



EIDOS
consulting

SERVIZI FORMATIVI E CONSULENZIALI

Catalogo 2019

Eidos Consulting S.r.l.
Via Giannini, 26 - 61045 Pergola (PU) - tel. e fax 0721/736676 - 739308
Via Rugabella, 1 - 20122 Milano - Tel. e fax 02/80581798
Sito internet: www.eidosconsulting.it
e-mail : info@eidosconsulting.it
Pagina LinkedIn e Facebook: Eidos Consulting Srl

L'OFFERTA FORMATIVA DI EIDOS CONSULTING SRL

Eidos Consulting S.r.l. propone progetti di formazione “su misura” in funzione delle esigenze dei committenti, destinati ad aziende private, enti pubblici, banche, associazioni.

Sono gestite tutte le fasi del progetto formativo dalla progettazione, al coordinamento ed erogazione dei corsi, fino al monitoraggio degli stessi.

La progettazione e l'erogazione dell'attività formativa di Eidos Consulting S.r.l. si qualifica per una serie di elementi:

- Forte grado di innovazione sia nei contenuti, sia nelle metodologie didattiche
- Massima personalizzazione dei corsi di formazione in funzione delle specifiche dei committenti e delle esigenze dei destinatari finali
- Elevata attenzione alla qualificazione dei docenti impiegati nell'attività formativa.

-
- Coinvolgimento dei partecipanti ai corsi attraverso metodi didattici che favoriscono l'interazione e la messa in comune delle esperienze
 - Monitoraggio dei corsi di formazione (valutazione del gradimento, dell'apprendimento, del "clima d'aula" e delle conseguenze operative nella realtà aziendale)
 - Assistenza post-corso: il rapporto non si esaurisce con la fine del corso. Eidos predispone un servizio ad hoc per agevolare i partecipanti dei corsi a trasferire e ad applicare nella propria realtà lavorativa quanto appreso
 - E-learning: attraverso moduli di autoapprendimento è possibile preparare i partecipanti ai temi trattati in aula e, dopo l'intervento formativo, utilizzare dei moduli di approfondimento

L'OFFERTA FORMATIVA DI EIDOS CONSULTING SRL

AREA ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO RISORSE UMANE

- Leadership, delega, motivazione
- People management
- Change management
- Team Building: come costruire un gruppo di lavoro di successo
- La struttura organizzativa
- Efficienza organizzativa
- La gestione del tempo
- L'analisi del clima aziendale
- La valutazione delle prestazioni
- La valutazione delle posizioni
- La valutazione del capitale intellettuale
- La trasmissione delle competenze

AREA FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE

- L'ABC del controllo di gestione
- Il budget
- I sistemi di reporting e il balanced scorecard
- L'analisi di bilancio
- La gestione finanziaria: programmazione e pianificazione finanziaria
- L'analisi dei costi per prendere decisioni corrette
- Preparare l'azienda per l'affidamento bancario
- La creazione di valore: l'EVA®
- La valutazione degli investimenti
- Valutare un'azienda: criteri e metodologie
- Indicatori di performance
- Il check up economico-finanziario
- Le simulazioni economico-finanziarie
- Il bilancio sociale o di sostenibilità
- Il business plan
- Il business game

AREA MANAGEMENT

- Cultura, creatività, innovazione, vantaggio competitivo
- Programma sviluppo manageriale
- Programma sviluppo manageriale avanzato
- Master sviluppo manageriale
- La gestione dei progetti
- La gestione avanzata dei progetti
- Internazionalizzazione e Impresa: ragioni e fattori determinanti
- Il Business Plan per l'estero: Come pianificare la presenza dell'impresa sui mercati stranieri

AREA COMUNICAZIONE

- Tecniche di comunicazione
- Essere assertivi
- Tecniche di negoziazione
- Comunicazione e immagine aziendale
- Social Network e Web - Social Media Management

AREA MARKETING

- Strategie di marketing
- Tecniche di customer satisfaction e CRM
- Marketing e vendite
- Tecniche di vendita
- La gestione delle reti di vendita
- Come gestire una trattativa in modo efficace
- Account management learning

AREA QUALITÀ E CERTIFICAZIONE

- Qualità e certificazione ISO 9001:2015
- Certificazione ambientale ISO 14001:2015
- Certificazione di Sicurezza ISO 45001:2018 - OHSAS 18001:2007
- Certificazione di Sicurezza Alimentare ISO 22000:2018
- Certificazione etica SA 8000:2014
- Certificazione di prodotto/servizio
- Six Sigma
- Problem solving e il ciclo di Deming

A person with short blonde hair, wearing a pink ribbed sweater, is seen from behind, sitting at a desk. They are looking out a large window that fills the room with bright, warm sunlight, creating a lens flare effect. The background outside the window is blurred, showing a cityscape or office buildings.

AREA **ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO RISORSE UMANE**

LEADERSHIP, DELEGA, MOTIVAZIONE

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti per esercitare una leadership efficace e per utilizzare correttamente le tecniche motivazionali e lo strumento della delega

CONTENUTI

- Cosa è la leadership
- Le tipologie di Leadership
- Come esercitare efficacemente la leadership per ottenere risultati
- Le tecniche per la motivazione del personale
- La delega efficace

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche con forte coinvolgimento dei partecipanti
- Esercitazioni
- Questionari
- Video
- Role playing

DURATA

2 giorni (16 ore)

PEOPLE MANAGEMENT

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti di gestione delle persone e la conoscenza delle leve necessarie per lo sviluppo delle competenze dei propri collaboratori al fine di ottenere prestazioni eccellenti

CONTENUTI

- La gestione dei collaboratori : valorizzare e motivare per sviluppare le competenze professionali
- Sviluppo delle responsabilità e delega
- La valutazione delle prestazioni: la comunicazione degli obiettivi attesi, il monitoraggio, la valutazione dei risultati
- Il sistema premiante
- Il coaching : sviluppo delle competenze individuali e crescita del Team
- “Il clima” aziendale : fornire obiettivi comuni per raggiungere prestazioni eccellenti

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche con forte coinvolgimento dei partecipanti
- Role playing
- Simulazione di colloqui di coaching

DURATA

2 giorni (16 ore)

CHANGE MANAGEMENT

OBIETTIVI

Favorire lo sviluppo di attitudini e competenze per gestire con efficacia i processi di cambiamento nelle imprese: riorientamenti strategici, cambiamenti della cultura aziendale, ristrutturazioni, reengineering, fusioni, ecc.

CONTENUTI

- Le principali tipologie di cambiamento ed i loro impatti sulle organizzazioni e sulle persone
- le resistenze al cambiamento: come superarle
- I principali errori nei processi di cambiamento: come evitarli
- Cambiamento e cultura
- Presentazione di case history

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali
- Analisi della realtà organizzativa di riferimento del cliente

DURATA

2 giorni (16 ore)

TEAM BUILDING: COME COSTRUIRE UN GRUPPO DI LAVORO DI SUCCESSO

OBIETTIVI

- Sviluppare le capacità per gestire, condurre ed operare efficacemente all'interno di un team di lavoro

CONTENUTI

- Perché lavorare in team
- Gli elementi costitutivi di un team
- Come organizzare e gestire un team di progetto
- La gestione negoziale dei conflitti
- Il team ed il problem solving
- Il divario fra responsabilità funzionale e gerarchica

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazione pratiche con attività in sottogruppi

DURATA

1 giorno (8 ore)

LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA

OBIETTIVI

- Favorire la conoscenza delle fondamentali variabili che caratterizzano la struttura organizzativa
- Sviluppare le competenze necessarie per intervenire nella progettazione e/o modifica di un modello organizzativo

CONTENUTI

- Favorire la conoscenza delle fondamentali variabili che caratterizzano la struttura organizzativa
- Sviluppare le competenze necessarie per intervenire nella progettazione e/o modifica di un modello organizzativo

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali

DURATA

2 giorni (16 ore)

EFFICIENZA ORGANIZZATIVA

OBIETTIVI

Favorire l'acquisizione di strumenti di base per l'analisi, la rilevazione e la riprogettazione delle attività e dei microprocessi per incrementare l'efficacia operativa delle Unità Organizzative.

CONTENUTI

- Introduzione all'organizzazione: modelli di organizzazione, processi e meccanismi operativi
- La microstruttura, la composizione della mansione e i compiti elementari
- Metodologia di analisi della microstruttura
- l'individuazione delle attività prioritarie per raggiungere i fini istituzionali dell'unità operativa
- Le tecniche di rilevazione e gli indicatori di efficienza
- L'individuazione del cliente interno e la rilevazione delle non conformità
- La definizione degli standard
- Gli strumenti di coordinamento delle attività
- le tecniche di analisi dei processi
- La rilevazione dei costi e dei tempi
- La rilevazione dei carichi di lavoro e il
- Progetti di intervento e di miglioramento

**METODOLOGIA
DIDATTICA**

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Per quanto riguarda le tecniche di rilevazione verrà effettuata una simulazione operativa delle modalità di rilevazione, dell'individuazione delle variabili da analizzare e delle tecniche di analisi

DURATA

2 giorni (16 ore)

LA GESTIONE DEL TEMPO

OBIETTIVI

Sviluppare la capacità di gestire efficacemente il proprio tempo e quello dei collaboratori

CONTENUTI

- Tempo reale e percezione psicologica del tempo
- La gestione delle priorità
- Analisi delle tendenze a:
 - rimandare
 - caricarsi di impegni
- I ladri di tempo: come difendersi
- L'analisi delle perdite di tempo
- La gestione dell'ansia legata allo svolgimento del lavoro urgente
- Strumenti per il miglioramento per una efficace gestione del tempo:
 - la pianificazione del tempo
 - il processo di delega
 - la gestione efficace delle riunioni
 - la comunicazione efficace

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Analisi individuali della gestione del proprio tempo

DURATA

1 giorno (8 ore)

L'ANALISI DEL CLIMA AZIENDALE

OBIETTIVI

- Come utilizzare l'analisi del clima interno per meglio gestire, motivare e soddisfare il personale
- Saper progettare e realizzare un'indagine del clima aziendale
- Saper leggere le evidenze che emergono

CONTENUTI

- Clima aziendale e contesto organizzativo di riferimento
- Il clima aziendale ed il fenomeno del mobbing
- Le tipologie di informazioni da raccogliere (conoscenza da parte del personale di obiettivi e strategie aziendali, delle proprie mansioni e competenze, dei propri clienti e fornitori e dei propri processi, valutazione del clima, dei bisogni, ecc.) e gli attori coinvolti
- Le modalità di rilevazione dei dati
- Come elaborare ed interpretare le evidenze che emergono
- L'analisi del clima aziendale ed i sistemi di gestione e motivazione del personale (sistemi di riconoscimento, sviluppo delle competenze professionali, sviluppo della comunicazione interna, gestione e pianificazione degli obiettivi)

**METODOLOGIA
DIDATTICA**

- Lezioni teoriche
- Applicazione della metodologia proposta al contesto organizzativo del cliente

DURATA

1 giorno (8 ore)

LA VALUTAZIONE DELLE PRESTAZIONI

OBIETTIVI

- Aiutare nella scelta del sistema di valutazione delle prestazioni più idoneo al proprio contesto organizzativo
- Saper implementare e gestire un sistema di valutazione delle prestazioni

CONTENUTI

- Gli elementi di base della valutazione delle prestazioni
- Valutazione delle prestazioni, valutazione delle posizioni, valutazione del potenziale: un confronto
- I sistemi di valutazione delle prestazioni basati sulle competenze
- I sistemi di valutazione delle prestazioni basati sugli obiettivi
- La scelta del metodo di valutazione delle prestazioni
- Il processo di valutazione delle prestazioni
- Valutazione delle prestazioni e sistemi premianti

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Applicazione delle metodologie proposte al contesto organizzativo del cliente

DURATA

2 giorni (16 ore)

LA VALUTAZIONE DELLE POSIZIONI

OBIETTIVI

- Comprendere come ogni singola posizione contribuisca al raggiungimento dei risultati aziendali
- Aiutare nella scelta del sistema di valutazione delle posizioni più idoneo al proprio contesto organizzativo
- Saper implementare e gestire un sistema di valutazione delle posizioni

CONTENUTI

- Gli elementi di base della valutazione delle posizioni
- Le metodologie di valutazione delle posizioni
- La scelta del metodo di valutazione delle posizioni
- Il processo di valutazione delle posizioni
- Valutazione delle posizioni e aspetti retributivi

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Applicazione delle metodologie proposte al contesto organizzativo del cliente

DURATA

1 giorno (8 ore)

LA VALUTAZIONE DEL CAPITALE INTELLETTUALE

OBIETTIVI

L'insieme delle risorse intangibili (intangibles assets) di una organizzazione viene definito capitale intellettuale. Obiettivo del corso è quello di analizzare lo sviluppo delle conoscenze aziendali nel contesto strategico e di bilancio, illustrando sistemi di misurazione per la valutazione del capitale intellettuale.

CONTENUTI

- Il Capitale Intellettuale : Capitale umano, Capitale Organizzativo e Capitale Relazionale esterno
- I metodi di misurazione dell'intangibile
- Metodi di realizzazione del bilancio del capitale Intellettuale : Value Platform
- La struttura del bilancio del Capitale Intellettuale
- La Balance Scorecard nella valutazione del Capitale Intellettuale
- Gli indicatori del bilancio del Capitale Intellettuale
- Strategie di comunicazione del bilancio

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezione in plenaria
- Discussione di casi aziendali

DURATA

1 giorno (8 ore)

LA TRASMISSIONE DELLE COMPETENZE

OBIETTIVI

Obiettivo è quello di acquisire maggiori capacità nella trasmissione delle proprie competenze al personale più giovane
Il corso si rivolge a personale senior

CONTENUTI

- Competenze come insieme di conoscenze, capacità e qualità
- Come trasmettere le proprie competenze
- Gli strumenti per la trasmissione delle competenze:
 - outdoor training
 - coaching
 - counselling
 - tecniche narrative
 - tecniche teatrali (laboratori teatrali, teatro d'impresa ecc.)
 - tecniche cinematografiche
 - tecniche musicali e improvvisative
 - business game
 - learning tour

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezione in plenaria
- Esercitazioni

DURATA

1 giorno (8 ore)

A close-up photograph of a person's hands holding a white tablet. The tablet screen displays a finance dashboard with a teal background, a white line graph, and the word 'FINANCE' in white capital letters. The person's left hand is holding the tablet, and their right hand, wearing a gold ring, is touching the screen. The background is a blurred wooden table and a person's arm in a blue shirt.

AREA FINANZA E CONTROLLO DI GESTIONE

L'ABC DEL CONTROLLO DI GESTIONE

OBIETTIVI

Favorire per i non addetti l'acquisizione di elementi di lettura del bilancio in un'ottica gestionale e degli altri strumenti del controllo di gestione, al fine di una migliore comunicazione interna sulle conseguenze economico-finanziarie della gestione

CONTENUTI

- Il controllo di gestione e il bilancio
- La lettura del bilancio per non addetti: finalità, contenuti e prospettivi
- Costruzione, riclassificazione e analisi di bilancio
- Il sistema di controllo di gestione come strumento manageriale
- L'analisi dei costi
- Le principali tipologie di costo
- Costi fissi e variabili; costi diretti e comuni
- Il modello del break even point
- I supporti contabili. Dalla contabilità generale alla contabilità analitica
- I centri di costo, di ricavo, di profitto
- L'articolazione del budget per centri di responsabilità
- I sistemi tradizionali di reporting
- L'analisi degli scostamenti dei ricavi, dei costi variabili, dei costi fissi, degli oneri finanziari
- Il balanced scorecard: un cruscotto strategico per la gestione

**METODOLOGIA
DIDATTICA**

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

2 giorni (16 ore)

IL BUDGET

OBIETTIVI

Favorire l'acquisizione di strumenti di base per la costruzione del budget sia in termini di programmazione economico-finanziaria, sia come orientamento delle azioni del management

CONTENUTI

- Il budget e la programmazione aziendale
- Il budget e l'assegnazione delle responsabilità e degli obiettivi
- Il processo di costruzione del budget
- I budget settoriali
- Il consolidamento dei budget settoriali
- Il budget ed il sistema di reporting

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali

DURATA

2 giorni (16 ore)

I SISTEMI DI REPORTING E LA BALANCED SCORECARD

OBIETTIVI

Sviluppare le competenze di analisi della performance di un'organizzazione finalizzata alla misurazione delle strategie aziendali coerentemente con il modello del balanced scorecard

CONTENUTI

- Introduzione ai sistemi di reporting
- L'analisi degli scostamenti
- Il cruscotto direzionale, il tableau de bord, i key performance indicator
- Il balanced scorecard: le 4 prospettive (economico-finanziaria, clienti, processi, competenze e innovazione)
- L'implementazione del balanced scorecard in azienda
- L'applicazione del modello del balanced scorecard nella realtà

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali
- Applicazione della metodologia proposta nella realtà del cliente

DURATA

2 giorni (16 ore)

L'ANALISI DI BILANCIO

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti le conoscenze di base per la l'analisi del bilancio finalizzata alla valutazione dell'andamento aziendale sotto il profilo economico, finanziario e monetario

CONTENUTI

- Gli elementi di base del bilancio: finalità informative, prospettive, principi contabili
- Il modello economico-finanziario dell'impresa ed il bilancio come sintesi della gestione
- Lo stato patrimoniale
- Il conto economico
- La riclassificazione dello stato patrimoniale
- La riclassificazione del conto economico
- Gli indici di bilancio:
 - redditività
 - equilibrio finanziario
 - solidità patrimoniale
 - rischio
- I flussi finanziari e il rendiconto finanziario

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

2 giorni (16 ore)

LA GESTIONE FINANZIARIA: PROGRAMMAZIONE E PIANIFICAZIONE FINANZIARIA

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti le conoscenze di base per la una corretta pianificazione finanziaria dell'azienda

CONTENUTI

- L'evoluzione della finanza nell'azienda: il ruolo della pianificazione finanziaria.
- I momenti della pianificazione finanziaria: piano finanziario, budget di cassa.
- La costruzione del piano e la determinazione del fabbisogno finanziario a partire dalla strategie aziendali.
- I criteri di valutazione di sostenibilità di un piano finanziario e le politiche di miglioramento di gestione dei flussi di cassa.
- La determinazione del fabbisogno finanziario di breve termine: il budget e il forecast di cassa.

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

1 giorni (8 ore)

L' ANALISI DEI COSTI PER PRENDERE DECISIONI CORRETTE

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti le conoscenze di base per utilizzare l'analisi dei costi per prendere le migliori decisioni

CONTENUTI

- Le varie tipologie di costo: natura, variabilità, oggetto di riferimento, modalità di programmazione, dimensione, controllabilità, momento di calcolo, impatto finanziario
- L'analisi costi-volumi-risultati
- L'analisi del break even point
- Le decisioni aziendali in funzione dei costi variabili, fissi, diretti, comuni
- Le decisioni di make or buy
- L'analisi what if

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

1 giorno (8 ore)

PREPARARE L'AZIENDA PER L'AFFIDAMENTO

OBIETTIVI

Comprendere i criteri e le metriche con cui gli istituti di credito valutano le aziende che richiedono un affidamento.

CONTENUTI

- Da Basilea 2 a Basilea 3, quali sono le regole con cui le banche fanno il rating delle aziende
- Come valuta una banca il merito del credito?
- Quanto pesa e come viene valutata la storia dell'azienda?
- Quanto conta argomentare sulla situazione in essere e documentare le iniziative che possono segnare il percorso strategico che l'azienda si propone di perseguire?
- Quanto è importante auto valutarsi e preparare le condizioni per accedere al credito o aumentarne la portata?

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

1 giorni (8 ore)

LA CREAZIONE DI VALORE: L'EVA[®]

OBIETTIVI

Fornire gli strumenti per la comprensione dell'Economic Value Added (EVA[®]) e per il suo utilizzo come misura della creazione di valore

CONTENUTI

- Introduzione al concetto della creazione di valore
- Evoluzione dei sistemi di misurazione della creazione di valore
- L'Economic Value Added per misurare la creazione di valore
- Applicazione della metodologia dell'EVA[®]
- L'EVA[®] e i sistemi di controllo di gestione
- Presentazione di casi aziendali

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione e discussione di casi aziendali

DURATA

2 giorni (16 ore)

LA VALUTAZIONE DEGLI INVESTIMENTI

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti le logiche e le tecniche più avanzate per gestire consapevolmente le decisioni aziendali che implicano investimenti

CONTENUTI

- Le tipologie di investimento
- I metodi di valutazione degli investimenti:
 - metodi aritmetici: Pay Back e ROI
 - metodi finanziari: NPV; indice di profittabilità; IRR; tasso implicito rettificato
- Il sistema di pianificazione e controllo degli investimenti
- L'analisi strategica degli investimenti
- L'analisi del rischio negli investimenti

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

2 giorni (16 ore)

VALUTARE UN'AZIENDA - CRITERI E METODOLOGIE

OBIETTIVI

- Approfondire i concetti di valore economico di un'azienda nell'ottica di valutazione del capitale aziendale.
- Conoscere i metodi di valutazione economica del capitale aziendale e i principali strumenti di stima del valore delle società.
- Acquisire le capacità di valutare un'azienda tramite i flussi economici e finanziari e le altre variabili, quali il patrimonio e i moltiplicatori di mercato.
- Migliorare le capacità di analisi e stima del valore economico aziendale ai fini della scelta di diverse ipotesi alternative di acquisizione e trasferimento d'azienda.
- Individuare il valore economico aziendale tramite l'attualizzazione dei flussi finanziari e economici prodotti e la determinazione del valore terminale dell'azienda.

CONTENUTI

- Le metodologie di valutazione del capitale economico:
 - il metodo basato sui flussi reddituali
 - il metodo basato sui flussi finanziari
 - il metodo del patrimonio
 - i metodi misti
 - i metodi basati sui moltiplicatori di mercato.

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazione pratica

DURATA

1 giorno (8 ore)

INDICATORI DI PERFORMANCE

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti un quadro d'insieme dei principali parametri di performance aziendale e la metodologia per la costruzione di un cruscotto di indicatori

CONTENUTI

- Misurazione, analisi e valutazione delle performance aziendali
- La costruzione di un sistema integrato di indicatori
- Indicatori economico-finanziari:
 - redditività
 - equilibrio finanziario
 - competitività
- Indicatori gestionali :
 - qualità del servizio
 - flessibilità
 - utilizzo delle risorse
- La griglia degli indicatori di performance (esempi)

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

1 giorno (8 ore)

IL CHECK UP ECONOMICO-FINANZIARIO

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti le tecniche per conoscere lo stato complessivo della gestione sia sotto l'aspetto economico-finanziario, sia sotto il profilo del rischio.

CONTENUTI

- Presentazione del modello generale
- Analisi del profilo economico-finanziario d'impresa:
 - lo sviluppo
 - la redditività operativa
 - la leva finanziaria
- Analisi del profilo di rischio d'impresa:
 - il rischio competitivo
 - il rischio finanziario
- L'assegnazione di un rating al profilo economico finanziario ed al profilo di rischio e l'assegnazione di un rating complessivo

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Applicazione della metodologia proposta alla realtà organizzativa del cliente

DURATA

2 giorni (16 ore)

LE SIMULAZIONI ECONOMICO-FINANZIARIE

OBIETTIVI

Consentire ai partecipanti di simulare, attraverso l'utilizzo di un apposito software, l'impatto sui risultati economico-finanziari di diverse scelte gestionali (per esempio si agisce su variabili come il prezzo, il livello di credito concesso ai clienti, gli investimenti, ecc.) secondo il modello "what if".
Il modello di simulazione è coerente con la realtà organizzativa del cliente

CONTENUTI

- Principi teorici degli aspetti economico-finanziari d'impresa (rendiconto finanziario, indicatori di redditività, finanziari ed altri indicatori di performance)
- l'utilizzo di un modello di simulazione per le decisioni aziendali
- Presentazione del software e guida all'utilizzo
- Effettuazione della simulazione con l'ausilio del personal computer

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazione pratica rappresentata dalla simulazione economico-finanziaria con l'ausilio del software

DURATA

2 giorni (16 ore)

IL BILANCIO SOCIALE E DI SOSTENIBILITÀ

OBIETTIVI

Fornire le competenze per la redazione e comunicazione (interna ed esterna) del bilancio sociale attraverso il quale rendicontare l'utilità sociale prodotta dall'organizzazione

CONTENUTI

- La responsabilità sociale d'impresa
- Gli obiettivi del bilancio di sostenibilità
- Valori, missione, strategie e politiche nel bilancio sociale
- L'identificazione e la trattazione degli stakeholders
- i principi da seguire nella redazione del bilancio di sostenibilità
- La "relazione sociale"
- Individuazione di un sistema di "indicatori sociali"
- La comunicazione del bilancio di sostenibilità
- I modelli di bilancio di sostenibilità:
 - GRI G4
 - GBS
- Analisi di bilanci sociali nelle diverse realtà organizzative

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Applicazione della metodologia proposta alla realtà organizzativa del cliente

DURATA

2 giorni (16 ore)

IL BUSINESS PLAN

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti le tecniche di base per la realizzazione di un business plan in relazione ad una nuova iniziativa (nuovo prodotto/servizio, aggressione di un nuovo mercato, avvio di una campagna pubblicitaria, nuovi investimenti, ecc.) o allo sviluppo delle iniziative attuali

CONTENUTI

- Contenuti, finalità e destinatari del business plan
- Come costruire un business plan
- L'organizzazione
- Il piano di marketing
- Il piano operativo
- Il piano finanziario
- Business plan e valutazione di convenienza
- Business plan e sistema di reporting
- Presentazione di esempi

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di esempi
- Ricostruzione del business plan in relazione a nuove iniziative reali o potenziali della realtà organizzativa del cliente

DURATA

2 giorni (16 ore)

IL BUSINESS GAME

OBIETTIVI

Il business game è un gioco di business che consente agli utenti/partecipanti di concorrere con dei competitors nell'ambito di un determinato scenario. Il fine è di stimolare nei partecipanti la capacità di decision making e l'attitudine a flessibilizzare la propria strategia in funzione delle "mosse" della concorrenza e dell'evoluzione dello scenario di riferimento.

Lo scenario, il mercato ed il contesto aziendale nonché i report saranno coerenti con la realtà organizzativa del cliente

CONTENUTI

- Principi teorici degli aspetti economico-finanziari d'impresa (riclassificazione stato patrimoniale e conto economico, rendiconto finanziario, indicatori di redditività, finanziari ed altri indicatori di performance)
- Analisi aspetti strategici
- Presentazione delle regole del gioco di business, dello scenario e del contesto aziendale di riferimento
- Effettuazione della giocata di prova
- Effettuazione delle giocate ufficiali
- Al termine di ciascuna giocata consegna ai partecipanti di un report di analisi dei risultati conseguiti
- Presentazione ed analisi dei risultati al termine delle giocate

IL BUSINESS GAME

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazione pratica rappresentata dallo svolgimento del business game

DURATA

2 giorni (16 ore)

AREA MANAGEMENT



CULTURA, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, VANTAGGIO COMPETITIVO

OBIETTIVI

Il vantaggio competitivo dell'Italia è la propria storia, la cultura, le opere d'arte. Come sviluppare innovazione partendo dall'analisi di elementi culturali sviluppati nel nostro paese.

CONTENUTI

- La bellezza e il successo
- La creatività
- L'innovazione
- Il vantaggio competitivo
- L'esame dell'opera d'arte e i segreti del suo successo
- Caratteristiche che danno il vantaggio competitivo

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezione in plenaria
- Esame dell'opera d'arte
- Lavoro in sottogruppo

DURATA

1 giorno (8 ore)

PROGRAMMA SVILUPPO MANAGERIALE

OBIETTIVI

- Supportare efficacemente progetti di cambiamento
- Rafforzare skills gestionali nelle aree del comportamento organizzativo

CONTENUTI

- Change management e team building
- Tecniche di management
- Gestire per obiettivi e per risultati
- Aspetti economico-finanziari della gestione
- Business game

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni in plenaria
- Esercitazioni in sottogruppo
- Presentazione di casi aziendali
- Business game

DURATA

8 giorni non consecutivi

PROGRAMMA SVILUPPO MANAGERIALE AVANZATO

OBIETTIVI

- Supportare efficacemente progetti di cambiamento
- Acquisire consapevolezza sulla gestione integrata delle risorse economiche, tecniche ed umane

CONTENUTI

- Presentazione del progetto formativo e del workshop SYMLOGÆ
- La gestione dei gruppi
- L'innovazione
- L'efficienza organizzativa
- Il processo di miglioramento continuo e il ciclo di Deming
- Progetti di miglioramento (attività sul campo)
- Workshop SYMLOGÆ
- Valutazione degli investimenti e business plan

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni in plenaria
- Esercitazioni in sottogruppo
- Presentazione di casi aziendali
- Attività sul campo
- Coaching

DURATA

2 giorni (16 ore)

MASTER SVILUPPO MANAGERIALE

OBIETTIVI

- Crescita guidata dei partecipanti sulle principali discipline manageriali
- Acquisizione delle conoscenze per ricoprire al meglio il ruolo manageriale dal punto di vista organizzativo e gestionale

CONTENUTI

- Le “eccellenze” gestionali
- L’azienda del futuro e nuovi modelli organizzativi
- Le patologie aziendali
- L’analisi del clima
- La comunicazione interna
- La gestione dei collaboratori
- Il coaching
- Il time management e la gestione delle riunioni
- La creatività
- Le tecniche di motivazione
- Tecniche di motivazione
- La leadership e l’entusiasmo

METODOLOGIA DIDATTICA

Incontri settimanali:

- Lezioni in plenaria
- Esercitazioni in sottogruppo
- Presentazione di casi aziendali
- Incident
- Presentazioni

DURATA

15 giorni

LA GESTIONE DEI PROGETTI

OBIETTIVI

Fornire gli strumenti di base per pianificare e organizzare le risorse dedicate al progetto e diffondere in azienda la cultura del Project Management

CONTENUTI

- La definizione degli obiettivi del progetto
- Dalla proposta al piano di dettaglio: la definizione del progetto e i ruoli coinvolti
- Gli strumenti della pianificazione: WBS, la matrice delle responsabilità, PERT, GANTT
- Gli elementi economici del progetto
- La gestione del progetto e il monitoraggio del suo avanzamento
- I risvolti comportamentali della gestione per progetto

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni in plenaria
- Esercitazioni in sottogruppo

DURATA

2 giorni (16 ore)

LA GESTIONE AVANZATA DEI PROGETTI

OBIETTIVI

Illustrare le finalità, i contenuti e gli strumenti/metodologie di governo dei progetti e sviluppare una cultura organizzativa del lavoro in team

CONTENUTI

- Il rapporto tra organizzazione per progetti e struttura organizzativa aziendale
- Le diverse tipologie di strutture organizzative utilizzabili:
 - i modelli organizzativi di project management
 - le strutture per progetti ed il processo decisionale
- L'organizzazione a matrice ed i suoi rapporti con la struttura "tradizionale"
- Il project planning
- La programmazione operativa del progetto
- Dal Milestone Plan alla programmazione di dettaglio
- La valutazione dei costi e degli aspetti finanziari della commessa: il budget di commessa
- Stesura del piano operativo di progetto
- La logica della W.B.S. (Work Breakdown Structure) per l'articolazione di un progetto e la matrice delle responsabilità
- Le tecniche di schedulazione delle attività:
 - Le tecniche reticolari ed il concetto di percorso critico

-
- Il PERT (Project Evaluation and Review Technique)
 - Il CPM (Critical Path Method)
 - Il diagramma di GANTT o diagramma a barre
 - Stesura del piano operativo di progetto
 - Lo Stato Avanzamento Lavori
 - La consuntivazione dei costi di periodo (il conto economico di una commessa)
 - La gestione finanziaria di un progetto ed il relativo controllo: il cash flow di commessa
 - La gestione delle risorse umane assegnate al progetto
 - Come gestire un team di progetto: costituzione, avviamento e gestione del gruppo di lavoro
 - Le competenze personali e professionali indispensabili per essere un project leader

**METODOLOGIA
DIDATTICA**

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

2 giorni (16 ore)

INTERNAZIONALIZZAZIONE E IMPRESA: RAGIONI E FATTORI DETERMINANTI

OBIETTIVI

- Capire le ragioni dell'internazionalizzazione delle imprese
- Offrire strumenti per la lettura e l'interpretazione degli scenari di globalizzazione dei mercati
- Individuare le determinanti dell'integrazione e globalizzazione dei mercati
- Sviluppare le competenze necessarie per intervenire nella progettazione e/o modifica di un intervento di internazionalizzazione dell'impresa

CONTENUTI

- Introduzione all'internazionalizzazione
 - le ragioni dell'internazionalizzazione delle imprese attraverso le teorie economiche
- Macro ragioni
Ragioni aziendali
- Rischi dell'internazionalizzazione
 - La storia: fasi della Globalizzazione
 - Scenari: segnali giornalieri dal mercato
 - i fattori determinanti dell'integrazione e della globalizzazione dei mercati
 - Strumenti per il management aziendale per l'internazionalizzazione

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche frontali
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali

DURATA

2 giorni (16 ore)

IL BUSINESS PLAN PER L'ESTERO: COME PIANIFICARE LA PRESENZA DELL'IMPRESA SUI MERCATI STRANIERI

OBIETTIVI

- Aiutare l'impresa a trovare il corretto e adeguato approccio ai mercati esteri
- Strumenti di check-up dell'impresa per le attività rivolte all'export
- Sviluppare le competenze necessarie per redigere un Business Plan per l'internazionalizzazione

CONTENUTI

- Check-up dell'impresa per le attività rivolte all'estero (analisi SWOT)
- analisi di mercato
- Obiettivi del progetto
- strategia competitiva di base
- strategie di marketing
- struttura aziendale per l'export
- piano operativo e budget
- fattibilità economico-finanziaria
- cenni sulla contrattualistica internazionale, problematiche doganali (vedi Incoterms) e risvolti fiscali
- panoramica sui pagamenti internazionali

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche frontali
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali

DURATA

4 giorni (32 ore)



AREA
COMUNICAZIONE

TECNICHE DI COMUNICAZIONE

OBIETTIVI

- Fornire ai partecipanti gli strumenti per:
- riuscire a convincere comunicando con efficacia le proprie idee
 - riuscire a comprendere gli altri

CONTENUTI

- I principali mezzi di comunicazione:
 - la comunicazione scritta
 - la comunicazione verbale
 - la comunicazione non verbale
 - altri elementi: abbigliamento, postura, ecc.
- La comunicazione in azienda
- Le comunicazioni interne
- Le comunicazioni esterne
- La comunicazione e le pubbliche relazioni

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni in plenaria
- Esercitazioni in sottogruppo

DURATA

2 giorni (16 ore)

ESSERE ASSERTIVI

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è quello di sviluppare il modello della comunicazione assertiva, come strumento di integrazione, di confronto produttivo e di potenziamento delle capacità e delle attitudini manageriali

CONTENUTI

- La chiave dell'efficienza : i vantaggi dell'approccio assertivo
- Le componenti della direzione assertiva
- Stili di direzione : assertivo, aggressivo, passivo
- La fiducia in sé
- Saper ascoltare
- Prendere i rischi
- Lo sviluppo del comportamento relazionale positivo : gestire e orientare lo scambio di opinioni verso un obiettivo

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche con forte coinvolgimento dei partecipanti
- Role Playing

DURATA

1 giorno (8 ore)

TECNICHE DI NEGOZIAZIONE

OBIETTIVI

Sviluppare le tecniche e le capacità per una negoziazione efficace in molteplici ambiti (dalla negoziazione in generale a quella commerciale, alla negoziazione nella gestione delle risorse umane)

CONTENUTI

- Introduzione alla negoziazione: abilità e competenze, strategie e pianificazione, valutazione della forza contrattuale delle parti
- Le fasi della negoziazioni
- Negoziazione e comunicazione: gli aspetti linguistici, la comunicazione non verbale, l'ascolto
- La negoziazione commerciale
- La negoziazione nella gestione delle risorse umane
- Altri tipi di negoziazione

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Role Playing

DURATA

2 giorni (16 ore)

COMUNICAZIONE E IMMAGINE AZIENDALE

OBIETTIVI

- Conoscere gli strumenti della comunicazione a disposizione della comunicazione aziendale
- Realizzare un piano della comunicazione

CONTENUTI

- Immagine e comunicazione aziendale
- La comunicazione aziendale:
 - i destinatari
 - la figura del responsabile della comunicazione
 - la gestione dell'immagine
 - L'immagine come identità aziendale
- Analisi dei mezzi di comunicazione
 - la pubblicità
 - le sponsorizzazioni e le altre promozioni
 - Pubbliche Relazioni
- Il piano di comunicazione
- Gli strumenti della comunicazione aziendale:
 - Internet
 - il catalogo aziendale
 - la riunione aziendale
 - le presentazioni aziendali

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali

DURATA

2 giorni (16 ore)

SOCIAL NETWORK E WEB - SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

OBIETTIVI

- Capire bene “come funziona” il mondo dei social media e del web per utilizzare al meglio gli strumenti di cui l’azienda già dispone e che vuole predisporre
- Usare il web non solo come “vetrina”, ma anche come strumento per la ricerca attiva di nuovi clienti
- Capire e controllare meglio le attività di chi è stato delegato esternamente della gestione della presenza su web e social

CONTENUTI

- Check-up dell’impresa per le attività svolte sui social media e sul web
- Panoramica dei maggiori social network esistenti (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, ecc.)
- Scelta dei social network su cui lavorare (dove sono i miei clienti? Riesco a fare business?)
- Creazione e gestione di profili social pubblici/aziendali (in particolare Facebook e Instagram)
- Pianificazione editoriale e creazione dei contenuti
- Gestione inserzioni e programmazione campagne
- Panoramica su profili legali e su policy
- Cenni su decisioni del Web: sito SEO e SEM, Google Adwords, Analytics

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazione pratica (laboratorio)

DURATA

1 giorno (8 ore)

A hand holding a glowing lightbulb against a sunset background. The lightbulb is the central focus, with its filament visible. The background is a soft gradient of orange and pink, suggesting a sunset or sunrise. The hand is positioned at the bottom, holding the base of the lightbulb. The overall mood is one of inspiration and innovation.

AREA MARKETING

STRATEGIE DI MARKETING

OBIETTIVI

- Fornire gli strumenti pratici per una migliore conoscenza del mercato e per la definizione di strategie di marketing efficaci

CONTENUTI

- Come conoscere il mercato: tecniche e fonti
- Come definire le strategie di marketing
- Il piano di marketing:
 - analisi della domanda
 - analisi dell'offerta
 - identificazione delle opportunità e delle minacce
 - identificazione dei punti di forza e debolezza
 - analisi dei fattori critici del successo
 - definizione degli obiettivi (segmento del mercato e domanda potenziale)
 - definizione delle risorse e delle competenze necessarie
 - definizione del marketing mix
 - controllo dei risultati
- Innovazione e "marketing creativo"
- Strategie di marketing e comunicazione
- Presentazione di casi aziendali

**METODOLOGIA
DIDATTICA**

- Lezioni in plenaria
- Esercitazioni in sottogruppo
- Analisi di casi aziendali

DURATA

2 giorni (16 ore)

TECNICHE DI CUSTOMER SATISFACTION E CRM

OBIETTIVI

- Fornire gli strumenti pratici per la programmazione e realizzazione di indagini di customer satisfaction
- Fornire gli strumenti di base per l'implementazione di un progetto di Customer Relationship Management (CRM)

CONTENUTI

- Pianificazione del processo di customer satisfaction
- Segmentazione della clientela
- Individuazione delle informazioni da raccogliere
- Come realizzare un'indagine di customer satisfaction
- Elaborazione, analisi ed interpretazione dei risultati
- La gestione della relazione con i clienti
- Il modello del CRM
- Come implementare un modello di CRM
- Presentazione di casi aziendali

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni in plenaria
- Esercitazioni in sottogruppo
- Analisi di casi aziendali

DURATA

2 giorni (16 ore)

MARKETING E VENDITE

OBIETTIVI

- Approfondire le strategie e le politiche di marketing relativamente alle logiche, ai processi ed agli strumenti operativi
- Sviluppare le competenze fondamentali per interagire efficacemente con il cliente, analizzando i fattori che determinano le performance di vendita

CONTENUTI

- Il marketing strategico e l'analisi del mercato competitivo:
 - obiettivi, modelli e strumenti di marketing
 - analisi e classificazione della concorrenza
 - la segmentazione dei clienti e l'analisi dei comportamenti di acquisto
 - la strategia di prodotto/servizio
- Il marketing operativo. Valutazione e pianificazione delle attività e conoscenza dei processi, degli strumenti e delle metodologie:
 - variabili ed obiettivi del marketing mix
 - dal piano di marketing al processo di budgeting
 - l'attuazione del piano di marketing e le azioni correttive
 - Il direct marketing
 - il web marketing

-
- La distribuzione e le tecniche di vendita:
 - l'evoluzione dei rapporti tra produzione, distribuzione e consumo : filiera, reti e canali di vendita
 - la politica di vendita e l'organizzazione di una rete commerciale
 - le motivazioni di acquisto e le aspettative del cliente
 - la negoziazione commerciale e le tecniche efficaci di vendita

**METODOLOGIA
DIDATTICA**

- Lezioni teoriche
- Case-history : il lancio di un nuovo prodotto sul mercato
- Caso operativo : elaborazione di un piano di marketing
- Esercitazione su tecniche di vendita in relazione ai diversi comportamenti d'acquisto

DURATA

3 giorni (24 re)

COME GESTIRE UNA TRATTATIVA IN MODO EFFICACE

OBIETTIVI

Apprendere le tecniche e gli strumenti per gestire in modo efficace una trattativa in tutte le sue fasi: dalla comprensione delle esigenze del cliente alla capacità di comprendere ed influenzarne i comportamenti, dalla capacità di identificare le motivazioni d'acquisto del cliente alla capacità di trasformare le sue obiezioni

CONTENUTI

- Gli stili di vendita
- La gestione della comunicazione nella trattativa:
 - la percezione
 - l'ascolto
 - la comunicazione non verbale
 - la gestione delle domande
- La gestione del tempo
- Le varie fasi della trattativa
- Come gestire la proposta commerciale
- Le tecniche per la gestione delle obiezioni
- Come chiudere una trattativa

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni in plenaria
- Esercitazioni con l'utilizzo della tecnica del role playing

DURATA

2 giorni (16 ore)

AREA QUALITA' - MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCE E CERTIFICAZIONI

2 1
Mistura 6-10-10
Mistura 9
Mistura 10
Mistura 11
Mistura 12
Mistura 13
Mistura 14
Mistura 15
Mistura 16
Mistura 17
Mistura 18
Mistura 19
Mistura 20
Mistura 21
Mistura 22
Mistura 23
Mistura 24
Mistura 25
Mistura 26
Mistura 27
Mistura 28
Mistura 29
Mistura 30
Mistura 31
Mistura 32
Mistura 33
Mistura 34
Mistura 35
Mistura 36
Mistura 37
Mistura 38
Mistura 39
Mistura 40
Mistura 41
Mistura 42
Mistura 43
Mistura 44
Mistura 45
Mistura 46
Mistura 47
Mistura 48
Mistura 49
Mistura 50
Mistura 51
Mistura 52
Mistura 53
Mistura 54
Mistura 55
Mistura 56
Mistura 57
Mistura 58
Mistura 59
Mistura 60
Mistura 61
Mistura 62
Mistura 63
Mistura 64
Mistura 65
Mistura 66
Mistura 67
Mistura 68
Mistura 69
Mistura 70
Mistura 71
Mistura 72
Mistura 73
Mistura 74
Mistura 75
Mistura 76
Mistura 77
Mistura 78
Mistura 79
Mistura 80
Mistura 81
Mistura 82
Mistura 83
Mistura 84
Mistura 85
Mistura 86
Mistura 87
Mistura 88
Mistura 89
Mistura 90
Mistura 91
Mistura 92
Mistura 93
Mistura 94
Mistura 95
Mistura 96
Mistura 97
Mistura 98
Mistura 99
Mistura 100

To 1 a 1
"Acondicionador"
KCl (60% K₂O)
Superfosfato triplo (46% P₂O₅)
Sulfato de amônio (20% N)
Mistura 9 (40% N)
Mistura 10 (20% N)
Mistura 11 (20% P₂O₅)
Mistura 12 (20% P₂O₅)
Mistura 13 (20% P₂O₅)
Mistura 14 (20% P₂O₅)
Mistura 15 (20% P₂O₅)
Mistura 16 (20% P₂O₅)
Mistura 17 (20% P₂O₅)
Mistura 18 (20% P₂O₅)
Mistura 19 (20% P₂O₅)
Mistura 20 (20% P₂O₅)
Mistura 21 (20% P₂O₅)
Mistura 22 (20% P₂O₅)
Mistura 23 (20% P₂O₅)
Mistura 24 (20% P₂O₅)
Mistura 25 (20% P₂O₅)
Mistura 26 (20% P₂O₅)
Mistura 27 (20% P₂O₅)
Mistura 28 (20% P₂O₅)
Mistura 29 (20% P₂O₅)
Mistura 30 (20% P₂O₅)
Mistura 31 (20% P₂O₅)
Mistura 32 (20% P₂O₅)
Mistura 33 (20% P₂O₅)
Mistura 34 (20% P₂O₅)
Mistura 35 (20% P₂O₅)
Mistura 36 (20% P₂O₅)
Mistura 37 (20% P₂O₅)
Mistura 38 (20% P₂O₅)
Mistura 39 (20% P₂O₅)
Mistura 40 (20% P₂O₅)
Mistura 41 (20% P₂O₅)
Mistura 42 (20% P₂O₅)
Mistura 43 (20% P₂O₅)
Mistura 44 (20% P₂O₅)
Mistura 45 (20% P₂O₅)
Mistura 46 (20% P₂O₅)
Mistura 47 (20% P₂O₅)
Mistura 48 (20% P₂O₅)
Mistura 49 (20% P₂O₅)
Mistura 50 (20% P₂O₅)
Mistura 51 (20% P₂O₅)
Mistura 52 (20% P₂O₅)
Mistura 53 (20% P₂O₅)
Mistura 54 (20% P₂O₅)
Mistura 55 (20% P₂O₅)
Mistura 56 (20% P₂O₅)
Mistura 57 (20% P₂O₅)
Mistura 58 (20% P₂O₅)
Mistura 59 (20% P₂O₅)
Mistura 60 (20% P₂O₅)
Mistura 61 (20% P₂O₅)
Mistura 62 (20% P₂O₅)
Mistura 63 (20% P₂O₅)
Mistura 64 (20% P₂O₅)
Mistura 65 (20% P₂O₅)
Mistura 66 (20% P₂O₅)
Mistura 67 (20% P₂O₅)
Mistura 68 (20% P₂O₅)
Mistura 69 (20% P₂O₅)
Mistura 70 (20% P₂O₅)
Mistura 71 (20% P₂O₅)
Mistura 72 (20% P₂O₅)
Mistura 73 (20% P₂O₅)
Mistura 74 (20% P₂O₅)
Mistura 75 (20% P₂O₅)
Mistura 76 (20% P₂O₅)
Mistura 77 (20% P₂O₅)
Mistura 78 (20% P₂O₅)
Mistura 79 (20% P₂O₅)
Mistura 80 (20% P₂O₅)
Mistura 81 (20% P₂O₅)
Mistura 82 (20% P₂O₅)
Mistura 83 (20% P₂O₅)
Mistura 84 (20% P₂O₅)
Mistura 85 (20% P₂O₅)
Mistura 86 (20% P₂O₅)
Mistura 87 (20% P₂O₅)
Mistura 88 (20% P₂O₅)
Mistura 89 (20% P₂O₅)
Mistura 90 (20% P₂O₅)
Mistura 91 (20% P₂O₅)
Mistura 92 (20% P₂O₅)
Mistura 93 (20% P₂O₅)
Mistura 94 (20% P₂O₅)
Mistura 95 (20% P₂O₅)
Mistura 96 (20% P₂O₅)
Mistura 97 (20% P₂O₅)
Mistura 98 (20% P₂O₅)
Mistura 99 (20% P₂O₅)
Mistura 100 (20% P₂O₅)

QUALITÀ E CERTIFICAZIONE

ISO 9001:2015

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è quello di far acquisire ai partecipanti le conoscenze teoriche e pratiche in materia di qualità aziendale e di requisiti delle norme della famiglia UNI EN ISO 9001:2015, necessari per progettare, realizzare e gestire un sistema di gestione per la qualità

CONTENUTI

- Introduzione al concetto di qualità
- L'orientamento al cliente
- La catena fornitore-cliente
- L'approccio del miglioramento continuo
- La famiglia delle norme ISO 9001
- Il processo di certificazione della qualità
- Il sistema qualità e la sua gestione operativa
- I documenti del sistema qualità
- Le novità della norma ISO 9001:2015

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali
- Analisi e discussione di aspetti della qualità in rapporto alle realtà aziendali di riferimento dei partecipanti

DURATA

2 giorni (16 ore)

CERTIFICAZIONE AMBIENTALE

ISO 14001:2015

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti gli strumenti teorici e pratici per la realizzazione di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) in ambito aziendale e per il conseguimento della certificazione ambientale secondo la norma UNI EN ISO 14001:2015

CONTENUTI

- Introduzione al Sistema di Gestione Ambientale (SGA)
- I principi e i requisiti della norma ISO 14001:2015
- Gli aspetti operativi del SGA:
 - Analisi ambientale iniziale
 - Valutazione di significatività degli impatti
 - Gestione delle emergenze e delle anomalie
 - Gestione del sistema documentale
 - Altri aspetti operativi
- Il processo di certificazione ambientale secondo la norma ISO 14001:2015

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali
- Analisi e discussione di aspetti relativi alla gestione di un SGA in rapporto alle realtà aziendali di riferimento dei partecipanti

DURATA

1 giorno (8 ore)

CERTIFICAZIONE DI SICUREZZA

ISO 45001:2018 - OHSAS 18001:2007

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti gli strumenti teorici e pratici per la realizzazione di un Sistema di Gestione per la sicurezza ambito aziendale e per il conseguimento della certificazione secondo la norma ISO 45001:2018

CONTENUTI

- Presentazione della norma ISO 45001:2018
- I vantaggi dell'adozione del modello ISO 45001:2018
- Come effettuare l'analisi e valutazione preliminare della conformità dell'Azienda alla norma ISO 45001:2018
 - Come identificare i pericoli e ed effettuare la valutazione dei rischi
- La redazione delle procedure
- La verifica della conformità dell'Azienda alla norma ISO 45001:2018

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

1 giorno (8 ore)

CERTIFICAZIONE DI SICUREZZA ALIMENTARE ISO 22000:2018

OBIETTIVI

Accrescere e specializzare le proprie competenze nell'ambito della norma ISO 22000 in riferimento al settore Agroalimentare per svolgere al meglio il proprio ruolo

CONTENUTI

- La norme della serie ISO 22000;
- Correlazione tra la ISO 9001 e ISO 22000;
- Il piano di Sicurezza Alimentare;
- La gestione dei documenti obbligatori;
- La gestione delle Risorse Umane e delle attrezzature/impianti;
- Pianificazione sicura del prodotto agroalimentare;
- Misurazione, Analisi e Miglioramento dei processi;
- Requisiti HACCP e normativa integrata;
- Reg. CE 853 e succ./2004 – Pacchetto Igiene;
- Esempi di applicazione di sistemi di gestione ISO 22001;
- Manuale Qualità e Haccp;
- Procedure; Istruzioni di lavoro; Modulistica

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali

DURATA

1 giornate (8 ore)

CERTIFICAZIONE ETICA SA 8000:2014

OBIETTIVI

Fornire la strumentazione per implementare in azienda un sistema etico conforme alla norma internazionale SA 8000:2014

CONTENUTI

- Lo sviluppo della responsabilità sociale
- Introduzione alla normativa SA 8000:2014
- L'analisi dell'organizzazione aziendale
- La gestione di un sistema etico
- Codice etico e Bilancio di sostenibilità
- Il processo di certificazione secondo la norma SA 8000:2014

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali
- Analisi e discussione di aspetti relativi alla responsabilità sociale in rapporto alle realtà aziendali di riferimento dei partecipanti

DURATA

1 giorno (8 ore)

CERTIFICAZIONE DI PRODOTTO/SERVIZIO

OBIETTIVI

Far conoscere sia i vantaggi della certificazione di prodotto/servizio e dell'utilizzo delle denominazioni D.O.P. (Denominazione di Origine Protetta), I.G.P. (Indicazione Geografica Protetta), S.T.G. (Specialità Tradizionali Garantite), sia le relative modalità realizzative.

CONTENUTI

- Analisi della normativa di riferimento
- La certificazione volontaria di prodotto/servizio
- La denominazione D.O.P.
- La denominazione I.G.P.
- La denominazione S.T.G.
- I disciplinari e l'iter per il l'ottenimento della certificazione di prodotto/servizio o per il riconoscimento di una denominazione
- La certificazione di servizio

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali
- Analisi e discussione in rapporto alle realtà aziendali di riferimento dei partecipanti

DURATA

2 giorni

SIX SIGMA

OBIETTIVI

Acquisire i fondamenti della metodologia Six Sigma per il raggiungimento della qualità.

CONTENUTI

- La componente strategica di Six Sigma
- Le fasi dell'applicazione Six Sigma
- Gli strumenti tecnici Six Sigma
- Metodi analitici per l'addestramento ed il coinvolgimento del personale

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni in plenaria
- Esercitazioni in sottogruppi
- Presentazione di casi e discussione in plenaria

DURATA

2 giorni

PROBLEM SOLVING E CICLO DI DEMING

OBIETTIVI

- Acquisire la metodologia di Miglioramento dei Processi legata al ciclo P.D.C.A
- Utilizzare le tecniche del Problem Solving e di Decision Making per semplificare, accelerare e migliorare i processi aziendali e gestire le criticità

CONTENUTI

- Il Miglioramento Continuo e i Processi
- Il Ciclo di Deming (P.D.C.A.)
- La definizione di problema
- Il processo di diagnosi
- L'analisi delle cause
- La ricerca delle soluzioni
- Il mantenimento e la verifica dei risultati nel tempo
- Le tecniche di miglioramento:
 - Brainstorming
 - Diagramma di Ishikawa
 - Diagramma di flusso
 - Raccolta dati e stratificazione
 - Diagramma di Pareto
 - Diagramma di correlazione
 - Analisi costi / benefici

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche su specifiche criticità aziendali interfunzionali alle realtà aziendali di riferimento dei partecipanti

DURATA

2 giorni

A man in a dark suit and white shirt is seen from the side, pointing his right index finger towards a modern vending machine. The machine's glass front is filled with various products, including bottled drinks and packaged snacks, each labeled with a number. The numbers visible include 62, 64, 52, 53, 54, 55, 44, 45, 32, 33, 34, and 35. The text 'AREA VENDING' is centered over the image in a white, sans-serif font, with a short horizontal line underneath it.

AREA VENDING

**AREA QUALITÀ, IGIENE,
AMBIENTE, SICUREZZA
ETICA E CERTIFICAZIONE
NEL VENDING**

QUALITÀ E CERTIFICAZIONE ISO 9001:2015 NEL VENDING

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è quello di far acquisire ai partecipanti le conoscenze teoriche e pratiche in materia di qualità aziendale e di requisiti della norma UNI EN ISO 9001:2015, necessari per realizzare, gestire e certificare un sistema di gestione per il settore della distribuzione automatica, che sia un utile strumento per la competitività aziendale (risparmio costi, efficacia nel processo di delega, applicazione di best practice del settore del vending, conformità agli aspetti legali, prevenzione rischi, ecc.)

CONTENUTI

- Analisi del settore del vending e riflessi sul contesto organizzativo aziendale
- Metodologie di valutazione dei rischi e delle opportunità per la competitività aziendale
- Orientamento al cliente e catena fornitore-cliente nel mondo della distribuzione automatica
- Il miglioramento continuo nel vending
- I processi operativi e di supporto nel vending
- la gestione documentale
- Le altre novità della norma ISO 9001:2015
- La gestione degli audit interni nel vending
- Il processo di certificazione

**METODOLOGIA
DIDATTICA**

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali
- Analisi e discussione di temi in rapporto alle realtà vending di riferimento dei partecipanti

DESTINATARI

Imprenditori, manager e responsabili di funzione di aziende vending

DURATA

1 giorno (8 ore)

CERTIFICAZIONE DI SICUREZZA ALIMENTARE ISO 22000:2018 NEL VENDING

OBIETTIVI

- Specializzare le competenze di sicurezza alimentare nell'ambito della norma ISO 22000 in riferimento al settore della distribuzione automatica
- Supportare i partecipanti nella guida dell'azienda vending alla certificazione ISO 22000

CONTENUTI

- L'applicazione della norma ISO 22000 nel mondo della distribuzione automatica
- I vantaggi della certificazione ISO 22000 per le aziende vending: gli aspetti commerciali
- Gli aspetti normativi della sicurezza alimentare in ambito vending;
- Esempi di applicazione di sistemi di gestione ISO 22000 nella distribuzione automatica;
- Manuale Haccp e integrazione con la norma ISO 22000;
- Procedure; Istruzioni di lavoro; Modulistica
- la rintracciabilità e la gestione dei ritiri nel vending
- Il sistema dei controlli nel vending e principali standard di settore (analisi di laboratorio, dispositivi per i controlli della catena del freddo, caratteristiche dei distributori automatici, ecc.)

**METODOLOGIA
DIDATTICA**

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche e casi aziendali
- Analisi e discussione di temi in rapporto alle realtà vending di riferimento dei partecipanti

DESTINATARI

Imprenditori, manager e responsabili HACCP di aziende vending

DURATA

1 giornata (8 ore)

PERCORSO HACCP E SICUREZZA ALIMENTARE NEL VENDING

OBIETTIVI

- Formare personale operante nel mondo della distribuzione automatica (operatori addetti alla pulizia e rifornimento dei DA, magazzinieri, ecc.) sui principi di igiene, HACCP e sicurezza alimentare nell'ambito della distribuzione automatica

CONTENUTI

- I principi generali di igiene degli alimenti
- La normativa cogente e volontaria in materia di sicurezza alimentare e HACCP nel vending
- I principali rischi e misure di controllo in materia di sicurezza alimentare del vending
- Le procedure operative dedicate alla gestione del magazzino alimentare
- Le procedure operative dedicate al rifornimento e alla pulizia dei distributori automatici
- la rintracciabilità e la gestione dei ritiri nel vending
- Il sistema dei controlli nel vending e principali standard di settore (analisi di laboratorio, dispositivi per i controlli della catena del freddo, caratteristiche dei distributori automatici, i prodotti di pulizia e sanificazione, ecc.)

**METODOLOGIA
DIDATTICA**

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche e casi aziendali
- Effettuazione di test e simulazioni al distributore automatico (operazioni di pulizia e rifornimento)

DESTINATARI

Operatori e magazzinieri aziende vending

DURATA

1 giornate (8 ore)

ASPETTI COMMERCIALI DELLA CERTIFICAZIONE ISO 22000 E DELLA SICUREZZA ALIMENTARE NEL VENDING

OBIETTIVI

Sviluppare nelle figure commerciali delle aziende vending la consapevolezza e la capacità di spendere in ambito commerciale i temi della sicurezza alimentare e della certificazione ISO 22000

CONTENUTI

- Gli aspetti introduttivi della sicurezza alimentare e della norma ISO 22000 in ambito vending
- I vantaggi della certificazione ISO 22000: quali sono, come spiegarli e a quali clienti
- Esempi di applicazione di sistemi di gestione ISO 22000 nella distribuzione automatica;
- Il sistema dei controlli nel vending e principali standard di settore (analisi di laboratorio, dispositivi per i controlli della catena del freddo, caratteristiche dei distributori automatici, ecc.)

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esempificazioni pratiche

DESTINATARI

Imprenditori e commerciali delle aziende vending

DURATA

1/2 giorno (4 ore)

CERTIFICAZIONE AMBIENTALE ISO 14001:2015 NEL VENDING

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti gli strumenti teorici e pratici per la realizzazione di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) in ambito vending e per il conseguimento della certificazione ambientale secondo la norma UNI EN ISO 14001:2015

CONTENUTI

- Introduzione al Sistema di Gestione Ambientale (SGA): gli aspetti ambientali caratterizzanti il settore del vending
- I principi e i requisiti della norma ISO 14001:2015
- I cambiamenti nella sensibilità ambientale di clienti e consumatori e i vantaggi della certificazione ISO 14001
- Gli aspetti operativi del SGA (Analisi ambientale di un'impresa vending, valutazione di significatività degli impatti, gestione delle emergenze e delle anomalie, gestione del sistema documentale, altri aspetti operativi presenti nelle imprese della distribuzione automatica)
- Il processo di certificazione ambientale secondo la norma ISO 14001:2015

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali
- Analisi e discussione di temi in rapporto alle realtà vending di riferimento dei partecipanti

DESTINATARI

Imprenditori, manager e responsabili di funzione di aziende vending

DURATA

1 giorno (8 ore)

CERTIFICAZIONE DI SICUREZZA

ISO 45001:2018 - OHSAS 18001:2007

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti gli strumenti teorici e pratici per la realizzazione di un Sistema di Gestione per la sicurezza in ambito vending e per il conseguimento della certificazione secondo la norma ISO 45001:2018

CONTENUTI

- Presentazione della norma ISO 45001:2018: gli aspetti di salute e sicurezza sul lavoro caratterizzanti la distribuzione automatica
- I vantaggi dell'adozione del modello ISO 45001:2018 per le aziende del vending
- Certificazione ISO 45001:2018 e risparmio dei contributi INAIL
- Come effettuare l'analisi e valutazione preliminare della conformità dell'Azienda alla norma ISO 45001:2018
- Come identificare i pericoli e ed effettuare la valutazione dei rischi in ambito vending
- La redazione delle procedure e la gestione del sistema documentale

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DESTINATARI

Imprenditori, manager, responsabili e figure coinvolte nella salute e sicurezza sul lavoro di aziende vending

DURATA

1 giorno (8 ore)

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO PER PERSONALE COMMERCIALE E DI FRONT LINE DELLE AZIENDE VENDING

OBIETTIVI

Sviluppare nei partecipanti una competenza a 360° che consenta di relazionarsi con professionalità ai clienti delle aziende vending anche in ambito salute e la sicurezza sul lavoro

CONTENUTI

- Aspetti normativi della salute e sicurezza sul lavoro
- Gli aspetti salienti della sicurezza sul lavoro nel rapporto con i clienti vending:
 - DPI
 - Segnaletica di sicurezza
 - Organigramma per la Sicurezza
 - Piano evacuazione e Piantina con il percorso
 - Piano operativo della sicurezza
 - Sicurezza dei Distributori automatici
 - Altri aspetti: DURC, cartellini identificativi, assicurazione responsabilità civile distributori automatici, ecc.

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esempificazioni pratiche

DESTINATARI

Commercianti e personale di front line di imprese vending

DURATA

1/2 giorno (4 ore)

CERTIFICAZIONE ETICA SA 8000:2014 NEL VENDING

OBIETTIVI

Fornire la strumentazione per implementare in ambito vending un sistema etico conforme alla norma internazionale SA 8000:2014

CONTENUTI

- Lo sviluppo della responsabilità sociale e i vantaggi della certificazione SA 8000:2014 nel vending
- Introduzione alla normativa SA 8000:2014 nel vending
- L'analisi dell'organizzazione aziendale
- La gestione di un sistema etico
- Codice etico e Bilancio di sostenibilità nel vending
- Il processo di certificazione secondo la norma SA 8000:2014

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali
- Analisi e discussione di aspetti relativi alla responsabilità sociale in rapporto alle realtà vending di riferimento dei partecipanti

DURATA

1 giorno (8 ore)

**AREA COMUNICAZIONE
PER IL VENDING**

TECNICHE DI COMUNICAZIONE NEL VENDING

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti gli strumenti per:

- Comunicare con efficacia le proprie idee a Clienti e colleghi
- riuscire a comprendere gli altri
- utilizzare la comunicazione come strumento di gestione e superamento dei conflitti

CONTENUTI

- I principali mezzi di comunicazione:
 - la comunicazione scritta
 - la comunicazione verbale
 - la comunicazione non verbale
 - altri elementi: abbigliamento, postura, ecc.
- La comunicazione in azienda
- Le comunicazioni interne
- Le comunicazioni esterne
- La comunicazione e le pubbliche relazioni
- Comunicazione e orientamento al Cliente

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali

DURATA

2 giorni (16 ore)

CORSO DI COMUNICAZIONE PER PERSONALE TECNICO E COMMERCIALE

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti gli strumenti per:

- Comunicare efficacemente con Clienti, colleghi e con la Direzione aziendale
- utilizzare la comunicazione come strumento di gestione e superamento dei conflitti in azienda e presso i clienti

CONTENUTI

- il gioco di squadra e la comunicazione efficace
- il contesto organizzativo e la cultura aziendale
- compito e relazioni
- il teamwork
- crescita individuale e sviluppo del team
- la comunicazione efficace : tecniche di miglioramento
- essere assertivi
- l'orientamento al cliente

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

8 ore (1 giornata o 2 moduli da 4 ore)

CORSO DI COMUNICAZIONE PER OPERATORI

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti gli strumenti per:

- Comunicare in maniera efficace con Clienti, colleghi e con la Direzione aziendale
- utilizzare la comunicazione come strumento di gestione e superamento dei conflitti in azienda e presso i clienti

CONTENUTI

- il gioco di squadra e la comunicazione efficace
- il contesto organizzativo e la comunicazione interna
- orientamento al cliente e assertività:
 - il programma di sviluppo
 - le regole del comportamento assertivo

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DURATA

8 ore (1 giornata o 2 moduli da 4 ore)

ESSERE ASSERTIVI

OBIETTIVI

Assertività, in ambito lavorativo, significa scegliere i comportamenti più efficaci, essere critici in maniera costruttiva e risolvere i conflitti in modo positivo. Obiettivo del corso è quello di sviluppare il modello della comunicazione assertiva, come strumento di integrazione, di confronto produttivo e di potenziamento delle capacità e delle attitudini relazionali e manageriali.

CONTENUTI

- La comunicazione assertiva e la sua applicazione nel contesto lavorativo
- La chiave dell'efficienza : i vantaggi dell'approccio assertivo
- Le componenti della direzione assertiva
- Stili di direzione : assertivo, aggressivo, passivo
- La fiducia in sé
- Saper ascoltare
- Lo sviluppo del comportamento relazionale positivo : gestire e orientare lo scambio di opinioni verso un obiettivo

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche con forte coinvolgimento dei partecipanti
- Role Playing

DURATA

1 giorno (8 ore)

TECNICHE DI NEGOZIAZIONE

OBIETTIVI

Sviluppare le tecniche e le capacità per una negoziazione efficace in molteplici ambiti (dalla negoziazione in generale a quella commerciale, alla negoziazione nella gestione delle risorse umane)

CONTENUTI

- Introduzione alla negoziazione: abilità e competenze, strategie e pianificazione, valutazione della forza contrattuale delle parti
- Le fasi della negoziazioni
- Negoziazione e comunicazione: gli aspetti linguistici, la comunicazione non verbale, l'ascolto
- La negoziazione commerciale
- La negoziazione nella gestione delle risorse umane
- Altri tipi di negoziazione

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Role Playing

DURATA

2 giorni (16 ore)

COMUNICAZIONE E IMMAGINE AZIENDALE NEL VENDING

OBIETTIVI

- Conoscere gli strumenti della comunicazione a disposizione dell'Azienda
- Realizzare un piano della comunicazione di un'azienda del Vending

CONTENUTI

- Immagine e comunicazione aziendale
- La comunicazione aziendale:
 - i destinatari
 - la figura del responsabile della comunicazione
 - la gestione dell'immagine
- L'immagine come identità aziendale
- Analisi dei mezzi di comunicazione
 - la pubblicità
 - le sponsorizzazioni e le altre promozioni
- Pubbliche Relazioni
- Il piano di comunicazione
- Gli strumenti della comunicazione aziendale:
 - Internet e i Social Media
 - il catalogo aziendale
 - le presentazioni aziendali

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali

DURATA

2 giorni (16 ore)



100%
Mon.
84% conversation rate
\$42,000
\$5 each
\$9

**MASTER IN GESTIONE
AZIENDALE PER IL SETTORE
DEL VENDING**
PROGRAMMA DI
FORMAZIONE INTEGRATA

OBIETTIVI DEL PROGETTO

- Offrire un percorso formativo integrato, con vari moduli a partecipazione variabile, per favorire l'integrazione tra sedi, funzioni e persone
- Rafforzare, nei partecipanti, le skills gestionali relative al comportamento organizzativo della propria area professionale
- Affiancare il personale per affrontare i problemi e le criticità e risolverli in un'ottica di efficacia ed efficienza
- Mettere a disposizione una serie di tecniche per la crescita professionale dei partecipanti e dell'intera azienda in una prospettiva di miglioramento continuo

ARTICOLAZIONE DEL PROGETTO

- **IL PROBLEM SOLVING - Ciclo di Deming** (5 GIORNATE)
- **LE TECNICHE DI VENDITA** (2 GIORNATE)
- **LA COMUNICAZIONE** (1 GIORNATA)
- **L' ASSERTIVITÀ** (1 GIORNATA)
- **LA LEADERSHIP** (2 GIORNATE)
- **LA CATENA FORNITORE - CLIENTE** (1 GIORNATA)
- **LA GESTIONE DEL TEMPO** (1 GIORNATA)
- **LA NEGOZIAZIONE** (1 GIORNATA)
- **LA GESTIONE RISORSE UMANE** (2 GIORNATE)
- **ELEMENTI DI ANALISI DI BILANCIO**
- **APPLICATO AL SETTORE DEL VENDING** (1 GIORNATA)

➤ Parte integrante del progetto e' un intervento di **INTERNAL MARKETING - PEOPLE SATISFACTION** <

PROBLEM SOLVING E CICLO DI DEMING

OBIETTIVI

- Acquisire la metodologia di Miglioramento dei Processi legata al ciclo P.D.C.A.
- Utilizzare le tecniche di Problem Solving per semplificare, accelerare e migliorare i processi aziendali e gestire le criticità

CONTENUTI

Il Miglioramento Continuo
Il Ciclo di Deming (P.D.C.A.)
La definizione di problema
Il processo di diagnosi
L'analisi delle cause
La ricerca delle soluzioni
Il mantenimento e la verifica dei risultati nel tempo
Le tecniche di miglioramento:
- Brainstorming
- Diagramma di Ishikawa
- Diagramma Inverso
- Diagramma di flusso
- Raccolta dati e stratificazione
- Diagramma di Pareto
- Diagramma di correlazione
- Analisi costi / benefici

METODOLOGIA DIDATTICA

Il modulo didattico prevede una serie di giornate d'aula non consecutive per affrontare alcune criticità aziendali e proporre interventi di miglioramento in un'ottica di efficacia ed efficienza

DESTINATARI

Tutto il personale aziendale

DURATA

5 giornate d'aula non consecutive

TECNICHE DI VENDITA

OBIETTIVI

Sviluppare attitudine commerciale e skills di vendita

Capire e interpretare le esigenze del cliente

Sviluppare le capacità di gestire in modo fluido e professionale il rapporto con il cliente facendo ricorso alle tecniche del role playing

CONTENUTI

Sviluppare le tecniche di presentazione e difesa del prezzo

- Le tecniche di vendita
- La negoziazione
- Gestione della relazione con il cliente
- Tecniche di comunicazione
- Stili e tipologie di comportamento del cliente
- La psicologia del cliente
- Come presentare il servizio di distribuzione automatica
- Le tecniche per la gestione delle obiezioni
- Come chiudere una trattativa

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni in plenaria
- Esercitazioni con l'utilizzo della tecnica del role playing

DESTINATARI

Tutto il personale aziendale

DURATA

2 giornate

COMUNICAZIONE

OBIETTIVI

Fornire ai partecipanti gli strumenti per:

- riuscire a convincere comunicando con efficacia le proprie idee
- riuscire a comprendere gli altri, per migliorare il clima aziendale

CONTENUTI

- I principali mezzi di comunicazione:
 - la comunicazione scritta
 - la comunicazione verbale
 - la comunicazione non verbale
 - altri elementi: abbigliamento, postura, ecc.
- La comunicazione in azienda
- Le comunicazioni interne/esterne

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Presentazione di casi aziendali

DESTINATARI

Tutto il personale aziendale

DURATA

1 giornata

ASSERTIVITÀ

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è quello di sviluppare il modello della comunicazione assertiva, come strumento di integrazione, di confronto produttivo e di miglioramento del clima aziendale

CONTENUTI

- La chiave dell'efficienza : i vantaggi dell'approccio assertivo
- Le componenti della direzione assertiva
- Stili di comportamento : assertivo, aggressivo, passivo
- Saper ascoltare
- Lo sviluppo del comportamento relazionale positivo : gestire e orientare lo scambio di opinioni verso un obiettivo

METODOLOGIA DIDATTICA

Lezioni teoriche con forte coinvolgimento dei partecipanti

- Role Playing

DESTINATARI

Tutto il personale aziendale

DURATA

1 giornata

LEADERSHIP

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti di gestione delle persone e la conoscenza delle leve necessarie per lo sviluppo delle competenze dei propri collaboratori al fine di ottenere prestazioni eccellenti

CONTENUTI

- La gestione dei collaboratori : valorizzare e motivare per sviluppare le competenze professionali
- Sviluppo delle responsabilità e delega
- La valutazione delle prestazioni : la comunicazione degli obiettivi attesi, il monitoraggio, la valutazione dei risultati
- Il coaching : sviluppo delle competenze individuali e crescita del Team
- “Il clima” aziendale : fornire obiettivi comuni per raggiungere prestazioni eccellenti

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche con forte coinvolgimento dei partecipanti
- Role Playing

DESTINATARI

Tutto il personale aziendale

DURATA

2 giornate

CATENA FORNITORE - CLIENTE

OBIETTIVI

Obiettivo del corso è quello di migliorare il clima organizzativo ed il livello delle prestazioni, fornendo ai partecipanti una visione più ampia dei processi aziendali e dell'attività svolta, sviluppando un'attenzione specifica ai bisogni e alle necessità di colleghi e collaboratori

CONTENUTI

- I processi aziendali
- L'orientamento al cliente
- La catena fornitore-cliente
- L'approccio del miglioramento continuo

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche

DESTINATARI

Tutto il personale aziendale

DURATA

1 giornata

GESTIONE DEL TEMPO

OBIETTIVI

Sviluppare la capacità di gestire efficacemente il proprio tempo e quello dei collaboratori

CONTENUTI

- La gestione delle priorità
- Analisi delle tendenze a:
 - rimandare
 - caricarsi di impegni
- La gestione dell'ansia legata allo svolgimento del lavoro urgente
- Strumenti per il miglioramento per una efficace gestione del tempo:
 - la pianificazione del tempo
 - il processo di delega
 - la gestione efficace delle riunioni
 - la comunicazione efficace

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche
- Analisi individuali della gestione del proprio tempo

DESTINATARI

Tutto il personale aziendale

DURATA

1 giornata

NEGOZIAZIONE

OBIETTIVI

Sviluppare le tecniche e le capacità per una negoziazione efficace in molteplici ambiti

CONTENUTI

- Introduzione alla negoziazione: abilità e competenze, strategie e pianificazione, valutazione della forza contrattuale delle parti
- Le fasi della negoziazioni
- Negoziazione e comunicazione: gli aspetti linguistici, la comunicazione non verbale, l'ascolto
- La negoziazione commerciale
- Altri tipi di negoziazione

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Role Playing

DESTINATARI

Personale Commerciale

DURATA

1 giornata

GESTIONE RISORSE UMANE

OBIETTIVI

Verificare il proprio modello di gestione delle persone e sperimentare l'adozione di più efficaci strategie di coinvolgimento e motivazione dei collaboratori.

CONTENUTI

- Sviluppare la capacità di motivare i collaboratori
- Migliorare le capacità di comunicazione nel lavoro di gruppo sperimentando modalità alternative rispetto a quelle usuali, quando queste non portano ad una comunicazione efficace.
- Sviluppare capacità metodologiche e relazionali nel lavoro di gruppo
- Favorire l'utilizzo di strumenti per attivare le persone
- Il processo di conduzione efficace del lavoro di gruppo: costituzione, manutenzione e sviluppo

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni teoriche
- Esercitazioni pratiche con discussioni di casi aziendali

DESTINATARI

Responsabili aziendali

DURATA

2 giornate

ELEMENTI DI ANALISI DI BILANCIO

APPLICATO AL SETTORE DEL VENDING

OBIETTIVI

Sviluppare le capacità interpretative del Bilancio applicato al settore del vending

CONTENUTI

- la riclassificazione del Conto Economico e dello Stato Patrimoniale
- L'analisi per indici
- L'analisi per flussi
- L'analisi del bilancio dei principali competitors

METODOLOGIA DIDATTICA

Lezioni in plenaria

DESTINATARI

Responsabili aziendali
Personale amministrativo

DURATA

1 giorno

INTERVENTI CONSULENZIALI



Eidos Consulting S.r.l. predispone **progetti ed interventi ad hoc** tagliati sulle **specifiche esigenze del cliente** che prevedono un'azione consulenziale sul campo.

In particolare vengono offerti **servizi di counselling e di coaching** finalizzati allo sviluppo manageriale e alla risoluzione di specifici problemi, all'aiuto nel decision make, alla gestione di crisi e di conflitti, allo sviluppo delle risorse umane o al miglioramento delle relazioni.

INTERVENTI PROPOSTI

AREA ORGANIZZAZIONE E SVILUPPO RISORSE UMANE

- Progetto SYMLOGÆ
- Internal marketing e analisi del clima aziendale
- Valutazione delle prestazioni
- Valutazione delle posizioni
- Valutazione delle competenze
- Assessment e valutazione del potenziale

AREA CONTROLLO DI GESTIONE

- Il check up economico-finanziario
- Affiancamento dell'imprenditore nella predisposizione del Piano Strategico (per PMI)

AREA QUALITÀ E CERTIFICAZIONE

- Certificazione di qualità UNI EN ISO 9001:2015
- Certificazione ambientale UNI EN ISO 14001:2015
- Certificazione etica SA 8000:2005
- Certificazione di sicurezza ISO 45001:2018
- Certificazione di sicurezza alimentare ISO 22000:2008
- Certificazione di Sistema di Gestione Integrato qualità, ambiente e sicurezza



AREA **ORGANIZZAZIONE E
SVILUPPO RISORSE UMANE**

INTERNAL MARKETING E ANALISI DEL CLIMA AZIENDALE

OBIETTIVI

Comprendere aspetti quali:

- il grado di conoscenza del personale della propria realtà organizzativa
- il tempo dedicato alle diverse attività aziendali
- i bisogni prioritari e le condizioni di lavoro ritenuti più importanti
- Il livello di condivisione della politica e degli obiettivi aziendali
- il livello di soddisfazione nel lavoro e la valutazione del clima aziendale da parte delle risorse umane

FASI DELL'INTERVENTO

- Definizione dell'ambito di intervento
- La scelta delle informazioni da rilevare (conoscenza del personale di obiettivi e strategie aziendali, delle proprie mansioni e competenze, dei propri clienti e fornitori e dei propri processi, valutazione del clima, dei bisogni, del rapporto con i colleghi e con i propri superiori, ecc.) e gli attori coinvolti
- Definizione del questionario come strumento di rilevazione delle informazioni
- Distribuzione e compilazione dei questionari
- Elaborazione dei dati attraverso l'utilizzo di un apposito software
- Analisi dei risultati
- Attività di counselling (individuale e di gruppo) per la gestione delle criticità e problematiche emerse

VALUTAZIONE DELLE COMPETENZE

OBIETTIVI

- Individuare per ciascun profilo di ruolo le competenze attese, cioè l'insieme di conoscenze, capacità e attitudini, che quel profilo dovrebbe possedere per svolgere efficacemente i propri compiti
- Definire una metodologia per la rilevazione delle competenze effettivamente possedute e per l'analisi dei gap tra competenze attese e possedute

FASI DELL'INTERVENTO

- Definizione degli obiettivi e dell'ambito di intervento
- Definizione della struttura organizzativa e dei profili di ruolo
- Mappatura delle competenze per ciascun profilo di ruolo
- Individuazione di una scala di misurazione delle competenze
- Misurazione delle competenze attese per ogni profilo di ruolo
- Rilevazione delle competenze effettivamente possedute dalla singola persona
- Analisi dei gap tra competenze attese e competenze possedute
- Attività di counselling per la gestione dei gap (individuazione fabbisogni formativi, gestione della motivazione del personale, aspetti comunicazionali e relazionali, ecc.)

VALUTAZIONE DELLE POSIZIONI

OBIETTIVI

Implementare un sistema di valutazione delle posizioni che rappresenti un utile strumento per

- definire un sistema di graduazione retributiva
- individuare in modo efficace il percorso di sviluppo professionale delle posizioni
- identificare i fabbisogni formativi sulla base dell'analisi delle competenze richieste da ciascuna posizione
- supportare la realizzazione di cambiamenti nella struttura organizzativa

FASI DELL'INTERVENTO

- Definizione degli obiettivi e dell'ambito di intervento (finalità, tempi, posizioni interessate, ecc.)
- Costituzione di un gruppo di valutazione
- Individuazione dei criteri e dei fattori di valutazione e loro ponderazione
- Raccolta dei documenti di analisi
- Definizione del metodo e delle procedure di analisi
- Valutazione
- Individuazione delle fasce e dei livelli di graduazione retributiva
- Assistenza in funzione delle altre finalità individuate

VALUTAZIONE DELLE PRESTAZIONI

OBIETTIVI

Implementare un sistema di valutazione delle prestazioni che rappresenti un utile strumento per :

- valorizzare, stimolare ed incentivare il singolo al miglioramento della performance lavorativa
- definire un sistema premiante
- comprendere meglio i punti di forza e di debolezza del personale per pianificare un adeguato sviluppo professionale
- individuare i principali fabbisogni formativi

FASI DELL'INTERVENTO

- Definizione degli obiettivi e dell'ambito di intervento (finalità, attori, metodologia, periodo della valutazione)
- Costituzione di un gruppo di progetto
- Definizione e sviluppo del processo di valutazione delle prestazioni:
 - assegnazione degli obiettivi (obiettivi prefissati, comportamenti richiesti, compiti assegnati)
 - verifica dell'andamento della prestazione
 - valutazione dei risultati conseguiti
 - comunicazione della valutazione
- Addestramento e formazione per le posizioni preposte alle valutazioni

-
- Assistenza nella gestione delle varie fasi del processo di valutazione e delle relative criticità (conflitti o incomprensioni, necessità di rivedere o aggiornare gli obiettivi, gestione dei colloqui e delle comunicazioni individuali, ecc.)
 - Definizione di un sistema premiante basato sulla valutazione delle prestazioni
 - Assistenza in funzione delle altre finalità individuate

ASSESSMENT E VALUTAZIONE DEL POTENZIALE

OBIETTIVI

Implementare un sistema di valutazione del potenziale (analisi delle capacità e attitudini di una persona in relazione ai requisiti richiesti per ruoli diversi dalla posizione attuale) utile per :

- individuare e/o selezionare manager e altro personale ad alto potenziale
- identificare un adeguato sviluppo professionale e di pianificazione delle carriere per i valutati
- rilevare i principali fabbisogni formativi
- comprendere il grado di sostituibilità delle risorse umane

FASI DELL'INTERVENTO

- Definizione degli obiettivi e dell'ambito di intervento (finalità, attori, metodologia, periodo della valutazione)
- Costituzione di un gruppo di progetto per la valutazione
- Definizione delle caratteristiche da considerare per ogni valutato
- Applicazione della metodologia dell'Assessment center:
 - presentazione del progetto e formazione degli osservatori e dei partecipanti
 - predisposizione di esercitazioni, test, simulazioni per la rilevazione delle caratteristiche

-
- organizzazione interna degli aspetti logistici (luogo delle esercitazioni e delle osservazioni) e individuazione delle persone interessate sia come partecipanti, sia come osservatori
 - effettuazione delle esercitazioni, test e simulazione
 - osservazione, registrazione ed elaborazione dei risultati
 - Assistenza per l'utilizzo dei risultati in funzione delle finalità del progetto



AREA CONTROLLO DI GESTIONE

AFFIANCAMENTO DELL'IMPRENDITORE NELLA PREDISPOSIZIONE DEL PIANO STRATEGICO PER PMI

OBIETTIVI

Affiancare l'imprenditore nella realizzazione di un piano strategico

FASI DELL'INTERVENTO

- Affiancamento per la realizzazione del Piano Strategico aziendale
- Formalizzazione del business plan
- Coinvolgimento e motivazione delle risorse in funzione dei diversi ruoli aziendali
- Ottimizzazione del sistema di budgeting
- Miglioramento del sistema di controllo di gestione
- Affiancamento nella gestione del sistema di reporting

IL CHECK UP ECONOMICO-FINANZIARIO

OBIETTIVI

- Pervenire ad una diagnosi dello stato di salute dell'azienda cliente in termini di:
 - aspetti economici e finanziari
 - profilo di rischio
- Assegnazione di un rating complessivo, di un rating per il profilo economico-finanziario e di un rating per il profilo di rischio

FASI DELL'INTERVENTO

- Presentazione del modello generale e degli obiettivi
- L'evoluzione del rapporto banca e impresa alla luce dell'accordo di Basilea 2
- Compilazione del questionario per il check-up economico-finanziario con la raccolta sistematica dei dati necessari alla comprensione dei seguenti aspetti dell'andamento aziendale:
 - sviluppo
 - redditività operativa
 - leva finanziaria
 - rischio competitivo
 - rischio finanziario
- Elaborazione dei dati attraverso l'utilizzo di un apposito software
- Assegnazione di un rating al profilo economico finanziario ed al profilo di rischio e assegnazione di un rating complessivo
- Consulenza per la gestione delle criticità e delle problematiche emerse

A person in a white shirt and maroon tie is sitting at a desk, writing in a notebook with a pen. A smartphone with a logo is on the desk. The background is blurred, showing a laptop and another person's hands.

AREA **QUALITA'** **E CERTIFICAZIONI**

CERTIFICAZIONE DI QUALITÀ UNI EN ISO 9001:2015

OBIETTIVI

- Realizzare presso l'Azienda cliente un Sistema di Gestione per la Qualità (SGQ)
- Guidare l'Azienda cliente al conseguimento della certificazione di qualità secondo la norma UNI EN ISO 9001:2000 ad opera di un ente di certificazione accreditato Accredia.

FASI DELL'INTERVENTO

• **Check up aziendale e pianificazione iniziale:**

analisi e valutazione iniziale dell'Azienda, per rilevare lo stato attuale dell'organizzazione e della struttura, in funzione della norma UNI EN ISO 9001:2015

• **Pianificazione del Sistema di Gestione per la Qualità (SGQ):**

creazione delle basi organizzative e dei documenti di pianificazione del SGQ

• **Sviluppo del Sistema di Gestione per la Qualità:**

sviluppare il processo di implementazione del SGQ, realizzando progressivamente quanto stabilito nel piano di miglioramento aziendale, facendo leva sul coinvolgimento delle risorse aziendali

• **Verifica ispettiva finale:**

verificare la conformità del SGQ dell'Azienda alla norma UNI EN ISO 9001:2015 e avviare la procedura di ottenimento della certificazione da parte di

un organismo accreditato

- **Le novità della norma ISO 9001:2015:**
L'”High Level Structure” (HLS); I nuovi requisiti relativi al contesto e alle parti interessate; I processi in outsourcing; “Risk Based Thinking”: Il tema del rischio nei requisiti della nuova norma

CERTIFICAZIONE AMBIENTALE UNI EN ISO 14001:2015

OBIETTIVI

- Realizzare presso l'Azienda cliente un Sistema di Gestione Ambientale (SGA)
- Guidare l'Azienda cliente al conseguimento della certificazione ambientale secondo la norma UNI EN ISO 14001:2015 ad opera di un ente di certificazione accreditato Accredia.

FASI DELL'INTERVENTO

- **Analisi ambientale iniziale:**

analisi e valutazione preliminare del SGA, per rilevare gli scostamenti dalla norma ISO 14001 e individuare, selezionare, quantificare gli aspetti ambientali significativi

- **Definizione e sviluppo del Sistema di Gestione Ambientale (SGA):**

definizione e sviluppo del processo di implementazione del SGA, facendo leva sul coinvolgimento delle risorse aziendali

- **Stesura del Manuale Ambientale:**

redazione del Manuale Ambientale che contiene la formalizzazione organizzativa e documentale dei processi e delle attività del SGA, indispensabile per la conformità della norma di riferimento

- **Verifica ispettiva finale:**

verifica della conformità dell'Azienda alla norma UNI EN ISO 14001 e avvio della procedura di ottenimento della certificazione da parte di un organismo accreditato

- **Le novità della norma ISO 14001:2015**

CERTIFICAZIONE ETICA

SA 8000:2014

OBIETTIVI

- Realizzare presso l'azienda un Sistema di Gestione Etico
- Guidare l'Azienda al conseguimento della certificazione etica in conformità con la norma SA 8000:2014.

FASI DELL'INTERVENTO

- **Analisi iniziale:**
analisi e valutazione preliminare della conformità dell'Azienda alle leggi, regolamenti e convenzioni ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro) applicabili
- **Definizione e sviluppo di un sistema di gestione etico:**
definizione e sviluppo del processo di implementazione del sistema di gestione etico in conformità con la SA 8000:2014
Stesura del Manuale:
redazione del manuale che contiene la formalizzazione organizzativa e documentale dei processi e delle attività del sistema di gestione etico
- **Stesura del Bilancio di sostenibilità**
- **Redazione di codici etici:**
definizione di regole di comportamento e di controlli della catena di fornitura
- **Verifica ispettiva finale:**
verifica della conformità dell'Azienda alla norma SA 8000:2005 e avvio della procedura di ottenimento della certificazione da parte di un organismo accreditato

CERTIFICAZIONE DI SICUREZZA ISO 45001:2018

OBIETTIVI

- Realizzare presso l'azienda un Sistema di Gestione della sicurezza e della salute sul lavoro
- Guidare l'Azienda al conseguimento della certificazione del Sistema di Gestione della sicurezza e della salute sul lavoro in conformità con la norma ISO 45001:2018

FASI DELL'INTERVENTO

- **Analisi iniziale:**

analisi e valutazione preliminare della conformità dell'Azienda alla norma ISO 45001:2018

- **Definizione e sviluppo di un Sistema di Gestione della sicurezza e della salute sul lavoro:**

identificazione dei pericoli e valutazione dei rischi, con individuazione di quelli da controllare. In questa fase vanno formulate anche gli obiettivi e i programmi di intervento con la definizione delle attività di misurazione e sorveglianza

- **Stesura del Manuale:**

redazione del manuale che contiene la formalizzazione organizzativa e documentale dei processi e delle attività del sistema di gestione della sicurezza e della salute sul lavoro

- **Verifica ispettiva finale:**

verifica della conformità dell'Azienda alla norma ISO 45001:2018 e avvio della procedura di ottenimento della certificazione da parte di un organismo accreditato

CERTIFICAZIONE SISTEMA DI GESTIONE INTEGRATO QUALITÀ AMBIENTE E SICUREZZA

OBIETTIVI

- Realizzare presso l'Azienda cliente un Sistema di Gestione Integrato (SGI) qualità, ambiente e sicurezza
- Guidare l'Azienda cliente al conseguimento delle certificazioni conformi alle norme ISO 9001:2015 per la qualità, ISO 14001:2015 per l'ambiente, ISO 45001:2018 per la sicurezza ad opera di un ente di certificazione accreditato Accrediat.

FASI DELL'INTERVENTO

- **Analisi iniziale:**
analisi e valutazioni preliminari dei Sistemi Qualità, Ambiente e Sicurezza, per rilevare gli scostamenti dalle norme di riferimento e individuare, selezionare, quantificare gli aspetti significativi da monitorare, evidenziando le aree di interfaccia e definendo il piano dei lavori successivi
- **Definizione e sviluppo del sistema:**
definire il SGI facendo leva sul coinvolgimento delle risorse aziendali. In questa fase vengono definiti l'assetto organizzativo, la politica comune ai 3 sistemi, gli obiettivi, la mappatura dei processi, procedure e degli altri documenti necessari

- **Stesura manuale integrato:**

preparare il Manuale del SGI, che contiene la formalizzazione organizzativa e documentale dei processi e delle attività del SGI

- **Verifica ispettiva finale:**

verificare la conformità dell'Azienda alle normative di riferimento e avviare la procedura di ottenimento delle certificazioni richieste da parte di un organismo accreditato



Eidos Consulting S.r.l.

Via Giannini, 26 – 61045 Pergola (PU) - tel. e fax
0721/736676 – 739308

Via Rugabella, 1 – 20122 Milano – Tel. e fax
02/80581798

Sito internet: www.eidosconsulting.it

e-mail : info@eidosconsulting.it

Pagina LinkedIn e Facebook: Eidos Consulting Srl

Instagram: Eidos Consulting Srl