



Offerta Formativa Personalizzata per Aziende

IN MATERIA DI CONSULENZA, CORSI PER AZIENDE E PER PROFESSIONISTI, COACHING, SVILUPPO RISORSE UMANE E RICERCA SUL POTENZIALE UMANO



Principali aree di intervento:

Formazione dedicata

Comunicazione efficace e PNL - Morfopsicologia - Ipnosi conversazionale
Qualità del servizio - Customer Satisfaction - Gestione del tempo

Formazione manageriale

Personal Coaching - Comunicazione efficace - Gestione dello stress
Tecniche di selezione del personale

Formazione alla vendita

Vendita sui valori - Vendita strategica – Comunicare per vendere
Comunicazione efficace e PNL - Vendere fidelizzando

Formazione sulla comunicazione

Problem solving - Comunicazione negoziale - Creatività - Pensiero Antitetico
Pensiero Strategico - Linguaggio Ipnótico - Metodi e tecniche di gestione Risorse Umane



LA FORMAZIONE MANAGERIALE, condizione per lo sviluppo e la crescita professionale dei dirigenti

In un mondo che cambia ed evolve rapidamente, il sapere è chiave di successo fondamentale per la crescita e lo sviluppo dell'impresa; in quest'ottica la formazione manageriale non è una scelta ma un obbligo per le aziende che pongono al centro delle proprie politiche aziendali le persone e che vogliono affrontare le nuove sfide in modo vincente: investire sulle persone significa infatti rafforzare e approfondire le loro conoscenze e competenze professionali per rendere l'azienda al passo con i tempi e più competitiva.

Oggi il dirigente aziendale o l'imprenditore sono prima di tutto persone di relazione: parlano, ascoltano, spiegano, convincono, negoziano, tengono riunioni, partecipano a dibattiti e convegni, fanno conferenze, rilasciano interviste. Sono costantemente in discussione, perché discutono e sono discussi, sempre sotto la lente della società dell'informazione e della civiltà della comunicazione. E proprio in quest'ultima, la comunicazione invade ogni momento della nostra vita, ci circonda, si fa conoscenza e cultura.

Alla luce di queste premesse, preliminari di tutte le capacità di comportamento utili per svolgere una attività manageriale, la più attuale ed indispensabile è quella di **esprimersi e comunicare**.

Comunicare per essere e per esistere tanto umanamente quanto professionalmente.



Il Programma formativo rappresenta una risposta coordinata all'esigenza di coloro che intendono perfezionare le proprie doti comunicative/gestionali/strategiche manageriali al fine di gestire efficacemente i rapporti professionali con colleghi e collaboratori.

CONTENUTI

Comunicazione efficace (16 ore)

- La teoria della comunicazione
- Gli assiomi della comunicazione
- Il linguaggio del corpo
- Il linguaggio paraverbale
- La gestione delle emozioni
- La gestione delle domande

Gestione delle riunioni (2 ore)

- Le tipologie dei partecipanti
- La preparazione delle riunioni
- Apertura, svolgimento e chiusura di una riunione efficace
- La stimolazione ed il controllo degli interventi
- La gestione del conflitto

Gestione del tempo (2 ore)

- Le abitudini da modificare
- Il tempo e le sue differenti configurazioni
- La "organizzazione" del tempo
- Valutazione sull'uso degli strumenti per gestire emergenze, priorità, routine e deleghe

Pensiero strategico (4 ore)

- Pensiero Antitetico
- Pensiero Laterale
- Stratagemmi per vincere senza combattere

Coaching individuale (16 ore)

DESTINATARI

Imprenditori, dirigenti, quadri, professionisti.

DURATA

Ore 40



Corso di specializzazione in “Selezione e sviluppo delle risorse umane”

Obiettivo è quello di trasmettere competenze specifiche che consentano ai partecipanti di padroneggiare le tecniche e le cognizioni indispensabili per operare in questo affascinante e importante settore.

DESTINATARI

Il percorso formativo è destinato a persone che intendono orientare il proprio percorso professionale verso il settore Risorse Umane, o che vogliono implementare le proprie conoscenze e competenze relativamente alle tematiche in oggetto. E a tutti coloro che già operano in questo ambito e che desiderano approfondire le tematiche proposte.

CONTENUTI

Comunicazione efficace (16 ore)

- La teoria della comunicazione
- Gli assiomi della comunicazione
- Il linguaggio del corpo
- Il linguaggio paraverbale
- La gestione delle emozioni
- La gestione delle domande

Morfopsicologia (8 ore)

- Tipologie morfopsicologiche
- Le tipologie nelle professioni
- Microespressioni del volto

Coaching individuale (4 ore)

DURATA

Ore 28



FORMAZIONE AI FORMATORI nel campo linguistico

Fornire ai partecipanti una sintesi ed una sistematizzazione delle principali teorie e leggi dell'apprendimento, relative a processi di formazione per adulti, con particolare attenzione alla formazione come occasione didattica individuale e di gruppo.

DESTINATARI

Docenti e insegnanti (applicabile anche ad altre categorie di formatori e tutor)

CONTENUTI

Comunicazione efficace e apprendimento (16 ore)

- L'insegnante efficace
- Gli stili di apprendimento
- La motivazione
- Il linguaggio del corpo
- Il linguaggio paraverbale
- La gestione delle emozioni

Morfopsicologia (2 ore)

- Tipologie morfopsicologiche

Pensiero strategico (4 ore)

- Pensiero Antitetico
- Pensiero Laterale
- Stratagemmi per vincere senza combattere

Coaching individuale (8 ore)

DURATA

Ore 32



GESTIONE DEL CLIENTE e della TRATTATIVA

Nel continuo processo di omologazione e massificazione dei servizi/prodotti, il valore aggiunto in una qualsiasi transazione commerciale risiede nella qualità del contatto umano tra i due interlocutori. Nel tempo, la fedeltà del cliente e la pubblicità indiretta che reca all' Azienda rappresentano beni di gran lunga superiori al singolo servizio/prodotto. Si impone quindi un cambiamento di obiettivo nelle nostre strategie di vendita : **dal venditore competente del prodotto, ma aggressivo e implacabile, al venditore collaborativo, esperto di relazioni umane e della loro gestione.** Le vecchie tecniche di vendita, di origine manipolativa, si rivelano oggi superate e antipatiche, ma soprattutto, inefficaci. Proponiamo così un mutamento di paradigma : da venditore implacabile a consulente d'acquisto, dalla vendita a tutti i costi ad un programma globale di gestione del cliente, che preveda innanzitutto un'ottimale prestazione relazionale.

Portare la professionalità nel ruolo di agente della vendita significa diventare professionisti della gestione del cliente : la vera professionalità non consiste nell'assumere un più o meno stereotipato atteggiamento cortese-formale con ogni persona, ma nel **relazionarsi in modo specifico, secondo l'individualità di ogni singolo cliente.**

La **psicologia motivazionale** è in grado di individuare le diverse tipologie del cliente e formulare le tecniche di gestione ottimale per ogni tipologia. Le ricerche in questo campo hanno dimostrato che il fattore emotivo può arrivare a influire fino al 70% nella scelta di un acquisto.

Il professionista della gestione del cliente sa occuparsi dello stato emotivo del cliente per metterlo a proprio agio e comunicargli un'immagine positiva dell'azienda

Il corso prevede una parte teorica ed una consistente parte dedicata alle esercitazioni pratiche, attraverso simulazioni e role-playing.

DESTINATARI

Agenti di commercio, venditori professionisti, concessionari e commercianti

CONTENUTI

Condurre l'approccio con il cliente e raggiungere velocemente il livello di "sintonia" per superare le sue iniziali resistenze, utilizzando il modello relazionale D.O.C.



D) Diagnosi della tipologia del cliente:

- * La personalità
- * Il linguaggio
- * Valori e convinzioni

O) Osservazione comportamentale:

- * Linguaggio non verbale e paraverbale
- * Espressioni del volto
- * Segnali di gradimento
- * Segnali di rifiuto
- * Segnali di tensione

C) Comunicazione e comportamento influente e mirato al tipo di cliente

- * Ricalco e guida
- * Linguaggio di precisione
- * Linguaggio ipnotico
- * Linguaggio persuasivo

Guidare la trattativa attraverso i modelli di vendita più efficaci

- * Modello A.I.D.A.
- * Modello YES SET
- * Modello CIALDINI

Gestire le resistenze/obiezioni del cliente garantendo il principio di soddisfacimento.

- * Ristrutturazione linguistica
- * Pensiero strategico (vincere senza combattere)

Evoluzione personale: fornire utili e pratici strumenti che permettano al professionista di ottenere i migliori risultati dalla valorizzazione ed utilizzazione ottimale delle significative risorse personali.

- * Gestione del tempo
- * Gestione delle emozioni
- * Pensiero antitetico
- * Public speaking

Coaching individuale (4 ore)

DURATA

Ore 24



LABORATORI DI COMUNICAZIONE EFFICACE E PROGRAMMAZIONE NEURO LINGUISTICA

Sono indirizzati a chiunque senta la necessità di migliorare il proprio stile comunicativo, attraverso una piena consapevolezza delle dinamiche che lo sottendono, in modo semplice e senza troppe teorie psicologiche complicate. I laboratori di comunicazione sono il risultato una lunga esperienza di studio e applicazione delle tecniche relazionali-comunicative più potenti e usate con successo in ambito aziendale, sportivo e personale. Approfondiscono completamente gli aspetti teorico-pratici della comunicazione umana. Scoprirai quelle capacità di cui sei già naturalmente dotato ma che nessuno ti ha mai insegnato ad usare consapevolmente. Il segreto è semplicemente quello di usare veramente e con attenzione tutti i tuoi sensi e le tue emozioni, un'arte che si apprende con un po' di teoria e tantissima pratica, che diverte ed arricchisce regalando un'intuitività relazionale sorprendente.

OBIETTIVI

- Scoprire cosa pensa l'interlocutore imparando a leggere il linguaggio del corpo.
- Smascherare i bugiardi cogliendo i segnali non verbali.
- Usare le tecniche di comunicazione ipnotica e persuasiva.
- Migliorare l'attenzione e la concentrazione
- Riconoscere e gestire emozioni e stress

CONTENUTI

1° laboratorio **Osservazione**

(osservazione comportamentale, fisiologica e neurologica umana)

2° laboratorio **Ascolto** attivo vak, rispecchiamento comportamentale

(linguaggio visivo, auditivo, cinestesico; ricalco non-verbale, verbale, paraverbale)

3° laboratorio **Riconoscere** l'espressione delle emozioni nel volto umano

(felicità, rabbia, tristezza, sorpresa, disprezzo, paura)

4° laboratorio **Comunicazione** efficace, domande strategiche, linguaggio persuasivo

(linguaggio di precisione, metaprogrammi)

5° laboratorio **Riconoscere** e gestire le emozioni e lo stress

METODOLOGIA



La metodologia didattica è teorico/pratica, alcune lezioni prevedono la visione di foto e filmati, altre invece saranno interattive con esercitazioni individuali e di gruppo.

Ogni laboratorio propone contenuti ed esercizi di complessità crescente e differenziata al fine di premettere un apprendimento esperienziale graduale in diverse discipline leader nella comunicazione e nello sviluppo personali, come:

Ipnosi ericksoniana, Programmazione Neuro Linguistica, Morfopsicologia, Cinesica, Etologia, Antropologia.

DURATA

ORE 40



FORMAZIONE IN MORFOPSIKOLOGIA

La morfopsicologia è lo studio dell'anima (psiche) e della personalità, partendo dalle forme (morfo) del viso. Propone una lettura del volto in ottica dinamica, di continua trasformazione delle forme come riflesso dell'evoluzione interiore. Il linguaggio della Morfopsicologia è efficace e agevole perché desunto dall'osservazione del viso, consente di capire se stessi e gli altri, comunicare meglio, instaurare relazioni più gratificanti, riconoscere e realizzare il proprio talento. Studiata anche in ambito universitario in alcuni atenei Francesi, la morfopsicologia è una vera e propria disciplina e, in quanto tale, si basa su procedimenti scientifici. E' il punto di incontro tra biologia e psicologia.

Essa interpreta l'interazione che esiste tra corpo, psiche e ambiente.

Le esperienze vissute si somatizzano nel corpo e nel volto; la Morfopsicologia fornisce "le chiavi interpretative" delle forme del volto per risalire al vissuto personale.

Azioni, emozioni, sentimenti, pensieri, scolpiscono le aree corrispondenti del volto e creano la nostra Maschera. Le applicazioni di questa conoscenza sono infinite e lo strumento ideale per iniziare il percorso di autoconoscenza finalizzato al miglioramento delle relazioni.

DESTINATARI

Direttori del personale, insegnanti, educatori, appassionati della materia.

CONTENUTI

Le leggi base della Morfopsicologia:

La legge di Dilatazione e di Ritrazione

La dinamica dei Tre Piani del viso

La Dominante Cerebrale, Affettiva, Istintiva

Tipologia Dilatata e Tipologia Ritratata

Tipologia Ritratata Laterale e Ritratata Frontale

Le Combinazioni : Tipologia Concentrata e Tipologia Reagente

Tipologia Emotivo-Passionale

Simmetria/Dissimmetria nel volto

L'espressione delle emozioni nel volto

Morfopsicologia e Tipologie Planetaria

Morfopsicologia e Psicoanalisi

DURATA

Ore 40



IL COACHING

Il *Coaching* consiste nell'accompagnamento di un individuo, un gruppo o una équipe, da parte di uno specialista del cambiamento.

Né psicoterapeuta né giudice, ed ancor meno consigliere o formatore, il coach, artista del far domande e del far riflettere, giuoca un ruolo di specchio e di catalizzatore.

Creatore di una sinergia positiva, offre alle persone accompagnate uno sguardo nuovo su se stesse e sulle situazioni che affrontano, aiutandole così a migliorare le loro performance, incoraggiandone al tempo stesso l'evoluzione personale e professionale.

Viene definito *Coaching* un processo volto ad incrementare la performance di un individuo o di un gruppo di lavoro. Come tale, il *Coaching* è oggi uno strumento sempre più utilizzato nelle imprese e nelle organizzazioni.

E' utile in questo senso distinguere il *Coaching* dalla *Formazione*. Quest'ultima è diventata, negli ultimi trent'anni, strumento imprescindibile per la crescita di un'azienda e lo sviluppo delle competenze di chi ci lavora. Così manager e collaboratori di un gran numero d'impresе padroneggiano ormai alla perfezione competenze tecniche e di contesto -il "saper fare"- seguendo la saggezza del noto proverbio:

"E' meglio insegnare a pescare piuttosto che regalare un pesce".

Ma anche questo "saper fare" affonda le sue radici in un "saper essere" che è per noi legato ad un processo ancor più intimo e globale: quello di diventare pescatore -vale a dire, sapere esattamente quale pesce pescare, dove pescarlo, e in quale momento. Un vero pescatore sa benissimo che pescare qualunque cosa, ovunque e comunque, è soddisfacente soltanto a breve termine ma certamente delude sulla distanza.

Questo salto di livello, che passa dal semplice apprendimento ad una prospettiva evolutiva, è esattamente il campo d'azione del *Coaching*. L'essenza stessa del *Coaching* di una persona o di un gruppo abbraccia tanto la presa di coscienza del proprio potenziale sopito, quanto il superamento di convinzioni limitanti che ne frenano la performance.

Un approccio che può dipanarsi lungo due assi:

- * L'accompagnamento concordato entro un numero limitato di sedute (da 3 a 5): qui il *Coaching* è focalizzato sul superamento di convinzioni che limitano il potenziale della persona, ma anche sull'apprendimento di strategie e strumenti per essere eccellenti nei contesti professionali e personali scelti.

- * L'accompagnamento a lungo termine (uno o due anni): qui il *Coaching* è focalizzato su un cambiamento specifico (sovente un cambiamento di mentalità all'interno di un dato reparto, o dell'impresa nel suo insieme).



Il Coach lavora soprattutto con il responsabile per aiutarlo a gestire il progetto di cambiamento; un ruolo dietro le quinte, in cui il Coach non impone le proprie idee, ma fa emergere le idee del responsabile.

DESTINATARI

Manager, Imprenditori, Professionisti, Docenti, Atleti, Studenti.

METODOLOGIA

Ipnosi Ericksoniana, Programmazione Neuro Linguistica, Morfopsicologia, Cinesica, Antropologia



FORMAZIONE IN CAPTOLOGIA E WEB MARKETING

La Captologia è lo studio dei computer come tecnologie persuasive. Questa recente area d'indagine esplora lo spazio di confine tra persuasione (influenza, motivazione, cambio di comportamento e così via) e tecnologia del computer. Ciò comprende la progettazione, la ricerca e l'analisi dei prodotti informatici interattivi, come il Web, il software per computer, apparecchi specializzati, etc., creati allo scopo di cambiare gli atteggiamenti o i comportamenti delle persone. La persuasione avviene ad opera delle tecnologie e dei computer attraverso il ragionamento e gli appelli emotivi. L'utente viene sollecitato dunque sia razionalmente che attraverso esperienze emotive: la "*simpatia*" di una tecnologia persuasiva, o l'"*autorevolezza*", ecc.

La comunicazione d'impresa deve sfruttare oggi, tutti i canali che siano in grado di far pervenire, al proprio target, il messaggio in maniera efficace. Essa riesce a cogliere l'obiettivo quando gli strumenti e i mezzi diversi che utilizza agiscono in maniera sinergica e coordinata. Oggi, ai tradizionali strumenti del mix comunicazionale, si affianca anche Internet nella comunicazione dell'Azienda. Le imprese migliori si differenziano per la loro immagine e per come si presentano al pubblico. Un sito Internet efficace serve prima di tutto per evidenziare l'attività ed anticipare la concorrenza, inoltre consente di rafforzare ed intensificare i rapporti con i clienti, pubblicizzare su vasta scala i propri prodotti o servizi, fare sì che chiunque nel mondo si colleghi al sito Web, a qualsiasi ora del giorno.

OBIETTIVO

Scopo del corso è fornire elementi per la comprensione e l'apprendimento della captologia, nonché fornire linee guida generali su come progettare siti web per la persuasione e per comunicare con la mente inconscia. Dallo studio degli animali nel loro habitat (la scienza dell'etologia, appunto) si sono scoperti dei comportamenti che caratterizzano il modo di rispondere a determinati stimoli. Precisi stimoli che attivano negli animali modelli d'azione regolari e automatici detti SCHEMI FISSI D'AZIONE.

Esiste un'analogia anche nell'uomo, dove troviamo analoghi schemi fissi d'azione.

DESTINATARI

Il corso è rivolto alle figure professionali che si occupano di progettare, costruire o gestire siti web o tecnologie informatiche interattive: programmatori informatici, agenzie per la comunicazione pubblicità e siti web, professionisti del marketing

CONTENUTI



Comunicazione con immagini, colori e grafica.

Comunicazione efficace.

Comunicazione analogica.

Linguaggio ipnotico.

Linguaggio persuasivo.

Principi e leve persuasive.

Prodotti/servizi captologici.

Web marketing

DURATA

Variabile da un minimo di 16 a 40 ore.