



FORMAZIONE



ACADEMY FLA 2017
Offerta formativa maggio-luglio 2017

Ufficio Formazione

Sara Nill

Mara Lorenzini

Marika Petrillo

formazione@federlegnoarredo.it

Contattaci: 02/80604331-302-435

Federlegno Arredo Eventi SpA

Foro Buonaparte, 65 • 20121 Milano

Italy • Tel +39.02.80604.1

Fax +39.02.80604.295

www.federlegnoarredo.it

Reg. impr./C.F. e P.IVA 06987590152

Rea/CCIAA Milano 1130298

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



CALENDARIO PERCORSI Maggio-Luglio 2017

1. Brand Strategy

4, 18, 25 maggio 2017

2. E-Commerce e Omnicalità

23 maggio e 6 giugno 2017 Milano

15, 21 giugno 2017 Veneto

3. Digital e Social Media Marketing per Arredo&Design

30 maggio 13 e 27 giugno 2017

3 e 17 ottobre 2017

7 e 21 novembre 2017

4. Project Management

14 e 29 giugno 2017

5. La comunicazione al Front-office

21 giugno 2017

*6. Normativa Doganale e valore in dogana
Rappresentanza in dogana e regimi doganali*

28 giugno e 12 luglio 2017



Brand Strategy

Un brand capace di veicolare efficacemente il valore della propria azienda è oggi una risorsa fondamentale per distinguersi in un mercato sempre più competitivo e affollato, in cui è necessario connettersi con le persone e coltivare con esse relazioni durature e di qualità.

OBIETTIVI:

Questo corso fornisce a dirigenti e manager una prospettiva chiara su come valorizzare la propria azienda attraverso il brand, consentendo loro di apprendere e sperimentare un processo strutturato attraverso il quale costruire un'efficace strategia di brand aziendale. Al termine di questo corso, i partecipanti avranno acquisito le competenze per verificare l'allineamento tra strategia di business e la strategia di brand della propria azienda, passaggio indispensabile per poi coinvolgere e guidare risorse interne e agenzie esterne in azioni di mantenimento o eventuale ridefinizione del brand.

METODOLOGIA DIDATTICA:

La metodologia didattica proposta ai partecipanti è strutturata su tre momenti:

- **Presentazione contenuti e strumenti**
La fase iniziale è dedicata a presentare in profondità e con chiarezza contenuti e strumenti relativi ai vari temi del corso.
- **Attività individuali e di gruppo**
Nella fase centrale i partecipanti sono coinvolti in attività individuali e di gruppo basate sui contenuti presentati, e hanno così la possibilità di sperimentare in prima persona gli strumenti appresi.
- **Spunti operativi**
La fase conclusiva consiste nella generazione collaborativa di spunti operativi relativi ai contenuti presentati e agli strumenti sperimentati.



DESTINATARI:

Dirigenti e manager che intendano acquisire competenze per far evolvere il modo in cui la loro azienda veicola il proprio valore attraverso il brand.

DATE:

- Giovedì 4 maggio 2017
- Giovedì 18 maggio 2017
- Giovedì 25 maggio 2017



FORMAZIONE

DURATA:

tre giornate

ORARIO:

dalle 10:00 alle ore 17:30

SEDE

Federlegno Arredo Eventi SpA- Foro Buonaparte 65 - Milano

QUOTE DI PARTECIPAZIONE:

950,00€ + IVA

Offerta Early Booking del 10% per iscrizioni entro 7 giorni prima rispetto alla data di inizio.

DOCUMENTAZIONE:

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

PROGRAMMA:

GIORNO 1

Cos'è un brand?

- il brand come risorsa strategica
- nascita ed evoluzione del brand
- le quattro ere del brand
- quindi cos'è un brand?

Il processo di definizione e creazione del brand

- le 7 domande chiave
- le 5 fasi del processo

Fase 1: Ricerca sul brand

- raccolta informazioni di base
- dichiarazione di Visione, Missione, Valori
- interviste agli attori principali
- ricerca di mercato
- ricerca di marketing
- ricerca sui competitor
- presentazione ricerca

Al termine della giornata, i partecipanti:

- avranno acquisito una prospettiva chiara su cos'è un brand
- avranno sperimentato il processo e gli strumenti per svolgere un'attività di ricerca sul brand della propria azienda





FORMAZIONE

GIORNO 2

Fase 2: Strategia di brand

- pubblico di riferimento
- personas
- personalità
- posizionamento

Fase 2: Strategia di brand (continua)

- big idea
- nomi: naming e renaming
- payoff / slogan
- brand brief

Al termine della giornata, i partecipanti:

- avranno sperimentato il processo e gli strumenti per definire la strategia del brand della propria azienda

GIORNO 3

Elementi di base delle fasi successive di creazione del brand

- Fase 3: Progetto del brand
- Fase 4: Esecuzione del brand
- Fase 5: Gestione e manutenzione del brand

Spunti operativi

Generazione collaborativa di spunti operativi relativi ai contenuti presentati e agli strumenti sperimentati per concludere le attività del corso e permettere ai partecipanti di coinvolgere e guidare risorse interne e agenzie esterne in azioni di mantenimento o eventuale ridefinizione del brand della propria azienda.

Al termine della giornata, i partecipanti:

- avranno acquisito competenze per far evolvere il modo in cui la loro azienda veicola il proprio valore attraverso il brand

Paolo Lorini

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.

Coinvolgendo la propria rete globale di professionisti, fornisce servizi di consulenza, affiancamento, formazione e insegnamento per creare valore tangibile per aziende, agenzie e scuole.

La sua attività di formazione si basa su un approccio "learning by doing" ed è dedicata allo sviluppo di business innovativi attraverso l'applicazione di metodologie tipiche del design strategico.

Parla di design, branding, imprenditorialità e innovazione in conferenze, seminari e workshop in Italia e all'estero. Laureatosi in Disegno Industriale al Politecnico di Milano, ha lavorato cinque anni con Clino Castelli e sei in Samsung.





Formazione su E-commerce e Omnicanalità

Il percorso partirà da **un'analisi del mercato dell'arredo online**, con l'obiettivo di delineare le vere dimensioni, le geografie più interessanti oltre ai trend che pervaderanno il mercato nei prossimi anni. Si entrerà nel **Customer Journey del cliente**, mostrando come i clienti finali si muovono tra il canale online e offline, come si informano e come si comprano, allo scopo di trasferire l'importanza di conoscere i propri clienti di intercettarli nel modo più efficace ed efficiente possibile, in linea con il posizionamento individuale.

METODOLOGIA DIDATTICA:

I Partecipanti verranno guidati nella lavorazione dei loro contenuti allo scopo che siano digitalmente performanti;

Mostrando l'importanza della completezza delle informazioni in ottica cliente finale e le migliori best practice in ambito di trattamento delle foto in ambito digital.

I partecipanti potranno creare un vero "pacchetto" per il canale delle vendite intermedie pricing incluso. Definendo look&feel ideale dell'azienda e gli obiettivi da raggiungere.

Verranno analizzati i comportamenti dell'utente finale per pianificare le informazioni da comunicare, andando a disegnare lo storytelling adeguato per ciascuna realtà sia a livello di visual che di contenuto.

In questo workshop sarà più che mai importante avere dei modelli di riferimento e delle best practice a cui potersi ispirare.; excursus tra i modelli più virtuosi di e-commerce merchandising e storytelling digitale.

DESTINATARI:

Marketing Manager, Digital Specialist, Commerciale aziendale e area comunicazione.

DATE:

- **Milano**, 23 maggio 2017
- **Milano**, 6 giugno 2017
- **Veneto**, 15 giugno 2017
- **Veneto**, 21 giugno 2017

DURATA:

due giornate a Milano

due giornate in Veneto

ORARIO:

dalle 10:00 alle ore 17:00

SEDE

Federlegno Arredo Eventi SpA- Foro Buonaparte 65 – Milano

Veneto- location da definire

QUOTE DI PARTECIPAZIONE:

800,00€ +IVA a percorso sia per Milano che per Mestre

Offerta Early Booking del 10% per iscrizioni entro 7 giorni prima rispetto alla data di inizio.



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

Il mercato e le opportunità

Docenti: Tiziano Pazzini

- Overview del mercato e-commerce “furniture”(numeri, trend)
- Furniture Customer Journey(omnichannel, online Vs offline)

Direct sales (B2C) vs Intermediate sales (B2B2C)

In questo modulo entreremo nel dettaglio delle opportunità di vendita reali per i nostri brand, dividendo il “mondo” **in vendite dirette (es. Online brand store)** e quindi attraverso lo store online o negozi di proprietà e le vendite così dette “intermediate” cioè **attraverso grandi siti e-commerce multibrand (es. Amazon)**.

Entreremo così nelle differenze dei due canali di vendita, nelle differenti opportunità e caratteristiche che i brand devono avere per accedere a questi canali.

2°Giornata

How to present product digitally

Docenti: Margot Zanni e Tiziano Pazzini

- Storytelling
- Site merchandising

Il protagonista sarà l’aspetto **editoriale** di un sito.

Ovvero come raccontare al meglio il prodotto attraverso le sue particolarità e caratteristiche distintive.

Come realizzare delle storie che possano portare un valore aggiunto per l’utente attraverso una dimensione attuale e contemporanea.

Analizzeremo degli esempi concreti di siti italiani ed internazionali per entrare nel dettaglio dello **storytelling**.

La seconda parte della giornata, sarà incentrata sull’organizzazione visuale del sito.

Come distribuire i prodotti e le varie informazioni all’interno del sito. L’estetica intesa come percezione dell’utente ma anche come brand positioning dell’azienda.

Quali sono i prodotti su cui puntare e come presentarli.

Entreremo nel vivo di una rivoluzione chiamata **emotional commerce**.

All’interno del workshop chiederemo alle aziende di portare i loro cataloghi e li guideremo nella lavorazione dei loro contenuti allo scopo che siano digitalmente performanti. Mostreremo loro l’importanza della completezza delle informazioni in ottica cliente finale e le migliori best practice in ambito di trattamento delle foto in ambito digital. Infine, faremo creare loro un vero “pacchetto” per il canale delle vendite intermedie pricing incluso. Definiremo look&feel ideale dell’azienda e gli obiettivi da raggiungere. Analizzeremo i comportamenti dell’utente finale per pianificare le informazioni da comunicare, quindi andremo a disegnare lo storytelling adeguato per ciascuna realtà sia a livello di visual che di contenuto. In questo workshop sarà più che mai importante avere dei modelli di riferimento e delle best practice a cui ispirarsi. Faremo un excursus tra i modelli più virtuosi di e-commerce merchandising e storytelling digitale.



Tiziano Pazzini

Founder Furnichannel.com (2017 - Present)

Fourner Lovli.it (2013 - Present)

Responsabile Scientifico Master in e-commerce at TAG Innovation School

Linkedin: <https://it.linkedin.com/in/tizianopazzini>

Tumblr: <http://tizianopazzini.tumblr.com/>

Dopo essermi formato in Autogrill SPA e nel gruppo Ferrero, come Brand Manager in China, India ed Emerging Markets, circa 4 anni fa ho fondato insieme ad Alberto Galimberti: lovli.it il #1 Talent Store del design Italiano, che ci ha permesso di diventare un punto di riferimento per tutti quei client che nel design italiano “ci credono”! Dopo qualche anno con “la stessa squadra” abbiamo dato alle aziende l’opportunità di utilizzare la nostra piattaforma tecnologica e le nostre competenze, posizionando in pochi mesi: Furnichannel, come la piattaforma omnichannel di riferimento per i brand dell’arredo.

Con il mio team supportiamo i grandi Brand mettendo a loro disposizione la nostra esperienza nello sviluppo ed implementazione delle strategie digitali più evolute: “Furniture Omnichanne

Experience!, “ Furniture Configurator” o il Lead management verso i punti di vendita fisici, ponendoci come veri Partner Industriali in grado di aiutare le aziende a raggiungere i propri obiettivi strategici.



Margot Zanni

Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/margot-zanni-a5b37016/>

Ha lavorato come giornalista televisiva specializzata in arredamento, architettura, e home&living per Class CNBC (Sky 505).

Nel 2011 ha lanciato il sito di e-commerce Dalani.it in Italia dove ha ricoperto il ruolo di Founder e Creative director fino a febbraio 2017.

Per il sito ha coordinato le attività di:

- Branding: Dalani.it è diventato in poco più di 5 anni il sito leader in Italia per lo shopping home&living.
- Sales: coordinamento del buying team e del team creativo attraverso scouting di nuovi brand. Massimizzazione delle vendite attraverso lo storytelling sul prodotto.
- Visual: Creazione di una linea stilistica chiara, riconoscibile e originale. Dal layout fino al packaging brandizzato Dalani.
- Merchandising: Gestione e definizione dell'assortimento e della varietà dei prodotti presenti sul sito.
- Comunicazione e PR: Art direction e supporto alla realizzazione dei 6 spot televisivi realizzati con Saatchi&Saatchi e PicNic. Brand ambassador e testimonial attraverso attività di influencer marketing e make over



Contenuti per coinvolgere, convincere e vendere: dalla strategia all'esecuzione Digital e Social Media Marketing per Arredo&Design

Il percorso che abbiamo deciso di costruire parte da una riflessione approfondita sulla strategia dei contenuti, con un workshop introduttivo e propedeutico all'intero percorso su come trovare, organizzare, realizzare e distribuire i contenuti che davvero servono per generare lead, vendere e fidelizzare.

Si passerà poi ad approfondire uno dei tipi di contenuti più preziosi ed efficaci ma anche più complessi, i video. Attraverso due giornate si capirà come progettare e realizzare video pensati per il digitale e l'online, e anche cosa è possibile fare in casa e cosa invece bisogna affidare a fornitori esterni, ottimizzando tempo e risorse. **Proprio perché i buoni contenuti vivono sui social, proseguiamo il percorso con una panoramica social media, soprattutto andando a lavorare sulle piattaforme che più si prestano all'uso del nostro settore.**

A Facebook dedichiamo una giornata a sé perché l'uso strategico di questa piattaforma presenta potenzialità enormi ma va esplorato dedicando un tempo necessario alla comprensione di **caratteristiche, funzionalità e format in continua evoluzione, pagine e adv.**

L'ultima parte del corso è rivolta al **linguaggio e alla comunicazione**, con uno spostamento dal " verbale al digitale" verso il "**visuale e scritto a mano**" che anche online funziona benissimo per il suo potenziale di immediatezza, riconoscibilità e personalità: un mini percorso di due giornate che parte **dall'uso di carta e penna per spiegare, raccontare e pensare.**

OBIETTIVI:

I partecipanti al fine di questo percorso, avranno compreso come impostare una content strategy funzionale e sostenibile e saranno in grado di realizzare anche con risorse proprie, video efficaci immediatamente usabili su Youtube e sui social.

METODOLOGIA DIDATTICA:

La fase dell'esposizione teorica, sarà accompagnata da esercitazioni pratiche.

DESTINATARI:

Marketing Manager, SocialMedia Manager, Commerciale aziendale e area comunicazione.

DATE:

- Martedì 30 maggio 2017
- Martedì 13 giugno 2017
- Martedì 27 giugno 2017
- Martedì 03 ottobre 2017
- Martedì 17 ottobre 2017
- Martedì 07 novembre 2017
- Martedì 21 novembre 2017

DURATA:

7 giornate



FORMAZIONE

ORARIO:

dalle 10:00 alle ore 17:00

SEDE

Federlegno Arredo Eventi SpA
Foro Buonaparte 65 - Milano

QUOTE DI PARTECIPAZIONE:

Percorso Completo 7 giornate 2500,00€+iva

Content strategy 30 maggio 2017

Video making e marketing 13 e 27 giugno 2017

Social media marketing per arredo&design 3 e 17 ottobre 2017

Visualizzare le idee 7 e 21 novembre 2017

Solo PRIMO MODULO 3 giornate 950,00€ +iva

Content strategy 30 maggio 2017

Video making e marketing 13 e 27 giugno 2017

Solo SECONDO MODULO 2 giornate 850,00€ +iva

Social media marketing per arredo&design 3 e 17 ottobre 2017

Solo TERZO MODULO 2 giornate 850,00€ +iva

Visualizzare le idee 7 e 21 novembre 2017

Offerta Early Booking del 10% per iscrizioni entro 7 giorni prima rispetto alla data di inizio del percorso scelto.

DOCUMENTAZIONE:

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

PROGRAMMA:

#Primo modulo

Content Strategy 30 maggio 2017

- Cos'è una content strategy e perché è necessaria; Personas, custode journey, identificazione degli obiettivi
- Dall'audit dei contenuti al piano editoriale
- Contenuti aziendali, UGC, content curation
- I formatori: testi, immagini, audio, video, slide
- Declinare un contenuto in tutti i formatori opportuni
- La distribuzione: far trovare i contenuti su Google, distribuirli attraverso sito social network e newsletter
- Il ciclo di vita dei contenuti: creazione, distribuzione, manutenzione, archiviazione



FORMAZIONE

Video Making & Marketing 13 giugno 2017 e 27 giugno 2017

Video marketing: cos'è?

- Le parole chiave di una strategia di video marketing
- L'evento al centro delle storie
- Esercitazione: impariamo a riconoscere gli eventi intorno a noi
- Come si sviluppa una campagna digital
- Toolbox: strumenti digitali alla portata di tutti
- L'utilizzo di questi strumenti in occasione della fiera: come estendere l'effetto della fiera grazie al digital

La produzione

- I tre tipi di produzione: tradizionale, sequenziale e single-shot
- Orientarsi sull'acquisto: tre kit(video, audio, stabilizzazione) per tre diversi approcci alla ripresa video. Caratteristiche tecniche e grammatiche per ciascuno dei kit
- Esercitazione: la ripresa mobile

Impariamo a confezionare il nostro prodotto

- La produzione tradizionale su pc, mac, tablet e smartphone
- La produzione sequenziale: le nuove frontiere di Snapchat e Instagram stories
- La produzione single shot: la "ripresa continua" per l'on-demand e il live streaming
- Esercitazione: la post-produzione e il live streaming con strumenti alla portata di tutti

Impariamo ad affidarci all'esterno

Guida all'acquisto dei servizi: come creare una relazione con video maker freelance o agenzie video

Progettiamo e realizziamo un live-streaming completo

- Come si imposta un live streaming più completo: impariamo a costruire un live su Youtube o su Facebook

#Secondo modulo

Social Media Marketing per Arredo & Design 3 ottobre 2017

- I social media nel mix della comunicazione aziendale
- Raccontare le aziende e i prodotti sui social: contenuti, formati, linguaggi, schermi narrativi
- Scegliere le piattaforme giuste su cui investire, per impostare una presenza efficace e sostenibile nel tempo
- Facebook: caratteristiche, pregi e difetti del social più diffuso
- Instagram: fare visual storytelling e intercettare e coinvolgere gli influencer
- Twitter: quando e come ha senso usarlo
- Pinterest, Polyvore, Houzz: quando come e perché possono servire

I partecipanti avranno:

- Una panoramica chiara delle piattaforme esistenti e di come impostare una presenza efficace e soprattutto, sostenibile.
- Esempi concreti e case studies che possono ispirarli
- Una percezione realistica di cosa possono ottenere e quanto costa avere risultati
- Un feedback sulla propria presenza social e sulle attività già svolte.



FORMAZIONE

Facebook Advertising 17 ottobre 2017

- La pubblicità su Facebook non funziona? Cosa fare e non fare utilizzando FB Adv
- La scelta del target: segmentazione per interesse, custom audience, lookalike audience
- Tutti i prodotti dell'advertising, dal promoted post al multi-product ads
- Il remarketing attraverso Power Editor
- La verifica dei risultati
- Budgeting e strategie

I partecipanti capiranno:

- Come usare Facebook in modo ragionato, sostenibile e strategico per il proprio business
- Come definire budget, impostare campagne e scegliere il target giusto, ottenendo risultati misurabili e concreti

#Terzo modulo

Visualizzare le idee: comunicare visually e un-digitally 7 e 21 novembre 2017

- Usare la comunicazione visuale per pensare, spiegare, vendere: alfabeto visivo, regole, trucchi e format.
- Gli strumenti e i materiali "analogici": carta, matita, colori, post-it
- Dall'analogico al digitale: computer, smartphone e tablet in modo visuale e creare semplici- ma efficaci- video animati

I partecipanti:

- Acquisiranno un intero set di strumenti e un nuovo vocabolario espressivo.
- Si libereranno da ogni residua paura di "non saper disegnare" attraverso esercitazioni impegnative ma divertenti
- Affronteranno nodi problemi e domande reali tratti dalla propria esperienza di vita e lavoro



Alessandra Farabegoli

Biologa prestata all'informatica e poi alla comunicazione in rete, web strategist e appassionata divulgatrice della cultura digitale, dalla fine degli anni '90 Alessandra Farabegoli aiuta aziende, enti e professionisti a usare Internet per fornire un servizio migliore, guadagnare di più lavorare meglio.

Fa parte della lista di MailChimp Experts raccomandati da MailChimp.

È autrice di "Sopravvivere alle informazioni su Internet – rimedi all'information overload" (Apogeo 2012), "Email Marketing con MailChimp", il primo manuale in italiano su uno dei più diffusi servizi di mailing (Apogeo 2013), "Email marketing in pratica" (Apogeo 2014). Il suo blog "Alessandra Farabegoli – a common sense dispenser" offre strumenti concreti per integrare la cultura digitale nella propria strategia d'impresa. Il suo ebook "Manuale di buon senso in rete", raccolta annuale ragionata dei post del suo blog, viene scaricato e letto ogni anno da migliaia di persone. È docente di social media marketing nei master di Bologna Business School e IUAV-Università di San Marino; Nel 2012 ha fondato insieme a Gianluca Diegoli il progetto di formazione Digital Update.



Fabrizio Ulisse

Cofounder di Vudio, agenzia che aiuta aziende ed organizzazioni a integrare video e live streaming in progetti editoriali e di storytelling, Fabrizio si occupa da vent'anni di architettura delle informazioni e convergenza dei media, attraverso la progettazione di format, canali web tv, piattaforme e processi di produzione ed eventi live per aziende private, onlus e partiti politici.

Blogger ed early adopter di media social, coniuga la passione per i mezzi di produzione con la sperimentazione compulsiva di app e piattaforme innovative. Ha tenuto corsi di formazione su architettura delle informazioni e video produzione presso istituzioni pubbliche e private fra cui il Centro Elis di Roma e L'Università di Milano/Bicocca. Ha pubblicato " Qui. Ora. Il live streaming come strumento di marketing per le piccole medie imprese".

Claudio Cerulli

Si definisce un ingegnere atipico: alla tastiera preferisce una fida matita HB per unire tutti i puntini che gli si parano davanti.

È consulente- formatore da oltre dieci anni sul tema della comunicazione, soprattutto quella
visuale.

Lo sentirete spesso citare McGyver e il suo proverbiale coltellino svizzero.

Ha la passione dei video illustrati, e vi insegnerà come costruirveli da soli, senza trucchi, per comunicare al meglio, ai vostri colleghi come ai vostri clienti.





FORMAZIONE

Elena Cattaneo

Architetto dal 1991, giornalista 2001: questo l'intervallo di tempo che ha segnato il passaggio dalla vita di cantiere a quello delle redazioni. Elena scrive di prodotti ,interior design e architettura da circa 25 anni. Prima come collaboratrice, poi come redattrice interna, la Mondadori è stata il suo luogo di lavoro fino al 2013. Da gennaio 2014 apre un blog personale dedicato all'interior design e collabora con varie riviste del settore (Casa Facile, Icon Design, D Casa, Donna Moderna).

Alla fine del 2016 decide di ricominciare a scrivere sul suo blog non solo come diario personale ma proporlo come strumento di comunicazione per le aziende del settore.



Enrico Marchetto

È in rete dal 1994 e ha percorso quello che probabilmente è un tracciato piuttosto consueto per chi si occupa di Web Marketing: dalla produzione dei contenuti al SEO, da Adwords al Facebook Advertising. Nel 2002 ha fondato Noiza, una delle più longeve realtà italiane nel segmento del marketing digitale. Ha insegnato Sociologia del Consumi allo IULM di Milano fino al 2011. Ora continua l'attività di formazione e sempre allo IULM a Milano con un laboratorio sulla Social Media Strategy. Dall'aprile del 2012 è Presidente di Trieste Città Digitale.



Il Project Management in pratica le competenze fondamentali

Organizzare e gestire le attività aziendali per progetti è stato per molto tempo prerogativa di grandi imprese. Oggi il numero e le tipologie di aziende che lavorano per progetti si è ampliato tantissimo, e ancora sta crescendo, grazie alla sempre maggior consapevolezza che la capacità di lavorare per progetti rappresenta una delle competenze chiave necessarie nella moderna gestione aziendale.

Il nostro corso di Project Management consente di acquisire gli strumenti ed il corretto approccio per la gestione di progetti nei diversi contesti.

L'efficacia di un progetto finalizzato a un output di successo dipende, secondo il nostro approccio, sia dalle strategie di lavoro che il Project Manager è in grado di adottare nel perseguimento degli obiettivi, sia dalla capacità di lavorare in sinergia con i vari team interni, con colleghi e clienti.

Sviluppare capacità di *team work* in questo contesto significa non solo valorizzare le capacità di tutti i membri coinvolti e migliorare e incrementare il valore personale, ma soprattutto raggiungere risultati di maggior efficacia rispetto agli obiettivi dati.

OBIETTIVI:

Definire il concetto di progetto e mostrare come, nella gestione di una impresa di successo, la gestione dei progetti e quella dei processi debbano convivere e integrarsi.

L'approccio è quello di considerare la gestione per progetto come strumento manageriale per la gestione del cambiamento e dell'innovazione e ne verranno sottolineati i legami con la strategia aziendale. Il corso rispecchia l'impostazione secondo la quale un Project Manager deve sommare alla conoscenza di tecniche di pianificazione e controllo anche la conoscenza delle dinamiche organizzative e un bagaglio di competenze più trasversali per la gestione dei clienti (interni ed esterni) e dei team (soprattutto in situazioni di stress).

METODOLOGIA DIDATTICA:

La metodologia sarà caratterizzata da una forte interattività per favorire un apprendimento il più possibile esperienziale. Verranno utilizzati casi ed esercitazioni, individuali e di gruppo, role playing e supporti audiovisivi accompagneranno tutte le giornate, nel corso delle quali sarà favorito il confronto e l'interazione tra i partecipanti come ulteriore elemento di apprendimento.

DESTINATARI:

L'iniziativa si rivolge a tutti coloro che operano, a qualunque livello ed area aziendale (da quella amministrativa, a quella tecnica, a quella organizzativa), con compiti di gestione e coordinamento di iniziative progettuali, contribuendo con le proprie competenze tecniche e gestionali alla buona riuscita dei progetti stessi.

DATE:

- 14 giugno 2017
- 29 giugno 2017

DURATA:

due giornate



FORMAZIONE

ORARIO:

Registrazione partecipanti ore 9.00

Dalle ore 09.30 alle ore 17.30*

**(Il corso è stato progettato su due giornate per agevolare la massima partecipazione: la conseguente densità del programma richiede cortesemente la massima puntualità).*

SEDE

Federlegno Arredo Eventi SpA- Foro Buonaparte 65 - Milano

QUOTE DI PARTECIPAZIONE:

800,00€ + iva

Offerta Early Booking del 10% per iscrizioni entro 7 giorni prima rispetto alla data di inizio

DOCUMENTAZIONE:

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

PROGRAMMA:

Dai concetti base all'impostazione di un progetto

- Parole chiave e caratteristiche del ciclo di vita progettuale
- Identificazione e mappatura degli attori coinvolti (stakeholder)
- Raccolta delle esigenze del cliente e dei requisiti da soddisfare
- Impostazione del progetto attraverso la stesura di un "project charter"

Pianificazione del progetto e valutazione di rischi/opportunità

- Scomposizione delle attività progettuali
- Analisi dei rischi e delle opportunità
- Stima dei tempi e dei costi
- Stesura del piano

Esecuzione e controllo delle attività fino alla chiusura del progetto

- Gestione delle risorse e delle forniture
- Trattamento delle richieste di modifica
- Risoluzione dei problemi e dei conflitti
- Valutazione dello stato di avanzamento
- Capitalizzazione finale dell'esperienza

Il gioco di squadra: cooperare per affrontare e risolvere problemi in gruppo

- Cosa accade quando si lavora in team: le dinamiche di gruppo
- Comportamenti orientati al "compito" e comportamenti orientati alla "relazione": come equilibrare i propri atteggiamenti
- Cooperare: condividere gli obiettivi e definire le responsabilità
- La leadership di progetto: saper fare "spogliatoio", superare i momenti critici e renderli momenti forti



FORMAZIONE



Walter Ginevri è un Senior Consultant esperto nei processi di re-engineering organizzativo con una consolidata esperienza quale Project Advisor presso gruppi bancari ed industriali. Si è inoltre specializzato nella conduzione di interventi di Executive Coaching, mettendo a frutto l'esperienza manageriale maturata quale responsabile della governance di progetti e di servizi ICT. Ha lavorato nell'ambito di iniziative di ricerca europee pubblicando articoli e partecipando, quale relatore, a seminari internazionali sui temi del Program & Portfolio Management. Nell'ambito del PMI, ha ricoperto dal 2011 al 2014 la carica di Presidente del Northern Italy Chapter.



Stefania Conversi è una Senior Consultant esperta di tecniche e metodologie per lo sviluppo del potenziale e la formazione manageriale. Progetta e coordina attività di formazione esperienziale, assessment di valutazione del potenziale, laboratori di crescita e sviluppo personale, programmi di valutazione e bilancio di competenze, percorsi di orientamento. Oggi opera come libera professionista, dopo quindici anni di attività trascorsi nella Funzione Risorse Umane di diverse società, italiane, statunitensi e inglesi, dove ha ricoperto ruoli di Responsabile Selezione, Formazione, Sviluppo e di Direttore del Personale.

Le principali aree di competenza riguardano gli aspetti gestionali e relazionali (comunicazione interpersonale, sviluppo e gestione della leadership, team building, tecniche di presentazione in pubblico, intervista di selezione, intervista gestionale, conduzione di riunioni, team work, valutazione e sviluppo del potenziale, metodologie per sviluppare la motivazione).

Certificata PNL Coach (presso InCoach Academy) e Counselor (Life e business Counselor iscritta all'albo italo svizzero AISCON; certificata Professional Counselor da AssoCounseling); Consulente certificata e accreditata *TT Success Insights®*, fornisce supporto consulenziale al management su tematiche di riassetto organizzativo e di gestione del personale. Fornisce inoltre servizi di consulenza rivolti a privati. Si dedica permanentemente ad attività di ricerca e approfondimento delle tematiche di miglioramento personale e conduce laboratori e sessioni esperienziali dedicate al potenziamento delle risorse personali.



La Comunicazione al Front-Office

Sviluppare e migliorare il rapporto del Personale di front-office con il cliente/utente, attraverso l'approfondimento e il potenziamento di abilità comunicative di ascolto e il consolidamento del grado di consapevolezza del proprio ruolo professionale e della qualità del proprio compito.

L'attività di Front Office pone l'operatore in una condizione ad alta stimolazione emotiva in cui, oltre a gestire contenuti informativi con la clientela, si trova a dover gestire situazioni ed una complessità di richieste (spesso anche emotive), dovendo rispondere frequentemente in maniera immediata e operativamente efficace. Ciò può generare stati di tensione, sensazione di stanchezza, difficoltà comunicative.

In questo Corso affronteremo soprattutto gli aspetti della Comunicazione efficace, ovvero, di quella verbale e non verbale, dell'empatia, dell'assertività, dell'aggressività, della passività e verranno delineate strategie a supporto della gestione dello stress relazionale

OBIETTIVI:

Sviluppare e migliorare il rapporto del Personale di front-office con il cliente/utente, attraverso l'approfondimento e il potenziamento di abilità comunicative di ascolto e il consolidamento del grado di consapevolezza del proprio ruolo professionale e della qualità del proprio compito.

DURATA:

Una giornata

DATA:

21 giugno 2017

ORARIO:

Dalle ore 10.00 alle ore 17.30

SEDE

Federlegno Arredo Eventi SpA- Foro Buonaparte 65 - Milano

QUOTE DI PARTECIPAZIONE:

450,00€ +iva

Offerta Early Booking del 10% per iscrizioni entro 7 giorni prima rispetto alla data di inizio

METODOLOGIE:

Per i temi trattati ampio spazio sarà dato all'utilizzo di metodologie attive: la parte teorica verrà frequentemente alternata a esercitazioni, individuali e di gruppo, a role playing , a filmati e a test di autovalutazione.





FORMAZIONE

PROGRAMMA:

Il ruolo del personale di Front-Office

- Percezione del proprio ruolo di front-line (livello operativo, comunicativo, decisionale, simbolico);
- Aspetti critici della Comunicazione nel ruolo
- Aspettative dei clienti
- Criticità nel rapporto col cliente (obiezioni e reclami) (simulazione)
- Elementi di gestione del tempo
- Locus of control

Cos'è la comunicazione

- Bisogno naturale
- Atto sociale: giudizio/pregiudizio/stereotipi/codici e convenzioni

Modalità

- Verbale/ paraverbale/ non verbale/ prossemica (esercizio foto)
- Empatia
- Stili di comunicazione (passivo, assertivo, aggressivo) (simulazione);
- Tipo di attenzione (alle informazioni/alle persone/alcontesto)
- Dialogo, piccolo gruppo e riunione
- La comunicazione telefonica.

Tecniche

- Rispecchiamento;
- Parafrasi;
- Domande;
- Semplificazione del linguaggio: sintesi – chiarezza- focalizzazione

Disturbi nella comunicazione

- non corrispondenza tra relazione e informazione
- aspettative deluse
- messaggi ambivalenti
- doppio legame
- criticismo
- conflitto

Comunicazione come veicolo di riconoscimento e rinforzo per stima e autostima

- Conferma e disconferma
- Negazione e squalifica
- Frasi negative e frasi positive (il potere della parola)
- Il feed-back

Stress e comunicazione

- Lo stress può dipendere da una cattiva comunicazione?
- Frasi che generano stress
- L'auto-inganno e gli alibi delle scelte
- Le trappole
- Modalità di gestione dello stress



FORMAZIONE



Stefania Conversi è una Senior Consultant esperta di tecniche e metodologie per lo sviluppo del potenziale e la formazione manageriale. Progetta e coordina attività di formazione esperienziale, assessment di valutazione del potenziale, laboratori di crescita e sviluppo personale, programmi di valutazione e bilancio di competenze, percorsi di orientamento. Oggi opera come libera professionista, dopo quindici anni di attività trascorsi nella Funzione Risorse Umane di diverse società, italiane, statunitensi e inglesi, dove ha ricoperto ruoli di Responsabile Selezione, Formazione, Sviluppo e di Direttore del Personale.

Le principali aree di competenza riguardano gli aspetti gestionali e relazionali (comunicazione interpersonale, sviluppo e gestione della leadership, team building, tecniche di presentazione in pubblico, intervista di selezione, intervista gestionale, conduzione di riunioni, team work, valutazione e sviluppo del potenziale, metodologie per sviluppare la motivazione).

Certificata PNL Coach (presso InCoach Academy) e Counselor (Life e business Counselor iscritta all'albo italo svizzero AISCON; certificata Professional Counselor da AssoCounseling); Consulente certificata e accreditata *TT Success Insights*[®], fornisce supporto consulenziale al management su tematiche di riassetto organizzativo e di gestione del personale. Fornisce inoltre servizi di consulenza rivolti a privati.

Si dedica permanentemente ad attività di ricerca e approfondimento delle tematiche di miglioramento personale e conduce laboratori e sessioni esperienziali dedicate al potenziamento delle risorse personali.



Normativa Doganale e valore in dogana Rappresentanza in dogana e regimi doganali

Si tratta di un intervento formativo destinato alle risorse interne che intervengono nella gestione delle informazioni riguardanti trasversalmente il flusso delle esportazioni.

Il percorso si svolgerà in due giornate: la prima incentrata sul tema del normativa doganale e del valore in dogana allo scopo di valutare le implicazioni doganali delle transazioni commerciali internazionali e di identificare e analizzare gli elementi del valore e determinare il valore in dogana.

La seconda giornata incentrata sulle regimi doganali e la rappresentanza in Dogana per imparare ad identificare gli strumenti e le caratteristiche chiave connesse con i principali regimi doganali, a controllare consciamente gli elementi alla base delle dichiarazioni richieste durante i processi di sdoganamento e ad identificare le implicazioni per l'azienda della rappresentanza diretta ed indiretta

OBIETTIVI:

- Comprendere il framework della legislazione doganale
- Acquisire le regole di base riguardanti la movimentazione delle merci nel commercio internazionale
- Governare i principi alla base della determinazione del valore in dogana
- Identificare gli INCOTERMS®
- Comprendere i processi che governano il commercio internazionale delle merci e i documenti richiesti
- Governare le procedure e le operazioni doganali, ottimizzandole sotto i profili economici e amministrativi
- Individuare la differenza fra rappresentanza diretta e indiretta

METODOLOGIA DIDATTICA:

Definizione di una mappa della conoscenza utile, ossia il riferimento a normative, testi dottrinali, riflessioni, ecc., che possono essere collegati ai singoli aspetti della materia doganale di interesse dell'azienda. Questo, allo scopo di consentire ai presenti di reperire con immediatezza le fonti normative, ma anche la loro evoluzione nel corso del tempo, il tutto al fine di ottenere un quadro organico, seppur dinamico, di "quel che serve".

DESTINATARI:

Responsabili di funzione e collaboratori dei reparti Export, Amministrazione, Commerciale, Tecnico, Acquisti
(La materia doganale tocca trasversalmente, a vari livelli tutta l'azienda)

DATE:

28 giugno 2017
12 luglio 2017

DURATA

due giornate



FORMAZIONE

ORARIO

Dalle ore 10.00 alle ore 17.00

SEDE:

Federlegno Arredo Eventi SpA
Foro Buonaparte 65 - Milano

QUOTA DI PARTECIPAZIONE:

800,00€+iva

Offerta Early Booking del 10% per iscrizioni entro 7 giorni prima rispetto alla data di inizio

DOCUMENTAZIONE:

Ai partecipanti sarà distribuito il materiale didattico del corso in formato elettronico, alla fine del corso.

PROGRAMMA:

Prima Giornata :

NORMATIVA DOGANALE E VALORE IN DOGANA

- Normativa doganale e accordi internazionali(WTO, convenzioni, protocolli) regolamenti unionali, legislazione nazionale
- Il framework dei diversi regimi doganali(import, export, regimi temporanei, economici e sospensivi)
- Accordo relativo all'attuazione dell'articolo VII del GATT, elementi del valore, determinazione del valore in dogana,
- Sanzioni previste dalla normativa nazionale per l'errata indicazione del valore, revisione d'ufficio o su richiesta del dichiarante
- Panoramica degli INCOTERMS® in relazione al valore in dogana

Seconda Giornata :

RAPPRESENTANZA IN DOGANA E REGIMI DOGANALI

- Analisi approfondita del trattamento delle merci vincolate ai regimi doganali, regole e prassi, i documenti richiesti e come si rapporto tra loro dal punto di vista doganale(ad es. DAU,DAE, fatture e documenti di trasporto) anche nella prospettiva della documentazione di follow-up, sanzioni previste dalla normativa doganale
- Spedizionieri doganali, rappresentanza diretta e indiretta





FORMAZIONE

Liberatore Fulvio

Presidente della società Easy Frontier

Consulente e Analista in materia doganale.

Analisi di procedure doganali. Ottimizzazione servizi doganali.

Formazione in materia doganale e project management.

Rappresentante di Confindustria presso Business Europe e della Federazione ANIMA

Membro effettivo del Gruppo di Lavoro Dogane di Confindustria partecipazione ai lavoro del GdL Dogane di Confindustria. Elaborazioni di documenti di commento e analisi della normativa doganale unionale e nazionale.

Elaborazione di contributi destinati al TCG nell'ambito della procedura di consultazione per l'elaborazione degli atti di attuazione e delegati relativi al Codice Doganale dell'Unione.

Formatore in materia Doganale, predisposizione di progetti formativi in ambito doganale per aziende che effettuano frequenti scambi con l'estero. alcune delle aziende nelle quali sono stati svolti interventi formativi:

Bialetti, Imac, Pensotti, Scarpa, gruppo Camozzi.





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 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.



FORMAZIONE

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