

SVILUPPO RISORSE PER L'AZIENDA
CISITA
P A R M A


Unione Parmense
degli Industriali


Gruppo Imprese
Artigiane

I.PER.CORSI

FORMAZIONE FLESSIBILE E PERSONALIZZATA

DA LUGLIO A DICEMBRE 2020

INDICE

- **I.PER.CORSI di Cisita Parma** (p. 3)

1. DIREZIONE E SVILUPPO D'IMPRESA

- 1.1 DECRETO RILANCIO – le opportunità per le imprese (p. 6)
- 1.2 REDAZIONE DI UN BUSINESS CONTINGENCY PLAN (p. 7)
- 1.3 CREARE BUSINESS VALUE: costruire una piattaforma dove brand, prodotti e servizi esprimono la strategia di business (p. 8)
- 1.4 Google G Suite: l'informazione condivisa come fattore di vantaggio competitivo per le aziende (p. 9)
- 1.5 Crisi di crescita (p. 10)
- 1.6 La Customer Experience nel B2B (p. 11)

2. AMMINISTRAZIONE E FINANZA

- 2.1 "COME RIPARTIRE. BAZOOKA?" Occhio al contraccolpo. Pianificazione Finanziaria, Progetti e Responsabilità per il Rilancio (p. 12)
- 2.2 PIANIFICAZIONE E SIMULAZIONI FINANZIARIE PER GIUNGERE ALLA GIUSTA SCELTA (p. 13)
- 2.3 PUNTO DI PAREGGIO (BEP). Le leve per raggiungerlo nel nuovo contesto (p. 14)
- 2.4 LA CENTRALE RISCHI E LA LETTURA DEI BILANCI DA PARTE DELLE BANCHE (p. 15)
- 2.5 BUDGET E BILANCIO 2020. Tutte le news "a favore" e nuove regolamentazioni (p. 16)
- 2.6 COME "GIOCARSI" LA REDDITIVITÀ DEI PRODOTTI IN TEMPI DI CRISI (p. 17)

3. AMMINISTRAZIONE DEL PERSONALE

- 3.1 AMMORTIZZATORI SOCIALI, SMART WORKING E ASSUNZIONI AGEVOLATE (p. 18)

INDICE

4. COMUNICAZIONE, RISORSE UMANE, ORGANIZZAZIONE

- 4.1 ESSERE UN DOER: LE COMPETENZE DELLO SMART WORKER (p. 19)
- 4.2 COMMUNICATION LAB: migliorare la propria comunicazione in videochiamata, videomeeting e videoconferenza (p. 21)
- 4.3 UN METODO PER FARE RICHIAMI ANCHE A DISTANZA (p. 22)
- 4.4 SMART LEADER: come cambia la gestione dei collaboratori in Smart Working (p. 23)

5. COMMERCIALE E MARKETING

- 5.1 GIOCHI PER SCRIVERE BENE AL LAVORO (p. 27)
- 5.2 STRUMENTI PER COMUNICARE, LAVORARE, COLLABORARE A DISTANZA (p. 28)
- 5.3 ADV: promuovi la tua attività on line e misura i risultati (p. 29)
- 5.4 COME GESTIRE I CLIENTI ATTRAVERSO LE VIDEOCALL (p. 30)
- 5.5 LA COMUNICAZIONE SOCIAL E IL PIANO EDITORIALE ANCHE IN TEMPO DI CRISI (p. 31)
- 5.6 GET THINGS DONE: le migliori soluzioni di Project Management per le PMI (p. 32)
- 5.7 SOCIAL MEDIA MANAGEMENT: l'appuntamento imperdibile di qualsiasi brand (p. 33)
- 5.8 SHOPIFY: da zero a E-COMMERCE in meno di un giorno (p. 37)
- 5.9 CLOUD COMPUTING: i servizi online che ogni PMI dovrebbe conoscere e utilizzare (p. 38)

6. LEGALE E PRIVACY

- 6.1 PROTOCOLLI PER LA GESTIONE DEL POST LOCK-DOWN E CODICI E INFORMATIVE PRIVACY (p. 39)
- 6.2 LA "FASE 2": rischi e opportunità riorganizzativa in un'ottica di compliance integrata (p. 40)
- 6.3 TRAVEL RISK MANAGEMENT IN TEMPO DI CRISI: le sfide aperte (p. 41)
- 6.4 LA FLESSIBILITÀ DEL RAPPORTO DI LAVORO SUCCESSIVAMENTE ALLA FASE EMERGENZIALE COVID-19 (p. 42)
- 6.5 ACCORDI DI SOLIDARIETÀ E PER ACCEDERE AI FINANZIAMENTI (p. 43)

I.PER.CORSI

di Cisita Parma



“Se c'è un problema, c'è una soluzione!”

Siamo abituati a concentrarci sul problema ma spesso ignoriamo le possibili soluzioni.

E se invece di **problemi** e **soluzioni** parlassimo di **esigenze** e di **risposte**?

Ogni esigenza può trovare la sua risposta attraverso I.PER.CORSI

Innovativi!

PERsonalizzati!

CORSI modulari e flessibili per trovare le “**tue**” risposte!

Per trovare le risposte più adeguate alle nostre esigenze, abbiamo bisogno di “corsi personalizzati”.

Sappiamo che le nostre esigenze, che siano di natura personale o professionale, influenzano il nostro quotidiano e, anche in questo senso, il nostro percorso acquisisce una nuova dimensione.

In quest'ottica, Cisita Parma propone I.PER.CORSI, tragitti formativi che prendono le mosse dalla lettura e dall'analisi delle **esigenze**, per poi sperimentare gli **strumenti** più adeguati alle loro **risposte** ed arrivare, infine, ad individuare le **soluzioni** personalizzate più adatte al singolo partecipante.

Il metodo I.PER.CORSI offre il seguente modello:

Esigenza Comune



Fase A - Lettura e analisi del problema

Approfondimento



Fase B - Entrata in gioco di conoscenze,
competenze e strumenti

Feedback ad hoc

RESTITUZIONE PERSONALIZZATA



Tutte le declinazioni de I.PER.CORSI, dopo una prima fase condivisa, prevedono la possibilità di personalizzare il processo formativo, in modo particolare nella fase C dove l'affiancamento al singolo partecipante può avvenire con diverse modalità (e-mail, skype call, telefono, ecc.).

- **STRUTTURA DEI PERCORSI**

Tutti i percorsi partono con delle attività in modalità **webinar di gruppo** e si concludono con una **call personalizzata** di riscontro sul percorso.

- **CALENDARIO**

Tutti i percorsi, oltre alla **prima edizione** programmata, possono essere riproposti in **altre edizioni** successive.

Tutte le edizioni già in calendario sono consultabili sul sito di Cisita Parma: www.cisita.parma.it

- **PER INFO E ISCRIZIONI**

Contattare direttamente **Lucia Tancredi**:

tel. 0521-226510

e-mail: tancredi@cisita.parma.it

1. DECRETO RILANCIO: le opportunità per le imprese

OBIETTIVI

Il corso si propone l'obiettivo di illustrare i numerosi strumenti, fiscali e finanziari, di sostegno alle imprese introdotti dal decreto Rilancio.

CONTENUTI

- Agevolazioni fiscali per le imprese: Disposizioni in materia di versamento dell'Irap; Credito d'imposta per canoni di locazione; Incentivi per efficientamento energetico, sisma bonus, fotovoltaico; Credito d'imposta per l'adeguamento degli ambienti di lavoro; Riduzione aliquota Iva per le cessioni di Dpi; Proroga dei termini dei versamenti fiscali.
- Contributi a fondo perduto.
- Rafforzamento patrimoniale delle imprese di medie dimensioni.
- Misure a favore degli aumenti di capitale.
- Investimenti in aumenti di capitale in imprese danneggiate da epidemia Covid-19.

DOCENTE

Angelica Ferri Personali. Ricopre significativi e qualificanti incarichi nelle funzioni di Consigliere di Amministrazione, Sindaco e Revisore in importanti aziende, enti pubblici e privati ed in primarie istituzioni creditizie. Presta la propria consulenza ed assistenza continuativa in ambito finanziario per primarie aziende e gruppi industriali.

1. DIREZIONE E SVILUPPO D'IMPRESA

2. REDAZIONE DI UN BUSINESS CONTINGENCY PLAN

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti una metodologia per disegnare differenti scenari economici (best e worst case) per il breve termine e sviluppare tutte le considerazioni di sostenibilità finanziaria anche alla luce degli strumenti messi a disposizione dai recenti decreti.

CONTENUTI

- I sistemi di pianificazione & controllo.
- Le simulazioni economiche.
- Le analisi relative alla variabilità dei costi.
- Definizione range best e worst case.
- La sostenibilità finanziaria.
- Gli strumenti disponibili.

DOCENTE

Marco Limido. Amministratore di OVERVIEW SRL, società di consulenza direzionale, si occupa di studi di fattibilità e progetti di sviluppo, riorganizzazione e ristrutturazione per le PMI.

1. DIREZIONE E SVILUPPO D'IMPRESA

3. CREARE BUSINESS VALUE: costruire una piattaforma dove brand, prodotti e servizi esprimono la strategia di business

OBIETTIVI

- **STRATEGICO:** formare le persone alla costruzione di una strategia di prodotto/ sistema o servizio. Allineare offerta con la business strategy.
- **SERVIZIO:** formare le persone sulla mappatura di servizi ed esperienze dell'utente e l'organizzazione aziendale – CX Customer experience.

CONTENUTI

• STRATEGICO

- Design strategy e business strategy allineamento.
- Dove vorremmo essere – vision.
- Mappare offerta e analisi.

• SERVIZIO

- Customer experience: metodi, strumenti.
- Analisi del cliente – personas.
- Strumenti di mappatura per esplorare come risponde alle esigenze utenti, individuare touchpoints, i punti dolenti dove l'azienda non è pronta a rispondere.

DOCENTE

Valentina Downey. Strategic designer nei settori agroalimentare, arredo, elettronica, componenti elettrici, materiali, persona. Ha sviluppato progetti di retail and communication design. Coordina e progetta laboratori per l'innovazione per aziende nazionali e multinazionali. Ha insegnato disegno industriale, design thinking e design management e Retail and design Innovation. È Presidente di ADI Delegazione Emilia Romagna – Associazione per il Disegno Industriale.

4. GOOGLE G SUITE: l'informazione condivisa come fattore di vantaggio competitivo per le aziende

OBIETTIVI

Verrà dimostrato come, con Google G Suite, la collaborazione e la condivisione delle informazioni sia immensamente più facile (e più economica).

CONTENUTI

- Introduzione a Google G Suite.
- Perché Gmail è il miglior programma di posta elettronica per le aziende.
- La pianificazione con Google Calendar.
- La gestione documentale con Google Drive.
- Google Fogli, Documenti e Presentazioni: la stesura collaborativa con gli strumenti di produttività di Google.
- I servizi accessori (Google Keep, Google Jamboard).
- Il marketplace: centinaia di soluzioni da integrare con G Suite con un semplice clic.

DOCENTE

Daniele Guidetti. G Suite specialist, lavora come consulente senior e docente freelance per alcuni dei principali Google Premier Partners a livello nazionale.

5. CRISI DI CRESCITA

OBIETTIVI

Crescere per le imprese non è una necessità, ma un imperativo categorico. I rischi in gioco sono però sostanziali. L'obiettivo che si intende perseguire è quello di fornire le basi metodologiche per definire una strategia di crescita.

CONTENUTI

- Quando espandersi oltre il core business diventa pericoloso.
- Definire la crescita ideale.
- Come valutare l'espansione.

DOCENTE

Marco Artusi. Professore in Strategie e Performance delle imprese presso Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia e CEO di DIGITALTREND.CLICK S.r.l., società di consulenza e operativa in Strategia e-Commerce.

6. LA CUSTOMER EXPERIENCE NEL B2B

OBIETTIVI

Scopo del webinar è quello di introdurre il tema della Customer Experience (CX, molto nota da almeno un decennio nel mondo B2C) nel segmento B2B. Cercheremo di evidenziare gli elementi salienti della CX e di tracciare un possibile percorso di applicazione all'interno di una PMI. La necessità di ripartire, deve coniugarsi con la capacità di cogliere le opportunità di cambiamento che ogni crisi porta con sé: ricominciare allo stesso modo, facendo meglio le stesse cose, non sarà sufficiente.

Migliorare la relazione con il cliente è sempre stato fondamentale, migliorare la CX implica un cambiamento profondo della cultura aziendale che, come tale, si compie nel medio periodo. Cominciare prima, significa arrivare prima.

CONTENUTI

- Cos'è la Customer Experience e perché è così importante.
- Fattori che influenzano la Customer Experience nel B2B.
- Un esempio concreto di cambiamento organizzativo.
- Perché farlo adesso?

DOCENTE

Gianmarco Falzi. Consulente direzionale in risorse umane e organizzazione aziendale dal 1999, partner di Persone e Organizzazioni sas, Modena.

1. “COME RIPARTIRE. BAZOOKA?”

Occhio al contraccolpo. Pianificazione Finanziaria, Progetti e Responsabilità per il Rilancio

OBIETTIVI

Obiettivo del webinar è quello di identificare un percorso metodologico adeguato per pianificare la ripartenza unitamente all'analisi degli strumenti e delle implicazioni delle misure messe in atto dal governo per sostenere le imprese a fronte dell'emergenza COVID-19.

CONTENUTI

Il Governo ha messo in campo molteplici strumenti al fine di creare le condizioni per favorire l'accesso al credito per le imprese. L'intervento vuole porre l'attenzione su strumenti per valutare benefici, rischi e responsabilità connessi all'accensione di nuove linee di credito.

DOCENTE

Simone Selva. Consulente d'Impresa per l'Area Amministrazione, Finanza d'Azienda e Controllo di Gestione. Dottore Commercialista iscritto all'Albo di Rimini. Nell'arco del percorso professionale approfondisce le modalità di disegno e implementazione dei sistemi di Business Planning, Budgeting e Reporting, oltre alla tematica del controllo dei costi in relazione ai driver strategici del modello di Business Aziendale. Impegnato nell'ambito della formazione professionale con diversi enti di formazione regionali e nazionali.

2. PIANIFICAZIONE E SIMULAZIONI FINANZIARIE PER GIUNGERE ALLA GIUSTA SCELTA

OBIETTIVI

Durante il corso verrà avviata la creazione della struttura in Excel di un software personalizzato che consenta di effettuare la pianificazione finanziaria, attivando possibili diversi scenari, utile anche alla scelta dell'ideale copertura di finanziamento. Il tutto considerando il nuovo attuale contesto.

CONTENUTI

- Obiettivi da perseguire con la pianificazione finanziaria.
- La raccolta delle informazioni.
- Costruzione della struttura in Excel di un software per la pianificazione finanziaria, che potrà poi essere personalizzato.

DOCENTE

Cristina Aprile. Dottore commercialista e Revisore legale (Studio Aprile in Ravenna). Consulente aziendale in tema di procedure organizzative, bilancio consolidato, pianificazione, controllo e unbundling. Relatrice nell'ambito di master universitari e convegni, collabora con le principali case editrici specializzate in materia gestionale.

3. PUNTO DI PAREGGIO (BEP).

Le leve per raggiungerlo nel nuovo contesto

OBIETTIVI

Il nuovo contesto richiede il ricalcolo dei corretti equilibri tra costi fissi, costi variabili e ricavi, per salvaguardare il risultato di bilancio. Il corso mira a consentire di gestire al meglio i nuovi equilibri.

CONTENUTI

- La costruzione delle diverse conformazioni possibili del BEP.
- Dettaglio delle leve per perseguire il pareggio.
- Punti chiave "pro" e "contro" connessi allo specifico attuale contesto.

DOCENTE:

Cristina Aprile. Dottore commercialista e Revisore legale (Studio Aprile in Ravenna). Consulente aziendale in tema di procedure organizzative, bilancio consolidato, pianificazione, controllo e unbundling. Relatrice nell'ambito di master universitari e convegni, collabora con le principali case editrici specializzate in materia gestionale.

4. LA CENTRALE RISCHI E LA LETTURA DEI BILANCI DA PARTE DELLE BANCHE

OBIETTIVI

Comprendere la normativa che regola la centrale rischi, come leggerla e quali indicatori dei bilanci vengono presi come riferimento dalle banche per creare il rating.

CONTENUTI

- Funzionamento della centrale rischi.
- Lettura della centrale rischi.
- Individuazione degli indicatori di attenzione nei bilanci.

DOCENTE

Angelica Ferri Personali. Ricopre significativi e qualificanti incarichi nelle funzioni di Consigliere di Amministrazione, Sindaco e Revisore in importanti aziende, enti pubblici e privati ed in primarie istituzioni creditizie. Presta la propria consulenza ed assistenza continuativa in ambito finanziario per primarie aziende e gruppi industriali.

5. BUDGET E BILANCIO 2020.

Tutte le news “a favore” e nuove regolamentazioni

OBIETTIVI

Durante il corso verranno analizzati i punti chiave per la revisione del Budget 2020 e la redazione del Bilancio 2020, alla luce delle opzioni/facoltà/regole contabili, giuridiche, agevolative nuove, introdotte a seguito della pandemia Covid-19.

CONTENUTI

- Check-up del Budget alla luce delle novità normative: nuovi costi, costi eliminati.
- Modifiche ai Criteri di valutazione per il Bilancio 2020.
- Calcoli utili e calcoli obbligatori.
- Deroghe ammesse: postergazione finanziamenti Soci, riduzione capitale sociale, continuità.
- Nuovi obblighi informativi previsti per il Bilancio 2020.
- Le ultime novità.

DOCENTE

Cristina Aprile. Dottore commercialista e Revisore legale (Studio Aprile in Ravenna). Consulente aziendale in tema di procedure organizzative, bilancio consolidato, pianificazione, controllo e unbundling. Relatrice nell'ambito di master universitari e convegni, collabora con le principali case editrici specializzate in materia gestionale.

6. COME “GIOCARSI” LA REDDITIVITÀ DEI PRODOTTI IN TEMPI DI CRISI

OBIETTIVI

I clienti sono un patrimonio dell'azienda e in tempi di crisi occorre stabilire un reciproco “patto” di continuità e sopravvivenza; il webinar affronta, alla ricerca di un equilibrio sostenibile, le tematiche relative a prezzi di vendita e redditività dei prodotti/servizi, oltreché l'impatto delle dilazioni di pagamento.

CONTENUTI

- L'approccio ai clienti in tempi di crisi.
- Le considerazioni sul pricing.
- Gli effetti sul conto economico.
- La gestione delle dilazioni di pagamento e del circolante.

DOCENTE

Marco Limido. Amministratore di OVERVIEW SRL, società di consulenza direzionale, si occupa di studi di fattibilità e progetti di sviluppo, riorganizzazione e ristrutturazione per le PMI.

1. AMMORTIZZATORI SOCIALI, SMART WORKING E ASSUNZIONI AGEVOLATE

OBIETTIVI

Comprendere le tipologie ed il funzionamento dei principali ammortizzatori sociali presenti nel nostro ordinamento (Cassa integrazione ordinaria, Cassa integrazione in deroga, Fondo di integrazione salariale e Fondi di solidarietà bilaterali). Analisi delle principali agevolazioni per l'assunzione di nuovo personale in vista di una futura ripresa economica.

CONTENUTI

- Cigo, Fis, Cigs, Fsba; (aspetti teorici e procedurali).
- Contenuti del DL "Cura Italia" e DL "Rilancio".
- Modifiche al Contratto a tempo determinato.
- Sospensione dei licenziamenti.
- Assunzioni agevolate (Requisiti generali, Dpa, Durc).
- Welfare aziendale.
- Premi di produttività.
- Smart Working/Lavoro agile.

DOCENTE

Diego Colarusso. Consulente del lavoro. Docente formatore in area Giuslavoristica ed Amministrazione del personale.

1. ESSERE UN DOER: le competenze dello Smart Worker

IL PERCORSO ESSERE UN DOER SI SVOLGE SU 2 MODULI

1.1 Rafforzare le competenze del Doer

OBIETTIVI

Il Remote Working o lo Smart Working possono essere occasioni per migliorare la nostra professionalità e, allo stesso tempo, il nostro benessere. Lavorare efficacemente in remoto richiede una serie di competenze che caratterizzano coloro che sono definiti "Doers", vale a dire soggetti proattivi, capaci di lavorare in team e di auto gestirsi. Possiamo rafforzare alcune competenze chiave del Doer, perché la nostra performance in remoto possa essere soddisfacente per noi e la nostra azienda.

CONTENUTI

- Gestione del tempo in remoto.
- Auto-organizzazione negli ambienti domestici.
- Capacità di risolvere problemi e decidere.
- Saper lavorare per obiettivi e relazionare sugli stati di avanzamento.
- Lavorare in team anche a distanza e cultura del cliente interno.

1. ESSERE UN DOER: le competenze dello Smart Worker

IL PERCORSO ESSERE UN DOER SI SVOLGE SU 2 MODULI

1.2 Rafforzare le abilità comunicative nel lavoro a distanza

OBIETTIVI

Lavorare a distanza ci richiede una nuova attenzione alle modalità comunicative. La mancanza del contatto diretto per molti giorni della settimana può mettere a dura prova la tenuta del team, la capacità di coordinarci, di collaborare, fino a creare senso di alienazione. La comunicazione in video, al telefono e via e-mail o social, deve essere gestita efficacemente, nel mix ottimale e nei tempi corretti. Il Doer sa comunicare a distanza e utilizzare gli strumenti a disposizione, per lavorare serenamente, in collaborazione, in modo efficiente.

CONTENUTI

- La stabilità emotiva, la capacità di gestire i conflitti e relazionarsi.
- Comunicare in video: gestire o partecipare attivamente a briefing e meeting digitali.
- Comunicazione scritta e Netiquette: utilizzare al meglio e-mail e social.
- Comunicare al telefono e conference call.

DOCENTE

Roberta Rozzi. Coach e Counselor. Senior trainer su soft skills e competenze manageriali. Consulente nell'area HR, organizzazione, team building e problem solving organizzativo. Modelli: PNL, Gestalt, Analisi Transazionale, modelli organizzativi dei sistemi complessi, tecniche di formazione esperienziali, teatro, canto.

2. COMMUNICATION LAB: migliorare la propria comunicazione in videochiamata, videomeeting e video-conference

OBIETTIVI

Videocall, videomeeting e webinar sono sempre più una costante del nostro lavoro. Il web offre molti vantaggi, ma toglie l'immediatezza e la facilità di costruire legami interpersonali, a cui eravamo abituati. Questo corso ha due finalità principali:

- aiutarti a valutare come risulti durante uno scambio sul web e quali aspetti puoi migliorare;
- focalizzare come rendere una comunicazione video credibile, autentica e professionale, in tutte le occasioni in cui ci si gioca immagine e risultato.

CONTENUTI

- Comunicazione con videochiamata o videomeeting: gli strumenti per individuare i propri punti di forza e aspetti da migliorare, durante colloqui, sales meeting, riunioni con team, clienti e fornitori.
- Rendere efficace la propria presenza video: come curare la comunicazione non verbale e risultare credibili, professionali, strutturati ed empatici.
- Strumenti per presidiare il processo comunicativo e coinvolgere l'interlocutore/i partecipanti, stimolare l'interesse e gestire cali di attenzione.
- Creare un legame: come rilevare e governare le risposte emotive degli interlocutori durante una comunicazione in video; le accortezze per evitare una comunicazione monodirezionale, attivare un dialogo e creare un legame di fiducia.

DOCENTE

Simonetta Pugnaghi. Consulente di direzione, formatore e counselor. Si occupa di organizzazione e risorse umane da oltre trent'anni.

3. UN METODO PER FARE RICHIAMI ANCHE A DISTANZA

OBIETTIVI

Acquisire un metodo per effettuare richiami (anche a distanza) in maniera efficace, al fine di migliorare le prestazioni lavorative dei collaboratori e ridurre i margini di errore nel futuro.

CONTENUTI

- Criteri per individuare correttamente il problema reale nell'errore del collaboratore.
- Richiamare e riprendere: come funziona il feedback correttivo.
- Le regole di Grice applicate al richiamo: dire solo ciò che serve per aumentare l'efficacia.
- Strumenti per guidare il collaboratore ad una lettura critica del suo operato e delle conseguenze.
- Laboratorio pratico:
 - i partecipanti compileranno una scheda contenente i vari passaggi per progettare ed effettuare efficacemente un richiamo;
 - il docente analizzerà insieme ai partecipanti gli esiti delle diverse schede e fornirà suggerimenti migliorativi finalizzati a perfezionare il metodo proposto;
 - a ciascun partecipante verrà consegnata la versione finale della scheda che costituirà uno strumento operativo da portare con sé al lavoro ed utilizzare fin da subito.

DOCENTE

STUDIO OFFICINA. Opera dal 2007 sui temi delle relazioni in azienda, gestione delle persone e dell'organizzazione del lavoro; collabora strettamente con i circuiti formativi confindustriali di Emilia Romagna, Veneto e FVG.

4. SMART LEADER: come cambia la gestione dei collaboratori in Smart Working

IL PERCORSO DELLO SMART LEADER SI SVOLGE SU 4 MODULI

4.1 SMART LEADER: rendere DOERS i collaboratori a distanza

OBIETTIVI

Imparare a gestire collaboratori in remoto è una necessità in questa epoca di cambiamenti ma rappresenta anche una grande opportunità per la loro crescita professionale. Se potrà essere tale, dipenderà molto dal nostro stile di Leadership e dalla capacità di rendere i collaboratori responsabili, autonomi, motivati. Come si dice nel linguaggio Smart Working: dei Doers.

CONTENUTI

- Usufruire dei vantaggi del RW/SW e limitarne i rischi: produttività, efficienza, efficacia.
- Le caratteristiche del DOER: come rendere tali i collaboratori.
- Il mio stile di Leadership: quale stile per gestire al meglio i collaboratori e il team a distanza.
- Delegare e lavorare per obiettivi SMART.
- Responsabilizzazione dei collaboratori in remoto e creazione dei presupposti alla supervisione della performance.

DOCENTE

Roberta Rozzi. Coach e Counselor. Senior trainer su soft skills e competenze manageriali. Consulente nell'area HR, organizzazione, team building e problem solving organizzativo. Modelli: PNL, Gestalt, Analisi Transazionale, modelli organizzativi dei sistemi complessi, tecniche di formazione esperienziali, teatro, canto.

4. SMART LEADER: come cambia la gestione dei collaboratori in Smart Working

IL PERCORSO DELLO SMART LEADER SI SVOLGE SU 4 MODULI

4.2 Smart Leader Empowerment: il modello Diamond per potenziare la propria leadership

OBIETTIVI

Lo Smart Leader si trova quotidianamente a misurarsi con le barriere relazionali poste dalla tecnologia. Per questo è particolarmente importante imparare a riconoscere i propri talenti, il proprio stile relazionale e comunicativo e la lettura di priorità che vengono date in relazione al proprio tratto primario di personalità. Nel webinar sarete guidati in un percorso di scoperta del vostro Tipo Diamond – tratto primario che identifica l'energia di base che ci guida e ci motiva – per scoprirne i punti di forza, le aree di miglioramento, i deragliatori e i comportamenti limitanti al fine di iniziare un lavoro di sviluppo del proprio potenziale e della propria leadership per potenziare la propria efficacia nel guidare singoli e team al raggiungimento degli obiettivi di business e di performance.

CONTENUTI

- Talento, performance e tipi psicologici.
- Introduzione al Diamond Approach.
- Riconoscere ed agire il proprio Tipo Diamond:
- il tipo Planner; il tipo Helper; il tipo Thinker; il tipo Explorer; il tipo Challenger; il tipo Pacemaker.

DOCENTE

Davide Cortesi. Consulente e formatore da oltre 20 anni da prima in ambito marketing e branding, da oltre dieci anni si occupa di Empowerment e Best Performance sia in ambito individuale sia in ambito organizzativo. Ha sviluppato il modello Diamond: un sistema di autoconoscenza e riconoscimento dei talenti che permette di riportare in equilibrio la persona attraverso il miglioramento delle relazioni. Ha maturato esperienze in aziende nazionali e multinazionali nei settori medicale, wellness, design, fashion, manifatturiero, finance, agroalimentare e servizi.

4. SMART LEADER: come cambia la gestione dei collaboratori in Smart Working

IL PERCORSO DELLO SMART LEADER SI SVOLGE SU 4 MODULI

4.3 Organizzare il lavoro smart con la metodologia AGILE

OBIETTIVI

Guidare un team a distanza richiede, oltre ad uno stile di leadership più vicino e comunicativo, un cambiamento di organizzazione del lavoro. Dalla definizione di obiettivi settimanali e quotidiani, ai momenti di briefing e confronto, alla selezione ed introduzione di nuovi strumenti di collaborazione: molto si modifica e occorre per questo avere un metodo guida che permetta di dare un senso, una coerenza al tutto. La metodologia Agile – nata per rispondere al bisogno di gestire al meglio i progetti complessi – si sposa perfettamente con le esigenze dello smart working. Durante il corso sarà quindi condivisa una selezione di strumenti e metodologie che sono risultate ottimali per la riorganizzazione del lavoro in team e del lavoro personale.

CONTENUTI

- Come organizzare il lavoro settimanale e quotidiano: definizione degli obiettivi di dettaglio (Modello OKR).
- KPI di misurazione.
- Riunioni quotidiane di aggiornamento.
- Strumenti di collaborazione a distanza.
- Gestione della comunicazione tra componenti del team.
- Regole organizzative del proprio tempo.

DOCENTE

Emmanuele Del Piano - dopo esperienze come project manager, trainer interno e manager in multinazionali, da consulente ha integrato modelli ed esperienze diverse, dal Coaching Agile, allo sviluppo dei Talenti, ai vari modelli di facilitazione come il design thinking e LEGO® SERIOUS PLAY®. La sua attività si concentra sullo sviluppare ambienti armonici fluidificando ciò che spesso nel tempo si è "irrigidito", mescolando metodologie e approcci di diversa estrazione e creando nuovi modelli per far emergere talenti, ridurre conflitti, allineare persone, processi e strumenti verso un obiettivo comune.

4. SMART LEADER: come cambia la gestione dei collaboratori in Smart Working

IL PERCORSO DELLO SMART LEADER SI SVOLGE SU 4 MODULI

4.4 SMART COMMUNICATION: dare feedback e supportare la performance

OBIETTIVI

Quando le persone si trovano ad affrontare una grande crisi generale, dopo lo sbandamento iniziale, reagiscono spesso con impeti di orgoglio e impegno. Queste reazioni emotive possono essere una grande risorsa per l'azienda, per schierare tutto il potenziale di resilienza, ma occorre saper far leva sulla motivazione per usufruirne. Per riuscirci, manager e responsabili avranno bisogno di attivare modalità comunicative motivanti, assertive, dare feedback generativi, supportare la comunicazione nel team. Anche nel lavoro a distanza, saper comunicare efficacemente sarà strategico.

CONTENUTI

- La comunicazione motivante: l'impatto emotivo di questo cambiamento epocale come base per la motivazione dei collaboratori.
- Dare feedback al team per rafforzare la collaborazione.
- Comunicazione e cambiamento: evolvere la mentalità dei collaboratori attraverso il feedback.
- Dare feedback sulla performance per rafforzarla e supportare il raggiungimento degli obiettivi.

DOCENTE

Roberta Rozzi. Coach e Counselor. Senior trainer su soft skills e competenze manageriali. Consulente nell'area HR, organizzazione, team building e problem solving organizzativo. Modelli: PNL, Gestalt, Analisi Transazionale, modelli organizzativi dei sistemi complessi, tecniche di formazione esperienziali, teatro, canto.

1. GIOCHI PER SCRIVERE BENE AL LAVORO

OBIETTIVI

Al lavoro scriviamo sempre di più: e-mail, documenti, messaggi su Whatsapp e sui social, centinaia di parole per informare, spiegare, comunicare. Questo corso/laboratorio ti insegnerà:

- come scrivere in modo più chiaro e persuasivo;
- come velocizzare la tua scrittura usando schemi rapidi di lavoro;
- come superare il blocco da foglio bianco, generando facilmente nuove idee.

CONTENUTI

- INTRODUZIONE: IL VALORE DELLA PAROLA

Gioco 1 (riscaldamento): il valore delle parole e della loro esattezza.

- LABORATORIO 1: SCRIVERE CHIARO

Gioco 2 (scrivere = pensare): conoscere, decidere e creare.

Gioco 3 (obiettivo chiarezza): sintesi, precisione, scelta e ordine delle parole.

Gioco 4 (Se io non fossi io): come mettersi nei panni del lettore.

Obiettivo al lavoro: scrivere istruzioni, procedure e progetti.

- LABORATORIO 2: SCRIVERE E RISCRIVERE CON STILE

Gioco 5 (completezza): lo schema 5W + 1H (Chi, cosa, dove, quando, perché e come).

Gioco 6 (metafore): dalle parole poco consistenti alla concretezza dei sensi.

Gioco 7 (Eroe cercasi): elementi di storytelling per emozionare e persuadere.

Obiettivo al lavoro: scrivere per emozionare e persuadere.

DOCENTE

Giovanni Dalla Bona. Formatore e Consulente su temi legati al social media marketing, content marketing, comunicazione web e ICT. Su questi temi lavora con aziende, enti pubblici, enti di formazione e associazioni di categoria.

2. STRUMENTI PER COMUNICARE, LAVORARE, COLLABORARE A DISTANZA

OBIETTIVI

Questo corso offre una rassegna degli strumenti principali di lavoro per comunicare, gestire file, attribuire compiti, definire attività e disegnare processi in modo collaborativo. Un primo passo per chi vuole applicare i principi dello Smart Working.

CONTENUTI

- INTRODUZIONE

Primi passi nello Smart Working: definizione, strategie e strumenti.

- STRUMENTI DI VIDECONFERENZA

Basi per utilizzare Skype: chiamate, messaggistica e interazioni.

Basi per utilizzare Zoom: installazione, funzioni.

- COLLABORARE CON I DOCUMENTI DI GOOGLE DRIVE

Archiviare, gestire, organizzare e condividere file in Google Drive

Elementi di base per usare: documenti, fogli di lavoro, presentazioni e questionari

- ALTRE APPLICAZIONI PER COLLABORARE A DISTANZA

Usare Trello per gestire assieme progetti, task e collaboratori.

Usare Coggle per organizzare assieme informazioni con le mappe mentali.

Usare Canva per creare assieme contenuti grafici.

Usare Miro: la lavagna collaborativa per progettare, creare, gestire.

Usare Toggle: per tracciare il tempo dedicato alle singole attività.

Usare Zapier per collegare tools e automatizzare operazioni.

DOCENTE

Giovanni Dalla Bona. Formatore e Consulente su temi legati al social media marketing, content marketing, comunicazione web e ICT. Su questi temi lavora con aziende, enti pubblici, enti di formazione e associazioni di categoria.

3. ADV: promuovi la tua attività on line e misura i risultati

OBIETTIVO

Impara a usare gli strumenti per promuovere la tua attività online. Hai un nuovo prodotto o servizio da proporre ai tuoi clienti e a potenziali nuovi clienti? Oppure, hai una categoria merceologica che cambia in base alla stagionalità o ai nuovi trend di mercato e hai bisogno di tenere aggiornati gli utenti? Prova a farlo da solo: il corso ha l'obiettivo di fornire una guida per sapersi orientare nel mondo delle soluzioni di ADV digitale, per capire quale usarle e sfruttarle al meglio.

CONTENUTI

Keywords Advertisement

- Dimmi quale social hai e ti dirò come promuoverti.
- Obiettivi di ADV: vendere prodotti/servizi o promuovere l'immagine.
- Studio dei target: hai prodotti o servizi stagionali e quindi clienti da fidelizzare e nuovi da acquisire?
- Sei una start-up? Obiettivo brand awareness ma non solo.

DOCENTE

Francesca Zanardi. Giornalista professionista, laureata in Lingue straniere, con Indirizzo Comunicazione e IT. Oltre ad avere lavorato in varie redazioni, ha un'esperienza di 10 anni nel Digital Marketing, maturata tra agenzie e aziende sull'asse Milano-Parma e Reggio Emilia.

4. COME GESTIRE I CLIENTI ATTRAVERSO LE VIDEOCALL

OBIETTIVI

Apprendere i nuovi linguaggi e diversi approcci di vendita per gestire trattative attraverso video collegamenti (Skype, Zoom, ecc.). Consigliato per tutti coloro i quali vogliono conoscere o migliorare le loro abilità 1 nella comunicazione interpersonale e processi di vendita attraverso una webcam.

CONTENUTI

- Il cambio di abitudini e le opportunità di un nuovo modo di comunicare con i clienti.
- Differenze tra una visita al cliente "fisica" ed una "online" (la vendita online usa linguaggi diversi che bisogna conoscere).
- Come gestire i clienti attraverso un monitor (anche venditori esperti, abituati al contatto "fisico", davanti ad una webcam vanno in difficoltà).

DOCENTE

Carlo Pavarani. Consulente aziendale e Formatore per reti vendita, Business Coach, Docente da oltre 11 anni in percorsi formativi aziendali per comunicazione interpersonale, ruoli commerciali e vendita e gestioni reti commerciali. Ha maturato un'esperienza nella vendita di 35 anni in diversi settori percorrendo tutti i gradini della carriera: da agente di commercio ad area manager alla direzione commerciale. Le sue formazioni sono molto pragmatiche e forniscono ai partecipanti strumenti di immediata applicazione per migliorare le vendite e le relazioni con i clienti.

5. LA COMUNICAZIONE SOCIAL E IL PIANO EDITORIALE ANCHE IN TEMPO DI CRISI

OBIETTIVI

Rendere autonomi i partecipanti nella creazione di contenuti e nella gestione di un piano editoriale sui social media e nell'individuare la più corretta brand identity aziendale, nell'ottica di utilizzare i social media all'interno di una strategia di marketing integrata e per migliorare la brand reputation aziendale.

CONTENUTI

Il corso si svilupperà partendo dai fondamenti di base del concetto di brand e di identità di brand (brand identity). Attraverso lo studio del contesto e di casi concreti si evidenzierà l'importanza di curare l'immagine e la reputazione di brand, indipendentemente da dimensioni o tipologia di azienda. Si studierà nel dettaglio, quindi, come sviluppare una brand identity solida e coerente, attraverso l'utilizzo di diverse tecniche complementari: dall'Archetypal Branding all'analisi del tone of voice del brand.

La seconda parte del corso partirà da una panoramica sui social media, analizzandone similitudini, differenze e possibili utilizzi o opportunità per i diversi tipi di azienda. Una volta sviluppata una maggiore familiarità con i social media, verrà mostrato come realizzare un piano editoriale efficace e mirato per ogni canale, partendo da contenuti di valore e in linea con lo stile comunicativo dell'azienda. Anche per questa sezione del corso verranno presi in esame tool e strumenti utili per migliorare e facilitare la gestione di un piano editoriale e verranno visionate alcune best practices in situazioni di crisi.

A seguito del webinar verrà inviato materiale integrativo su:

- i 12 archetipi dell'archetypal branding (prima parte);
- i 12 archetipi dell'archetypal branding (seconda parte);
- strumenti e tool per la gestione dei social media e del piano editoriale.

DOCENTE

Davide Pari. Creative Director in Webit, si occupa di sviluppo di brand identity e content marketing.

6. GET THINGS DONE: le migliori soluzioni di Project Management per le PMI

OBIETTIVI

Hai un problema di produttività delle risorse umane nella tua azienda? Questo webinar ti illustrerà come fare in modo che le attività siano completate nei tempi stabiliti.

CONTENUTI

- Perché un servizio online?
- Un nuovo concetto di licenza d'uso.
- Basecamp.
- Trello.
- Proofhub.
- Insightly.
- Smartsheet.
- L'uso dei modelli di progetto.
- Come scegliere il migliore (per la tua azienda)?

DOCENTE

Daniele Guidetti. Consulente di direzione senior di diverse realtà, è specializzato nella selezione e integrazione nelle aziende di soluzioni "cloud".

7. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT: l'appuntamento imperdibile di qualsiasi brand

IL PERCORSO DEL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SI SVOLGE SU 4 MODULI

7.1. MODULO INTRODUTTIVO

OBIETTIVI

Ormai qualsiasi attività ha un profilo social. I vecchi biglietti da visita sono stati sostituiti dalle pagine Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Pinterest e Twitter, che non solo contribuiscono a creare presenza e identità online, ma anche a tenere costantemente aggiornati gli utenti della rete su: servizi, prodotti, nuovi arrivi e varie. Per farlo però è importante conoscere alcune precise regole strategiche, sulla quali si potrà poi eventualmente lavorare attraverso gli ulteriori passaggi di ADV e SEO del sito o del blog.

CONTENUTI

- Quali sono e come funzionano i vari social: scegliere la piattaforma giusta in base agli obiettivi.
- Quando scrivere: lo studio dei target attraverso alcuni strumenti.
- Le regole dell'engagement: strategie di brand identity, veicolate dai piani di social integrati tra loro.
- Moderazione della community, social care e crisis management.
- Introduzione alle soluzioni di ADV.

7. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT: l'appuntamento imperdibile di qualsiasi brand

IL PERCORSO DEL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SI SVOLGE SU 4 MODULI

7.2 FACEBOOK

OBIETTIVI

Imparare a gestire con successo il social network per eccellenza. In Italia l'81% della popolazione circa possiede una pagina Facebook: un'elevata percentuale di persone, che quindi potrebbe potenzialmente tramutarsi in clientela per la tua attività. Il webinar si pone come obiettivo la padronanza degli strumenti utili e la conoscenza delle strategie per la costruzione della pagina di un brand/azienda/ente. Impareremo inoltre alcune azioni quali: le interazioni con gli utenti, le promozioni per spingere le vendite e altri spunti utili per mantenere (fidelizzazione) i clienti acquisiti.

CONTENUTI

- Come scegliere la categoria di una pagina.
- Gestione quotidiana del calendario editoriale.
- Le regole di ingaggio.
- Messenger, community management e reputation.
- Business Manager ADV e post a pagamento.
- Lead generation – I form di contatto e le soluzioni e-mail marketing per la fidelizzazione.

7. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT: l'appuntamento imperdibile di qualsiasi brand

IL PERCORSO DEL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SI SVOLGE SU 4 MODULI

7.3 INSTAGRAM

OBIETTIVI

Il social che ha inaugurato l'era del Visual marketing e che negli ultimi tempi registra un record di crescita mai visto prima sulle altre piattaforme. Avere un profilo Instagram significa permettere alla propria attività di entrare in contatto con oltre 1 miliardo di account attivi ogni mese e con più di 500 utenti attivi al giorno. All'interno del corso impareremo a costruire un piano di comunicazione basato su precisi obiettivi di marketing, permettendo al marchio di diffondersi e crescere. Imposteremo inoltre le strategie di vendita e misureremo le risposte del pubblico per ottimizzare il ROI.

CONTENUTI

- La creazione e la gestione di Pagine.
- Concetto e creazione del visual content (post e stories).
- Gestione quotidiana del calendario editoriale di Fb.
- ADV con Business Manager.
- Lead generation e fidelizzazione: marketing virale per vendere.

7. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT: l'appuntamento imperdibile di qualsiasi brand

IL PERCORSO DEL SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SI SVOLGE SU 4 MODULI

7.4 YOUTUBE

OBIETTIVI

YouTube è nel mondo il secondo motore di ricerca, dopo Google. Presente in 39 Paesi e disponibile in 54 lingue, in Italia vanta oltre 25 milioni di utenti attivi. Oggi i video corporate finiscono su questo social, perché la tendenza della community digitale è il contenuto video, che nel 50% dei casi su YouTube incontra anche l'interazione degli utenti. Come fare dunque a promuovere la propria attività su questo social? Vediamo insieme gli strumenti utili per farlo e scopriamo passo dopo passo i semplici strumenti di editing per mettere a punto la migliore strategia di marketing video.

CONTENUTI

- La creazione e la gestione di un canale.
- Organizzazione dei contenuti: creazione delle Playlist.
- Strategia di video marketing: i video sono le nuove brochures aziendali.
- Monitorare i risultati con gli Analytics.

DOCENTE

Francesca Zanardi. Giornalista professionista, laureata in Lingue straniere, con Indirizzo Comunicazione e IT. Oltre ad avere lavorato in varie redazioni, ha un'esperienza di 10 anni nel Digital Marketing, maturata tra agenzie e aziende sull'asse Milano-Parma e Reggio Emilia.

8. SHOPIFY: da zero a E-COMMERCE in meno di un giorno

OBIETTIVI

Illustrare il funzionamento del miglior prodotto e-commerce per PMI che cercano una soluzione flessibile e a costi contenuti per avviare il proprio business online.

CONTENUTI

- Introduzione e cenni storici su Shopify.
- L'apertura del negozio e la sua configurazione.
- Il pricing.
- Personalizzazione del negozio.
- L'app store di Shopify.
- Introduzione al dropshipping.

DOCENTE

Daniele Guidetti. Consulente di direzione senior di diverse realtà, è specializzato nella selezione e integrazione nelle aziende di soluzioni "cloud".

9. CLOUD COMPUTING: i servizi online che ogni PMI dovrebbe conoscere e utilizzare

OBIETTIVI

Illustrare quali siano i prodotti SAAS (software as a service) che ogni azienda dovrebbe adottare.

CONTENUTI

- Introduzione al cloud computing: pubblico, privato o ibrido?
- Attenti agli accordi di licenza.
- Sicurezza informatica.
- Produttività.
- Marketing.
- Sito web e web marketing.
- E-commerce.

DOCENTE

Daniele Guidetti. Consulente di direzione senior di diverse realtà, è specializzato nella selezione e integrazione nelle aziende di soluzioni “cloud”.

6. LEGALE E PRIVACY

1. PROTOCOLLI PER LA GESTIONE DEL POST LOCK-DOWN E CODICI E INFORMATIVE PRIVACY

OBIETTIVI

Tutti gli argomenti del corso saranno affrontati con taglio operativo e con una metodologia didattica interattiva, finalizzata al coinvolgimento e alla costante attivazione cognitiva ed emotiva dei partecipanti. Data la delicata fase emergenziale, tutti gli argomenti saranno trattati da remoto. La tipologia dei nostri interventi formativi è rivolta principalmente ad aziende di grandi dimensioni e/o, comunque, mediamente strutturate ed in particolare, alle funzioni di gestione del personale e legal interne delle società. Al riguardo, abbiamo, infatti, pensato di strutturare il corso di modo da consentire ai partecipanti, al termine del programma, non soltanto di conoscere gli elementi di base dei temi trattati ma anche di "sapere come fare a". In questo modo il soggetto prende coscienza del perché è necessario conoscere qualcosa e come una certa conoscenza può essere utilizzata.

CONTENUTI

- La redazione di protocolli aziendali (mediante policy e/o accordi sindacali) per gestire la ripresa graduale delle attività lavorative che rispondano a tutte le esigenze aziendali per ogni settore di riferimento con possibile validazione del virologo.
- La possibilità di prevedere l'esecuzione di test sierologici e/o tracciamento con App all'interno dei protocolli aziendali.
- La previsione di appositi codici disciplinari in caso di mancato rispetto delle previsioni del protocollo aziendale.
- L'introduzione di specifici programmi formativi per il personale.
- La gestione degli appalti endo-aziendali all'interno dei protocolli.
- Il trattamento dati personali nell'ambito della rilevazione della temperatura.
- Il trattamento dati personali per l'accesso ai locali aziendali da parte di dipendenti e soggetti terzi.
- Gli adempimenti privacy per la rilevazione della temperatura: soggetti interni e/o esterni che effettuato la rilevazione.
- Il trattamento dati personali – in particolare le categorie particolari di dati – nella somministrazione di test sierologici.
- Il trattamento dei dati personali da parte del medico competente nell'ambito dell'emergenza sanitaria.
- Il trattamento dati nell'ambito di utilizzo di APP e dispositivi wearable.
- In generale, adozione di misure di sicurezza per i trattamenti sopra descritti: i principi di privacy by design e by default; valutazione di impatto per la protezione dei dati personali; tempi di conservazione delle informazioni (piani di data retention); cancellazione e/o conservazione per finalità diverse da quelle per le quali le informazioni erano state originariamente raccolte (ad esempio, finalità statiche).

DOCENTE

STUDIO CHIOMENTI. Fondato nel 1948, che è oggi composto da 300 professionisti che operano in team integrati, motivati dall'obiettivo di fornire alla clientela un'assistenza completa e coordinata, anche in ottica multidisciplinare. Secondo le valutazioni dei principali analisti del settore (Chambers, Financial Times, MergerMarket, Legal 500 e IFLR 1000), lo Studio e i suoi professionisti ricoprono una posizione di leadership nel mercato della professione legale in Italia.

6. LEGALE E PRIVACY

2. LA “FASE 2”: rischi e opportunità riorganizzativa in un’ottica di compliance integrata

OBIETTIVI

Le indicazioni normative e regolamentari richieste alle imprese per una riapertura in sicurezza impongono una attenta valutazione (o rivalutazione) delle policy e procedure interne. Tali adeguamenti hanno impatti rilevanti e trasversali in materia di privacy, sicurezza sul lavoro, modelli organizzativi 231 ed in generale per tutto quanto attiene alla c.d. corporale governance. Obiettivo del corso è quello di fornire strumenti ed indicazioni operative che consentano all’impresa di trasformare una necessità in un’opportunità in un’ottica di compliance integrata.

CONTENUTI

Il corso partirà dalla normativa “emergenziale” emanata da Governo, Regioni e Comuni per affrontare gli effetti del COVID-19 e tenterà di fornire spunti operativi per una corretta gestione delle nuove procedure.

Si cercherà poi di comprendere in che modo i rischi derivanti dall'emergenza COVID-19 impattano su policy e procedure già in essere ovvero in che modo si dovrà intervenire per una corretta mappatura dei processi in caso di predisposizione ex novo.

DOCENTE

Lorenzo Bianchi. Avvocato attivo nel mondo della consulenza all’impresa con particolare attenzione all’ambito della corporate governance. Ha approfondito negli anni la materia della Data Protection (Privacy), della responsabilità degli organi societari e presta consulenza day by day a imprese ed imprenditori. Svolge attività di legal assessment anche in team pluriprofessionali e per questo ha maturato esperienze trasversali in ambito aziendalistico e di project management.

3. TRAVEL RISK MANAGEMENT IN TEMPO DI CRISI: le sfide aperte

OBIETTIVI

- Fornire il quadro legislativo di riferimento relativamente alle trasferte del personale aziendale.
- Approfondire le responsabilità e le buone pratiche aziendali.
- Affrontare il tema della valutazione dei rischi specifica.
- Individuare le attività minime di informazione e formazione pratica e teorica da fornire ai dipendenti.
- Delineare il Sistema di Gestione adeguato a prevenire e fronteggiare incidenti o emergenze mediche.
- Confrontarsi su situazioni e casi reali.

CONTENUTI

- Esperienze pratiche di gestione.
- La grande domanda 'Come viaggiare adesso?'
- Protocolli da implementare.
- Le sfide aperte.

A seguito del webinar verranno inviate delle webpill integrative sui seguenti temi:

- La nuova idoneità alla trasferta: tra benessere e salute.
- Calcolare il rischio e conoscere le Responsabilità Datoriali.
- La gestione dell'emergenza e il rimpatrio del viaggiatore.

DOCENTI

Gabriele Genuino. Senior Security Manager CUBE Srl, esperto di scenari internazionali e contesti operativi complessi.

Paola Guerra. Direttore Scuola Internazionale Etica e Sicurezza esperta in Risk, Safety e Security Management già docente in Università Bocconi e Università Cattolica.

Alice Orlandi. Security Consultant Scuola Internazionale Etica e Sicurezza, esperta in Risk, Safety e Security Management.

4. LA FLESSIBILITÀ DEL RAPPORTO DI LAVORO SUCCESSIVAMENTE ALLA FASE EMERGENZIALE COVID-19

OBIETTIVI

Tutti gli argomenti del corso saranno affrontati con taglio operativo e con una metodologia didattica interattiva, finalizzata al coinvolgimento e alla costante attivazione cognitiva ed emotiva dei partecipanti. La tipologia dei nostri interventi formativi è rivolta principalmente ad aziende di grandi dimensioni e/o, comunque, mediamente strutturate ed in particolare, alle funzioni di Gestione del Personale e Legal interne delle società. Al riguardo, abbiamo, infatti, pensato di strutturare il corso di modo da consentire ai partecipanti, al termine del programma, non soltanto di conoscere gli elementi di base dei temi trattati ma anche di "sapere come fare a".

CONTENUTI

- Le principali tipologie di lavoro flessibile e le opportunità connesse: (i) le particolari modalità di svolgimento della prestazione lavorativa, ad es. in regime di telelavoro o di smart working, (ii) le peculiarità e differenze tra tali forme di lavoro flessibile nella fase emergenziale e post emergenziale nonché (iii) le connesse principali criticità alla luce degli orientamenti giurisprudenziali e di prassi.
- L'ideazione di un nuovo modello di contratto di assunzione flessibile che preveda, ab origine, la modalità di svolgimento di parte del rapporto di lavoro da remoto.
- La flessibilità dell'orario di lavoro: (i) turni non avvicinati per ridurre il contagio; (ii) flessibilità in entrata e in uscita dai locali aziendali; (iii) rimodulazione delle pause, etc..
- La nuova disciplina della flessibilità delle mansioni ex art. 2103 c.c. nella fase post emergenziale, legata alle diverse esigenze aziendali.
- Cenni sul controllo a distanza dell'attività lavorativa del personale dipendente, con particolare attenzione (i) ai riflessi sull'uso degli strumenti informatici, (ii) all'importanza e utilità della predisposizione di apposite policy per la regolamentazione sull'uso delle strumentazioni tecnologiche aziendali, nonché (iii) agli effetti sul potere disciplinare della Società.
- Le opportunità relative al c.d. welfare aziendale: piani di welfare sul premio di risultato nonché possibili forme di welfare premiale MBO legati ad una più efficiente gestione della fase post lockdown e di equilibrio economico-finanziario.

DOCENTE

STUDIO CHIOMENTI. Fondato nel 1948, che è oggi composto da 300 professionisti che operano in team integrati, motivati dall'obiettivo di fornire alla clientela un'assistenza completa e coordinata, anche in ottica multidisciplinare. Secondo le valutazioni dei principali analisti del settore (Chambers, Financial Times, MergerMarket, Legal 500 e IFLR 1000), lo Studio e i suoi professionisti ricoprono una posizione di leadership nel mercato della professione legale in Italia.

5. ACCORDI DI SOLIDARIETÀ E PER ACCEDERE AI FINANZIAMENTI

OBIETTIVO

La tipologia dei nostri interventi formativi è rivolta principalmente ad aziende di grandi dimensioni e/o, comunque, mediamente strutturate ed in particolare, alle funzioni di gestione del personale e legal interne delle società. Al riguardo, abbiamo, infatti, pensato di strutturare il corso di modo da consentire ai partecipanti, al termine del programma, non soltanto di conoscere gli elementi di base dei temi trattati ma anche di "sapere come fare a". In questo percorso si mira a fornire strumenti e suggestioni relativi agli accordi di solidarietà.

CONTENUTI

- Il contratto di solidarietà espansivo e difensivo: profili generali, best practice e benchmark del settore.
- Opportunità dell'attivazione del contratto di solidarietà nella fase post emergenziale per una riduzione stabile e flessibile dell'orario di lavoro.
- Specifici accordi e/o intese sindacali per la gestione dei livelli occupazionali poter accedere ai finanziamenti agevolati ai sensi del cd. "Decreto Liquidità".
- Egesi delle attuali disposizioni dei principali contratti collettivi per la gestione dei livelli occupazionali.
- Le esperienze straniere di gestione dei livelli occupazionali: la cogestione tedesca.
- PROs e CONs della sottoscrizione di intese sindacali e potenziali limiti e/o aree di comfort da prevedere a maggior tutela delle società.

DOCENTE

STUDIO CHIOMENTI, ondato nel 1948, che è oggi composto da 300 professionisti che operano in team integrati, motivati dall'obiettivo di fornire alla clientela un'assistenza completa e coordinata, anche in ottica multidisciplinare. Secondo le valutazioni dei principali analisti del settore (Chambers, Financial Times, MergerMarket, Legal 500 e IFLR 1000), lo Studio e i suoi professionisti ricoprono una posizione di leadership nel mercato della professione legale in Italia.

SVILUPPO RISORSE PER L'AZIENDA

CISITA

P A R M A

B.go G. Cantelli, 5 - 43121 Parma
tel. 0521-226500 / fax 0521-226501

cisita@cisita.parma.it

www.cisita.parma.it

