma che sia semplicemente l'insieme di alcuni comportamenti virtuosi specifici:



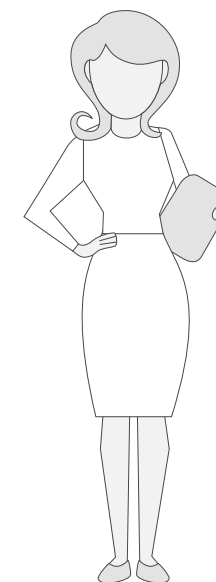
Tutti possono diventare splendidi leader.

Fare il capo purtroppo è il mestiere più difficile del mondo. Tutti guardano al tuo comportamento, tutti pendono dalle tue labbra e qualsiasi errore o sbavatura o incoerenza produce immediatamente un risultato negativo.

Per questo bisogna essere rigorosi nell'esercizio della leadership, bisogna acquisire una "tecnica", non ci può essere spazio per l'improvvisazione.

Gestire i propri collaboratori è la sfida manageriale più complessa. La leadership si acquisisce con l'esperienza e con il carisma naturale, ma la leadership è soprattutto il risultato di una serie di attività specifiche.

Questo corso ha l'obiettivo di trasferire ai partecipanti il "know-how del capo":



- COSA FARE
- COME FARLO
- E QUANDO FARLO

PER ESSERE RICONOSCIUTI COME LEADER

E SOPRATTUTTO PER OTTENERE IL MIGLIOR RISULTATO POSSIBILE DAL PROPRIO TEAM

Chi si iscrive?

- Chi desidera dare un'organizzazione strutturata al proprio stile di gestione dei collaboratori;
- Chi desidera acquisire strumenti nuovi per gestire collaboratori "sfidanti";
- Chi è appena diventato responsabile di un nuovo team;
- Chi non si capacita delle dimissioni inattese dei propri collaboratori;
- Chi desidera sviluppare la propria autorevolezza per sentirsi più riconosciuto come leader.

Metodologia

L'essenza del nostro approccio alla formazione sulle soft skills sta nel concetto di "sfida critica".

La sfida critica è quel momento speciale e decisivo della tua performance professionale in cui puoi "fare la differenza".

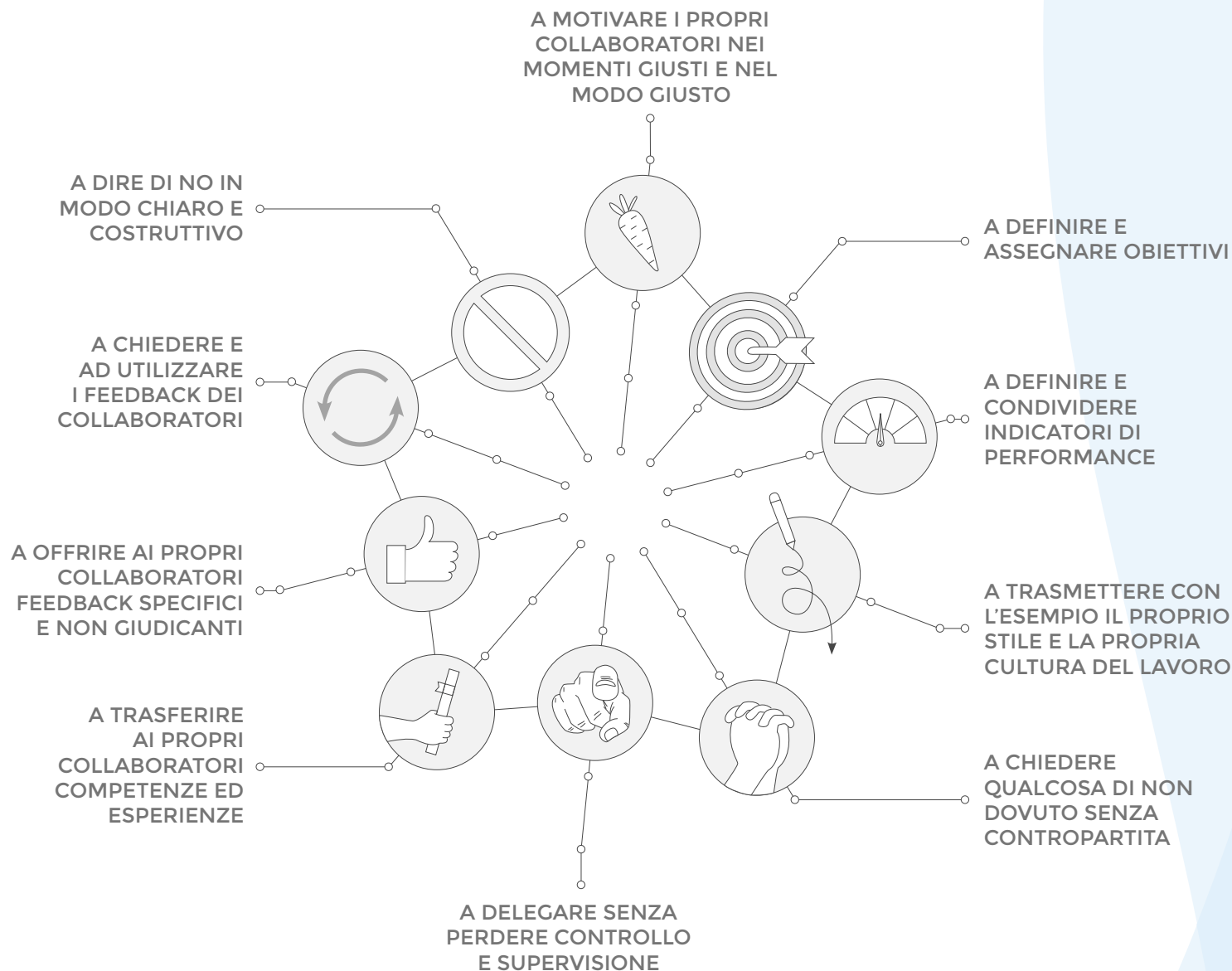
In aula riproponiamo le sfide critiche relative alla gestione di un team di collaboratori attraverso casi di studio, simulazioni, role playing.

Durata del corso

Aula tradizionale: 8 ore in 2 sessioni oppure
Webinar: 6 ore in 3 sessioni

Programma

Chi partecipa al laboratorio impara:

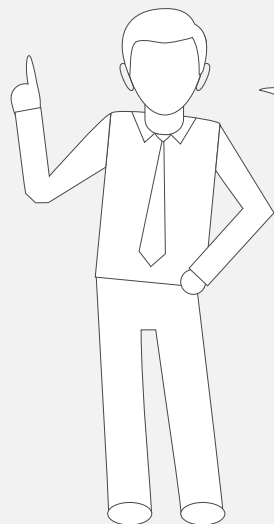


Domande a cui rispondiamo

COME RICONOSCERE
E COMBATTERE I
NOSTRI PRE-GIUDIZI
NEI CONFRONTI DEI
COLLABORATORI?

COSA FARE
QUANDO UN
COLLABORATORE
CI SFIDA E CI
PROVOCA IN
PUBBLICO?

COME CHIEDERE AL
COLLABORATORE
UNO SFORZO
ULTERIORE SENZA
POTERGLI OFFRIRE
NESSUNA
CONTROPARTITA?



Dicono di noi

"Il corso offre spunti molto concreti e utili, ingredienti fondamentali per aumentare la produttività del mio team di collaboratori."

–Roberto Ziarelli

Diamo i numeri

45

COME I
MINUTI DI
UNA EFFICACE
RIUNIONE DI
FEEDBACK
ONE-TO-ONE



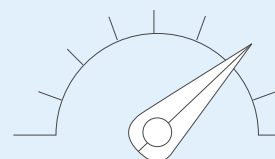
66%

COME LA PERCENTUALE
DI DIPENDENTI
CHE NON SI SENTE
SUFFICIENTEMENTE
COINVOLTO DAL
PROPRIO MANAGER



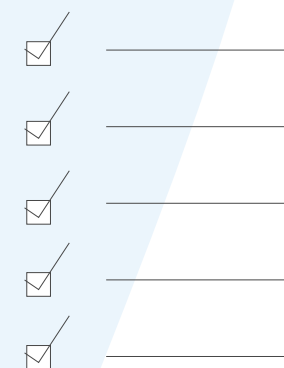
3

COME IL NUMERO MASSIMO
DI INDICATORI DI PERFORMANCE
CON CUI SFIDARE I NOSTRI
COLLABORATORI



5

COME LE
REGOLE
DELLA
DELEGA
EFFICACE



75%

COME LA
PERCENTUALE
DI DIPENDENTI
DIMISSIONARI CHE
HANNO DECISO
DI LASCIARE
IL LAVORO A
CAUSA DEL
COMPORTAMENTO
DEL PROPRIO
CAPO



LABORATORIO

Team building

“Nella lunga storia del genere umano (e anche del genere animale) hanno prevalso coloro che hanno imparato a collaborare ed a improvvisare con più efficacia.”

— Charles Darwin



sparring
insieme per la tua carriera

► In tutte le aziende del mondo arriva il momento in cui “bisogna fare squadra”, bisogna ritrovarsi in uno “spogliatoio” (il salone di una convention o la saletta di un meeting) dove potersi confrontare in modo schietto, libero e costruttivo. Quando i nostri clienti ci rivelano questo bisogno noi organizziamo un laboratorio di improvvisazione teatrale nel contesto di eventi, convention, meeting motivazionali.

L'improvvisazione teatrale è una forma di teatro dove gli attori non seguono un copione definito.

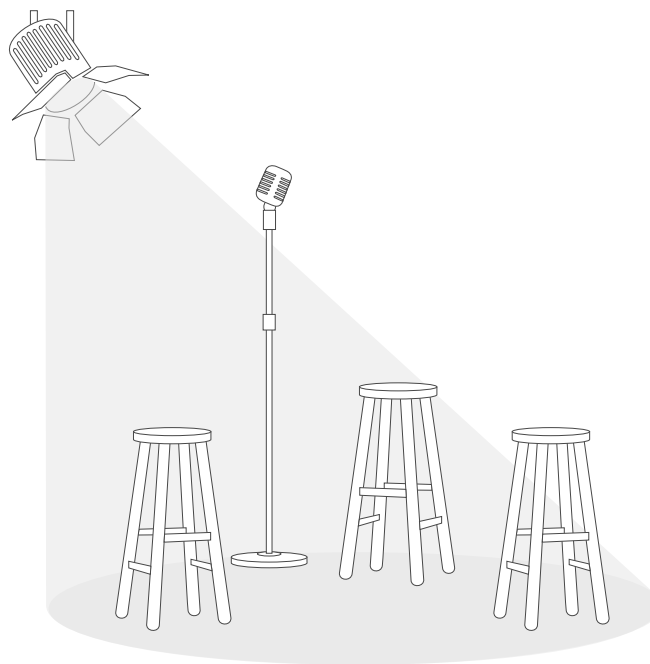
Caratteristiche fondamentali dell'improvvisazione sono:

- il **lavoro di gruppo**;
- la **comunicatività**;
- la **creatività**;
- la **capacità di correre dei rischi**, poiché gli attori non hanno neppure la conoscenza di cosa faranno i loro compagni in scena;
- la **rapidità nel prendere decisioni e l'adattamento alle situazioni impreviste** che si possono verificare durante le performance.

Per tutti questi motivi l'improvvisazione teatrale è il miglior modo possibile di scoprire o ritrovare il piacere di stare insieme, riflettendo in modo divertente ma anche critico sull'efficacia del team.

5 o 20 o 200 “attori smarriti” che si ritrovano a dover mettere in scena una storia o un progetto senza avere una traccia, un copione, un manuale di istruzioni. Non si tratta soltanto di divertimento e adrenalina, si tratta di riflettere sul modo in cui collaboriamo con gli altri.

Infatti gli ingredienti dell'improvvisazione teatrale sono:



1. CAPACITÀ DI LEGGERE IL CONTESTO IN CUI TI TROVI

2. CAPACITÀ DI METTERSI IN ASCOLTO VERAMENTE DELLE PERSONE INTORNO A TE

3. CAPACITÀ DI INDIVIDUARE CON GLI ALTRI SOLUZIONI IMMEDIATE

4. CAPACITÀ DI GESTIRE LE PROPRIE REAZIONI IN BASE AL COMPORTAMENTO DEGLI ALTRI

Questi 4 ingredienti sono le soft skills del lavoro di gruppo e dunque l'improvvisazione teatrale è “il gioco delle soft skills di gruppo” per antonomasia.

Il nostro team building con l'improvvisazione teatrale può durare dalle 2 alle 8 ore. Può essere il modo più intelligente di festeggiare un successo, di stare insieme durante una convention, di ripartire dopo una riorganizzazione o un evento critico.

Chi si iscrive?

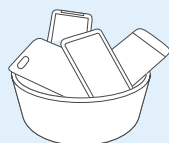
- Chi desidera che i membri del team si conoscano meglio e maturino un senso di appartenenza;
- Chi desidera che il team rifletta in modo giocoso ma intelligente sulle dinamiche interne;
- Chi desidera sviluppare le soft skills del suo team;
- Chi desidera regalare ai membri del team un'esperienza significativa, emozionante e divertente;
- Chi desidera che i membri del team si rilassino al termine di una riunione operativa stressante e impegnativa.

Cosa serve per un team building con l'improvvisazione teatrale?



ABBIGLIAMENTO
SPORTIVO

UNA SALA O UN
SALONE VUOTO DI
ALMENO 5 METRI
QUADRI PER CIASCUNO
DEI PARTECIPANTI

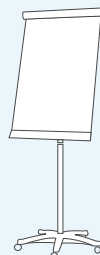


UN CESTINO PER
IL DEPOSITO DEI
CELLULARI

UN LUOGO
CHE SIA
MATERIALMENTE
LONTANO
DAL PROPRIO
UFFICIO



UNA
LAVAGNA
A FOGLI
MOBILI OGNI
15 PERSONE



Metodologia

L'evento è costruito come dialogo tra dimensione del gioco e dimensione della riflessione.

Marco Marchegiani,
docente senior di teatro
d'improvvisazione, conduce
la parte esperienziale.

Lorenzo Cavalieri, come team
coach, guida il "sense making",
la trasposizione di quanto
accaduto nella dimensione
delle dinamiche professionali.

Il programma viene personalizzato di volta in volta rispetto a durata, numero di persone coinvolte, obiettivi del committente.

Tra gli esercizi di improvvisazione più utilizzati:

"LA
ZATTERA"

"LA TV
AZIENDALE"

"IL PUZZLE
DI STROFE"

"LE
FIABE"

"IL
KOLOSSAL"

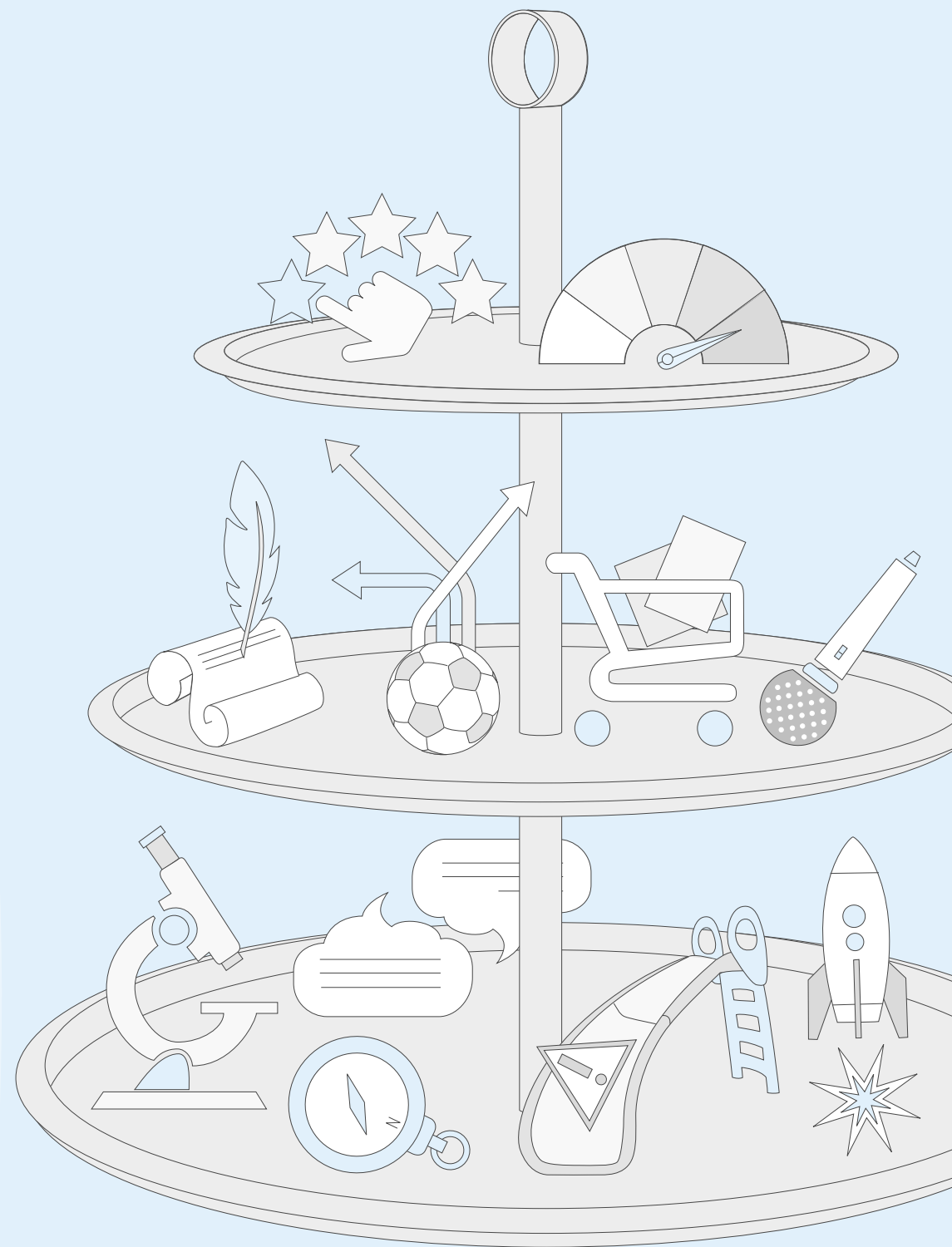
Dicono di noi

"La giornata di team building attraverso l'improvvisazione teatrale con Marco e Lorenzo è stata molto divertente e soprattutto davvero molto utile. Il mio team è molto numeroso e c'era bisogno di un'esperienza significativa che mettesse le persone nelle condizioni di conoscersi meglio, di sviluppare un senso di appartenenza e di riflettere in modo critico ma costruttivo sulle dinamiche di interazione. Ne organizzeremo sicuramente un altro."

–Luca Ingraio

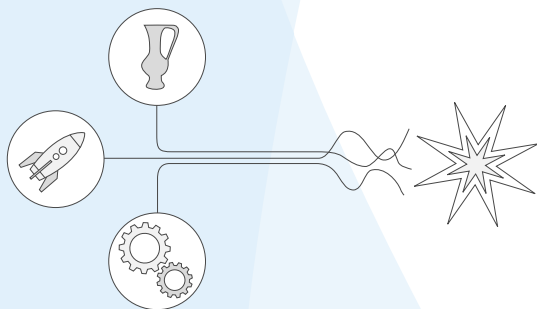
Pause pranzo intelligenti

I LUNCH SEMINAR
DI SPARRING



Per la tua crescita manageriale sono fondamentali la formazione e il coaching, ma spesso può bastare anche solo una scintilla per trovare ispirazione.

Per questo organizziamo per i nostri clienti dei lunch seminar, pause pranzo intelligenti.



Pause pranzo di stimoli motivazionali, culturali e intellettuali, curate da professionisti di successo per generare buone idee e condividere buone pratiche.

Non intervistiamo VIP, non cerchiamo storie autoreferenziali.

Intervistiamo professionisti esperti nei settori più disparati perchè crediamo nella contaminazione delle idee e delle esperienze.

Struttura:



2 ore

IN PRESENZA O IN VIDEOCONFERENZA

<p>PER RILASSARSI</p> 	<p>ASCOLTARE</p> 	<p>COLTIVARE NUOVE E BUONE IDEE</p> 
<p>1 ora</p>  <p>SPEECH</p>	<p>20 min</p>  <p>LIGHT LUNCH</p>	<p>40 min</p>  <p>DOMANDE E RISPOSTE</p>

I seminari

DECIDERE E GESTIRE LE CONSEGUENZE DELLA DECISIONE

CON **GIANLUCA
AURELIANO**,
ARBITRO DI CALCIO
E VIDEO ASSISTANT
REFEREE DI SERIE A

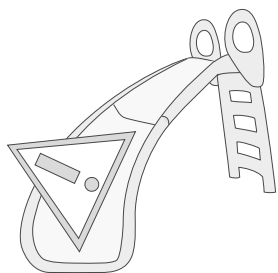
1

SERVE ANCORA L'ITALIANO?

SCRIVERE E PARLARE
BENE NELL'EPOCA
DEGLI ANGLISMI

A CURA DEI DOCENTI
DELL'OSSERVATORIO
DI TERMINOLOGIE
POLITICHE
LINGUISTICHE
DELL'**UNIVERSITÀ
CATTOLICA DEL
SACRO CUORE
DI MILANO**

2



8 SECONDI: IL CROLLO DELL'ATTENZIONE NELL'EPOCA DELLA IPERCONNESSIONE DIGITALE

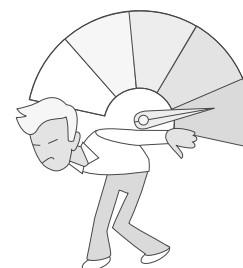
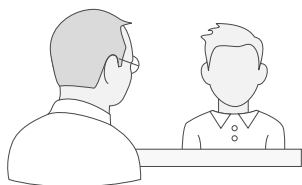
CON **LISA IOTTI**,
GIORNALISTA DI
"PRESA DIRETTA", RAI3

3

L'ARTE DELL'INTERVISTA

CON **ALESSIO LASTA**,
GIORNALISTA "PIAZZA
PULITA" LA7

4



LA GESTIONE DEL TEAM NELLO STRESS DELL'EMERGENZA

CON **FRANCESCO
STAGNI**, PRIMARIO DI
RIANIMAZIONE,
UFFICIALE MEDICO
DELL'ESERCITO CON
ALL'ATTIVO MISSIONI
ANTITERRORISMO IN
AFGHANISTAN, GIBUTI
E BANGLADESH

5

COMUNICARE IN MODO SEMPLICE ED ESSENZIALE LE COMPLESSITÀ TECNICHE DEL BUSINESS

CON **MATTIA LOSI**,
GIORNALISTA
ILSOLE24ORE

7

8



GUADAGNARE E PERDERE SOCIAL REPUTATION

CON **NICOLETTA
VITTADINI**, DIRETTORE
MASTER DIGITAL
COMMUNICATION
SPECIALIST UNIVERSITÀ
CATTOLICA DEL
SACRO CUORE

6

VENDERE BENE, OLTRE I PREGIUDIZI ETICI E INTELLETTUALI

CON **ANNALISA ACETI**,
DIRETTORE
COMMERCIALE
RIZZOLI EDUCATION

Contattaci per informazioni
o per iscriversi ai corsi

Sparring s.r.l.

Sede legale: Viale Aldini 200, 40136
Bologna

Sede operativa: Via Copernico 38,
20124 Milano.

www.sparringgroup.com

sparring@sparringgroup.com

+39 0287259095

“Non temo l’uomo che ha praticato 10.000 calci una volta,
ma temo l’uomo che ha praticato lo stesso calcio 10.000 volte.”

— Bruce Lee

Costruisci il tuo successo nella palestra delle soft skills.