



FORMAZIONE



## **ACADEMY FLA 2017**

*Corso di Formazione*

*Il salone del Mobile:*

*un'opportunità per capire cosa davvero vogliono  
i tuoi clienti*

### **Ufficio Formazione**

Sara Nill -0280604331

[sara.nill@federlegnoarredo.it](mailto:sara.nill@federlegnoarredo.it)

Mara Lorenzini-0280604435

[mara.lorenzini@federlegnoarredo.it](mailto:mara.lorenzini@federlegnoarredo.it)

Marika Petrillo-0280604302

[marika.petrillo@federlegnoarredo.it](mailto:marika.petrillo@federlegnoarredo.it)

### **Federlegno Arredo Eventi SpA**

Foro Buonaparte, 65 • 20121 Milano

Italy • Tel +39.02.80604.1

Fax +39.02.80604.295

[www.federlegnoarredo.it](http://www.federlegnoarredo.it)

Reg. impr./C.F. e PIVA 06987590152

Rea/CCIAA Milano 1130298

cap. soc. € 4.750.000 i.v. da unico socio



## **Il Salone del Mobile: un'opportunità per capire cosa vogliono davvero i tuoi clienti**

Il "Value Proposition Canvas" è un modello che descrive i benefici che i clienti ricevono dai prodotti e servizi proposti da un'organizzazione. Introdotto nel 2014 da Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, il Value Proposition Canvas è lo strumento che supporta l'impresa nella definizione, costruzione e gestione di Proposte di Valore di successo.

Strutturato come un plug-in del Business Model Canvas, questo strumento si focalizza sulle tecniche da applicare per raggiungere una corrispondenza perfetta tra le esigenze dei segmenti di clientela e le caratteristiche delle Proposte di Valore dell'impresa.

### **OBIETTIVI:**

Questo corso fornisce ai partecipanti una prospettiva chiara sul Value Proposition Canvas, permettendo loro di apprendere e sperimentare un processo strutturato attraverso il quale analizzare con lucidità le esigenze dei più diversi segmenti di clientela e offrire loro Proposte di Valore uniche.

Inoltre, in vista della partecipazione dell'azienda al Salone del Mobile, questo corso fornisce ai responsabili e agli addetti presenti nello stand non solo uno strumento efficace, ma un vero e proprio modello mentale per svolgere un'attività di ascolto e analisi dei visitatori (clienti, buyer, agenti, progettisti, media, ospiti) in tre fasi:

1. **prima del Salone:** definire un sistema di raccolta delle informazioni orientato ai visitatori e prepararsi a utilizzarlo correttamente
2. **durante il Salone:** raccogliere e categorizzare rapidamente le informazioni importanti, evitando di sottoporre il visitatore a un'intervista formale
3. **dopo il Salone:** analizzare le informazioni raccolte e metterle a sistema per orientare le scelte strategiche dell'impresa

### **METODOLOGIA DIDATTICA:**

La metodologia didattica proposta ai partecipanti è strutturata su tre fasi.

#### **Fase 1: Lecture introduttiva**

La fase iniziale è dedicata a presentare in profondità e con chiarezza strumenti e contenuti del corso.

Il "tone of voice" è narrativo, volto al coinvolgimento dei partecipanti e all'instaurarsi di un'atmosfera positiva.



## FORMAZIONE

### **Fase 2:** Workshop collaborativo

Nella fase centrale i partecipanti sono coinvolti in attività individuali e di gruppo relative a contenuti di interesse concreto per l'impresa, sperimentando sotto forma di "learning by doing" gli strumenti appresi nella lecture introduttiva.

Una gestione attenta degli equilibri relazionali permette di impostare dinamiche di gruppo virtuose riapplicabili anche al di fuori del contesto formativo.

### **Fase 3:** Generazione di "actionable insight"

La fase conclusiva consiste nella generazione di "actionable insight" relativi sia agli strumenti appresi che ai contenuti di interesse concreto per l'impresa.

Al termine del corso, i partecipanti avranno non solo accresciuto le proprie competenze, ma anche impostato e sperimentato gli strumenti necessari a svolgere un'attività di ascolto e analisi dei visitatori del Salone del Mobile per orientare le scelte strategiche aziendali.

#### **DESTINATARI:**

Dirigenti e manager, ma anche responsabili e addetti presenti nello stand aziendale durante il Salone del Mobile, che desiderino utilizzare quest'occasione come opportunità unica per comprendere cosa vogliono davvero i propri clienti.

#### **DATE:**

8 e 15 Febbraio 2017

#### **DURATA:**

Due giornate

#### **ORARIO:**

Dalle ore 9.30 alle ore 17.30

#### **SEDE:**

Federlegno Arredo Eventi SpA  
Foro Buonaparte 65 Milano

#### **QUOTA DI PARTECIPAZIONE:**

800,00€ quota associato

1.150,00€ quota non associato

*Offerte early booking per iscrizioni entro il 1 febbraio 2017*

*Acquisti multipli a preventivo*



## FORMAZIONE

### DOCUMENTAZIONE:

Ai partecipanti sarà distribuito il materiale didattico del corso. Inoltre saranno indicate letture, spunti di riflessione e una bibliografia di riferimento.

### PROGRAMMA:

#### 1° Giornata

##### Mattina:

- Lecture introduttiva, Business Model Canvas- la tua azienda in una pagina
- Value Proposition Canvas: Customer Profile, Value Map, Fit, Push strategy vs Pull strategy

##### Pomeriggio:

##### Workshop collaborativo

- Value Proposition Canvas

esercitazione sullo strumento attraverso l'analisi di casi studio significativi  
definizione della proposta di valore attuale (AS IS) della propria azienda

- Customer Profiles

come analizzare e categorizzare clienti, buyer, agenti, progettisti, media, ospiti che visitano lo stand della propria azienda secondo parametri nuovi e facilmente memorizzabili

- Al termine della giornata, i partecipanti:

avranno acquisito le competenze teoriche e pratiche per utilizzare correttamente il Value Proposition Canvas

avranno capito come analizzare e categorizzare i diversi visitatori del proprio stand

#### 2° Giornata

##### Mattina:

workshop collaborativo e generazione di "actionable insight"

Prima del Salone: definire e prepararsi

- dallo strumento efficace al modello mentale
- definizione collaborativa di un sistema di raccolta delle informazioni orientato ai visitatori

Durante il Salone: raccogliere e categorizzare

- esposizione di tecniche di raccolta e categorizzazione rapida delle informazioni importanti, che evitino sottoporre il visitatore a un'intervista formale
- simulazione attraverso role playing della raccolta e categorizzazione delle informazioni durante il Salone



## FORMAZIONE

### Pomeriggio:

generazione di “actionable insight”

Dopo il Salone: analizzare e orientare

- analisi delle informazioni raccolte e loro messa a sistema al fine di orientare le scelte strategiche dell'impresa
- identificazione dei pattern comportamentali dei visitatori
- prioritizzazione degli high-value jobs
- sei modi di innovare partendo dal Customer Profile
- definizione di possibili Proposte di Valore future (TO BE) della propria azienda

Al termine della giornata, i partecipanti:

- avranno impostato e sperimentato gli strumenti necessari a svolgere un'attività di ascolto e analisi dei visitatori del Salone del Mobile per orientare le scelte strategiche aziendali

### RELATORE:

#### Paolo Lorini

è consulente e advisor indipendente in design strategy, management, communication.

Lavora come mediatore culturale tra business e design.

La sua attività si concentra sullo strutturare, sviluppare e comunicare progetti di business design, branding, design per l'esperienza, industrial design e innovazione. Coinvolge la propria rete globale di professionisti nella creazione di valore per aziende, agenzie e scuole.

Alla consulenza affianca l'attività di formazione, sia manageriale che accademica, basata su un approccio “learning by doing” e dedicata allo sviluppo di business innovativi attraverso l'applicazione di metodologie tipiche del design strategico.

È invitato a parlare di design, branding, imprenditorialità e innovazione in conferenze, seminari e workshop in Italia e all'estero.

Nel 2011 Paolo ha lasciato Samsung Design Milano, dopo avervi lavorato per sei anni come Senior Design Researcher e poi Design Manager. In questa posizione era responsabile di progetti di ricerca e strategia per tutte le categorie di prodotto, in relazione con gli altri cinque Design Center internazionali e con il Corporate Design Center di Seoul, nonché con le divisioni di marketing e comunicazione. Ha svolto un ruolo chiave nel coinvolgere e gestire designer e strategist esterni in numerosi progetti.

Laureatosi nel 2000 in Disegno Industriale al Politecnico di Milano, ha iniziato la sua carriera lavorando cinque anni con Clino Castelli presso Castelli Design su progetti di design, metadesign e strategic planning per clienti italiani e internazionali come BTicino, Hitachi, Mondadori, Lamborghini, Legrand, Somfy, Toli.



## FORMAZIONE

### SCHEDA ISCRIZIONE

#### DATI PARTECIPANTE

NOME E COGNOME *	
INDIRIZZO E LOCALITA' AZIENDA*	
E-MAIL *	
TELEFONO*	
CELLULARE	
FAX	
RUOLO AZIENDALE*	

#### DATI FATTURAZIONE

RAGIONE SOCIALE*	
SOCIO	NON SOCIO
TEL *	
INDIRIZZO MAIL PER FATTURAZIONE:	
PARTITA IVA*	
CODICE FISCALE*	

#### DATI CORSO

TITOLO CORSO*			
DATA INIZIO*		DATA FINE*	
PREZZO *	+ IVA		

#### MODALITA' ISCRIZIONE

L'iscrizione avviene inviando via mail questa scheda, completa nei campi obbligatori contrassegnati (\*) all'indirizzo [formazione@federlegnoarredo.it](mailto:formazione@federlegnoarredo.it) ed effettuando il pagamento secondo le modalità sotto indicate prima dell'inizio del corso.

#### MODALITA' DI PAGAMENTO

Il versamento della suddetta cifra verrà effettuato tramite bonifico bancario intestato a: Federlegno Arredo Eventi SpA, Banca Popolare di Sondrio IT19C0569601600000006892X38

**PRIVACY:** ai sensi del D. Lgs. 196/03 e successive integrazioni e modifiche, informiamo che il trattamento dei dati personali indicati, effettuabile anche con l'ausilio di mezzi elettronici esterni, è diretto esclusivamente all'attività di Federlegno Arredo Eventi SpA. I dati personali non saranno diffusi e comunicati se non per il raggiungimento della finalità di Federlegno Arredo Eventi SpA. All'interessato del trattamento in esame è riconosciuto l'esercizio dei diritti di cui all'art. 7 D. Lgs. 196/03. Vedi l'informativa completa sul sito [www.federlegno.it](http://www.federlegno.it).

Luogo, data.....FIRMA.....