

TRANSFORMATION MANAGEMENT



Corsi per:
**Management
Leadership
Governance
Crisis
Branding
Communication**

2024-5

v. 10a_24_g

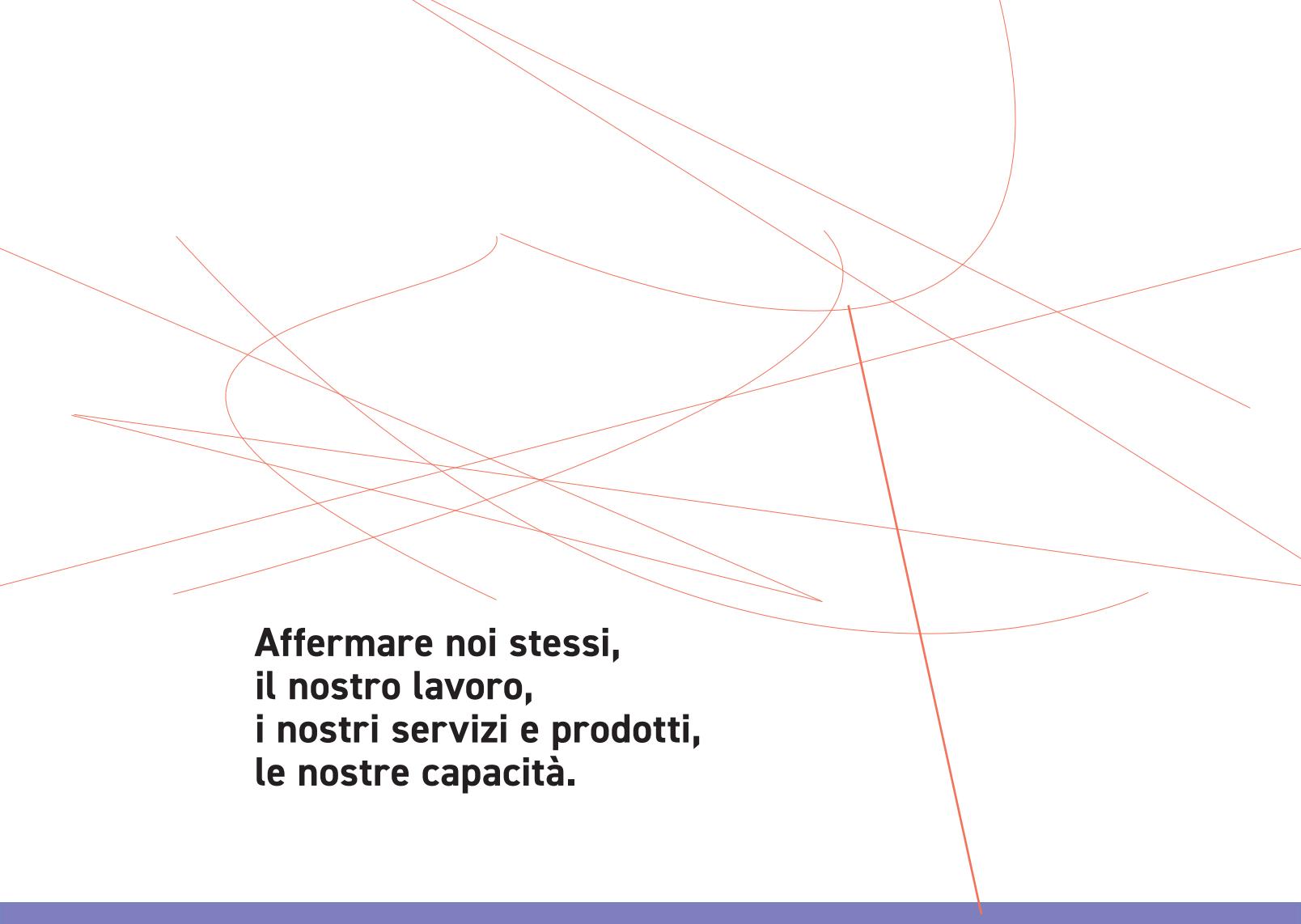
I nostri corsi formativi

li personalizziamo in base alle esigenze specifiche e alle competenze già acquisite dai partecipanti.

Li aggiorniamo costantemente in funzione dell'evoluzione delle tecnologie, del cambiamento culturale che influenza le attese degli stakeholders, dei cambiamenti sociali e dei mezzi di comunicazione.

I nostri moduli formativi sono stati adottati in master e business school, tra cui BS Sole 24 Ore, SDA Bocconi, Challenge School dell'Università Ca' Foscari.





**Affermare noi stessi,
il nostro lavoro,
i nostri servizi e prodotti,
le nostre capacità.**

I nostri corsi sono disponibili in lingua italiana, inglese e tedesco.
Si svolgono in aula oppure online.

La durata e la frequenza sono personalizzate
in funzione delle competenze e delle esigenze di chi li frequenta,
dell'approfondimento richiesto e del numero dei partecipanti.
Indicativamente li abbiamo riassunti in:



Workshop 4 - 12 ore



Master 16 - 28 ore

SCRITTURA STRATEGICA

Come scrivere testi per il proprio business
dalla mail alla presentazione

CONTENUTO:

Questo corso sviluppa le abilità specifiche per massimizzare l'impatto della scrittura.

Regole e azioni per ottenere da quello che scriviamo le reazioni che desideriamo. Il coinvolgimento, l'efficacia delle parole da utilizzare nei documenti, nelle mail, nelle slide.

Nella vita professionale, aziendale e di relazione, la capacità di comunicare in modo efficace attraverso la scrittura è fondamentale. I testi, oltre al messaggio, trasmettono emozioni che influenzano direttamente i risultati del proprio lavoro, le risposte delle persone e dell'organizzazione.

Affronteremo le strategie di scrittura più idonee nelle negoziazioni, nella gestione di progetti, nella redazione di white paper e reportistica. Particolare attenzione sarà posta agli aspetti della scrittura che definiscono la leadership, la reputazione e la capacità di influenzare decisioni.

Con le esercitazioni si avrà l'opportunità di testare la capacità di sintesi e di efficacia.

Comprenderemo come utilizzare gli strumenti dell'intelligenza artificiale generativa per rendere più veloce il nostro lavoro di scrittura, avere suggerimenti sui contenuti e ottenere le risposte che ci sono più utili.

COSA APPRENDERAI:

- Definire obiettivi e adattare lo stile al pubblico
- Organizzare i contenuti in modo persuasivo
- Massimizzare impatto emotivo
- Best practice per documenti, email e presentazioni
- Strategie per negoziazioni, progetti, reportistica
- Scrittura per leadership, reputazione, influenza
- Esercizi di sintesi
- Comunicazione messaggi chiave
- Usare AI generativa per ottimizzare la scrittura
- Riconoscere i core values
- Fondamenti di Business English
- Feedback personalizzati e aree di miglioramento

N° MAX

15 persone

DOCENTI:

Giorgio Tedeschi
Joseph Edward Rozzo

Apprendere le tecniche avanzate per trasmettere messaggi anche complessi con chiarezza e incisività a una vasta gamma di pubblici, prendendo spunto dalle più recenti ricerche sulla retorica, la semantica e sugli effetti delle parole sulla fisiologia.



STRATEGIC BEHAVIOR

Gestione delle relazioni con clienti e team

CONTENUTO

Chi occupa un ruolo manageriale o lavora a contatto con il pubblico o i clienti, con questo corso apprenderà regole e strumenti per ottenere il massimo risultato dalle interazioni personali. Conoscerà come utilizzare nel modo più efficace i comportamenti e i segnali che migliorano i rapporti nel team, il clima e il successo dell'organizzazione.

Gli atteggiamenti che ci espongono nel quotidiano ai colleghi, al pubblico, ai clienti, incidono in modo determinante sul grado di soddisfazione degli interlocutori con cui ci si rapporta, sull'immagine personale, dell'organizzazione che eventualmente rappresentiamo e quindi anche sul successo.

Il corso insegnereà l'insieme di regole che suggeriscono il comportamento appropriato e funzionale al risultato in qualsiasi occasione privata e lavorativa.

Chi conosce e segue queste indicazioni potrà apparire più sicuro e trasmettere un'immagine positiva di sé e arrivare al successo professionale più facilmente.

COSA APPRENDERAI:

- I comportamenti appropriati per ogni ruolo
- Migliorare l'immagine personale e professionale
- Proiettare la sicurezza personale
- Gestire situazioni delicate
- Le dinamiche culturali nell'ambito internazionale
- Le regole di comportamento in situazioni varie

N° MAX

20 persone

DOCENTE:

Katharina von Bruchhausen

Acquisire autorevolezza e sicurezza di sé instaurando una relazione efficace in base a situazione, ruolo e interlocutore. Migliorare e mantenere un clima di lavoro positivo, affrontare e risolvere conflitti nella vita professionale.



COMUNICAZIONI EFFICACI con DIPENDENTI & COLLABORATORI

Ottenere il massimo dalla comunicazione interna

CONTENUTO:

La comunicazione interna è un pilastro fondamentale per il successo di un'organizzazione. Garantisce l'allineamento strategico, promuove la collaborazione interfunzionale e favorisce il coinvolgimento dei dipendenti. Attraverso la condivisione tempestiva di informazioni rilevanti, riduce incertezze e voci di corridoio, ottimizzando i flussi di lavoro.

Contribuisce a sostenere la cultura aziendale, veicola valori, vision e identità a tutti i livelli. Nei momenti di cambiamento o crisi, una comunicazione trasparente e proattiva è fondamentale per gestire l'incertezza e ottenere il buy-in dei dipendenti.

Il nostro corso si basa sui principi della teoria della comunicazione organizzativa e della fisiologia della comunicazione fornendo un quadro completo per comprendere e migliorare la dinamica della comunicazione interna.

Attraverso un approccio multidisciplinare combineremo le competenze di comunicazione con la gestione delle risorse umane, la leadership, il marketing, la tecnologia e l'analisi dei dati.

COSA APPRENDERAI:

- Scegliere la propria metodologia
- Mezzi e metodi per comunicare efficacemente
- Come creare appartenenza
- L'impatto delle percezioni
- Lo storytelling e story building
- L'ascolto attivo

N° MAX

15 persone

DOCENTI:

Giorgio Tedeschi
Joseph Edward Rozzo

Studi realizzati da società di consulenza gestionale, affermano che le aziende con una comunicazione interna efficace hanno il 25% di probabilità in più di ottenere performance superiori rispetto ai loro concorrenti.



GESTIRE MEDIA e GIORNALISTI

Media training per essere efficaci e convincenti
interagendo con radio, tv, podcast, stampa online e offline

CONTENUTO:

I media pongono ogni giorno il manager e le personalità pubbliche nella necessità gestire in modo efficace la comunicazione personale e della propria organizzazione.

Interviste, dichiarazioni sui media esterni e interni; conferenze stampa e gestione del contraddittorio. È indispensabile padroneggiare i mezzi e avere consapevolezza su ciò che è efficace per fare arrivare i messaggi, farli ricordare e generare le azioni o le risposte che si desiderano.

È necessario conoscere come vengono recepiti i messaggi da chi li riceve, comprendendo le dinamiche sociali e fisiologiche che differiscono spesso in funzione della tipologia di media utilizzato, dalla cultura di chi ascolta, dalla sua esperienza, dalla sua competenza, dall'età, dal momento in cui il messaggio viene ricevuto.

L'intelligenza artificiale generativa fornisce alcuni strumenti utili alla realizzazione dei contenuti, all'analisi dei feedback, alla verifica dell'efficacia dei nostri messaggi, con la possibilità di aiutarci ad adattarli verso i singoli pubblici di riferimento.

COSA APPRENDERAI:

- Conoscere il target di ogni comunicazione
- Definire le strategie
- Costruire relazioni utili
- Preparare e diffondere messaggi efficaci
- Analisi dei feedback
- Come utilizzare l'intelligenza artificiale
- Come lavorano le redazioni

N° MAX

10 persone

DOCENTI:

Giorgio Tedeschi
Katharina von Bruchhausen
Joseph Edward Rozzo

Intervista, dichiarazione, conferenza stampa, nota o comunicato stampa. Professionisti e manager devono sapere gestire i giornalisti e i media, rispondere in modo adeguato alle domande e cogliere le opportunità.



SPEAK SMART

Regole e idee per parlare in pubblico
in modo convincente

CONTENUTO:

La capacità di presentare in modo efficace sé stessi e il proprio lavoro è un elemento determinante per raggiungere un risultato.

La molteplicità di messaggi, la conoscenza delle differenze culturali e generazionali sono determinanti per prevedere e orientare l'interazione tra persone e tra persone e gruppi.

È inoltre opportuno apprendere come gli strumenti dell'intelligenza artificiale generativa possono aiutarci nella creazione e nell'analisi del nostro contenuto e del nostro comportamento, fornendoci spunti e possibilità di verifica.

Il corso si caratterizza per una solida base scientifica applicata al formato del workshop, in cui si alterna l'apprendimento teorico con esempi pratici e esercitazioni.

Le competenze tecniche acquisite vengono applicate con esercizi davanti alla telecamera con un confronto continuo sui risultati via via ottenuti e sulle soluzioni personali più efficaci.

Questo metodo consente di osservare su sé stessi la progressiva evoluzione della propria comunicazione, di sperimentare le diverse tecniche acquisite nel corso della formazione, di scoprire e scegliere quelle più adatte a sé.

COSA APPRENDERAI:

- Perché alcune persone si fanno ascoltare
- Come definire la propria personalità pubblica
- Le dinamiche fisiologiche e sociali
- Strutturare discorso per le diverse occasioni
- Come utilizzare l'intelligenza artificiale
- Utilizzare i principi della persuasione
- Definire il pubblico di riferimento
- Analizzare il feedback in sala e online
- La comunicazione non verbale e peraverbale
- Come prepararsi e diminuire l'ansia

N° MAX

15 persone

DOCENTI:

Giorgio Tedeschi

Katharina von Bruchhausen



Gestire i propri pubblici, interni ed esterni. Meeting, conferenze, riunioni aziendali, online e offline. Sono cambiate regole, mezzi e le aspettative dei nostri pubblici. Un corso per conoscerle, dominarle, coinvolgere e affermare la propria leadership.

LEADERSHIP MOTIVAZIONALE

L'intelligenza emotiva come chiave del successo

CONTENUTO

La leadership è un fattore determinante per il successo delle organizzazioni. Il leader crea un ambiente che favorisce la collaborazione, la comunicazione aperta e il benessere di tutti i membri dell'organizzazione. Diventare un punto di riferimento. Questo si ottiene incoraggiando la partecipazione attiva, offrendo spazi sicuri per l'espressione delle idee e promuovendo un confronto costruttivo.

Durante il corso, esploreremo le competenze chiave necessarie per diventare un leader apprezzato ed efficace. Metteremo l'accento sull'intelligenza emotiva che comprende la consapevolezza di sé e degli altri, la gestione delle emozioni, la capacità di gestire le relazioni in modo empatico.

Riconosceremo le nostre emozioni e come queste influenzano il nostro comportamento e le decisioni che prendiamo. Esploreremo le strategie per gestirle in modo sano ed equilibrato, sia per noi stessi sia per gli altri membri del team.

La consapevolezza degli altri è un elemento fondamentale nella leadership. Impareremo a riconoscere e ad essere sensibili alle emozioni e ai bisogni degli altri. Svilupperemo la capacità di ascolto attivo e di comunicazione empatica, creando un ambiente di fiducia e di supporto reciproco.

COSA APPRENDERAI:

- I principi fondamentali della leadership inclusiva
- I pregiudizi personali.
- Motivare e dare feedback in modo costruttivo
- Identificare e sfidare dei bias inconsci
- Promuovere l'uguaglianza di opportunità
- Creare un ambiente di lavoro inclusivo
- Coinvolgimento attivo di tutti i membri del team
- Strumenti pratici per l'ascolto attivo
- La gestione costruttiva dei conflitti.

N° MAX

8 persone

DOCENTI:

Katharina von Bruchhausen

Joseph Edward Rozzo

Il leader motivazionale è inclusivo e si distingue per la sua capacità di comprendere e motivare i collaboratori, di metterli nelle condizioni di esprimere le loro capacità



PERSONAL BRANDING

Costruire la propria immagine professionale migliore

CONTENUTO:

Per ogni manager è importante un'immagine sicura, convincente e professionale. Per apparire sempre e ovunque in modo congruente con il proprio ruolo professionale, bisogna conoscere quali sono le variabili che influiscono sul modo in cui veniamo percepiti.

I partecipanti impareranno a convincere già con la prima impressione, a ottimizzare il linguaggio del corpo, la comunicazione paraverbale, a trovare il giusto tono per la relazione. Come scegliere l'abbigliamento adeguato a ruolo e contesto, come creare e mantenere un'immagine online e offline professionale e coerente.

Attraverso una serie di esercizi, metteremo a fuoco le competenze, abilità, valori, scopo e visione in maniera che in ogni incontro, sia formale che casuale, sapremo sintetizzare la nostra esperienza, rendendo chiaro a chi ascolta, il personal brand. Si evita così di essere confinati nel proprio job title o ruolo, esprimendo la propria personalità in modo coerente ed efficace.

COSA APPRENDERAI:

- Consapevolezza di sé
- Riconoscere i propri valori
- Definire le proprie passioni
- Strutturare una narrativa personale
- Comunicare la propria narrativa
- Networking efficace

N° MAX

20 persone

DOCENTI:

Katharina von Bruchhausen

Joseph Edward Rozzo

Per trovare un proprio stile. Per essere persuasivi e spontanei. Per convincere collaboratori, team, colleghi e manager. Per essere riconoscibili e unici.



DIGITAL CONTENT DESIGN

Dal piano editoriale a ChatGPT

CONTENUTO

La comunicazione online è diventata sempre più importante e complessa. Per creare contenuti efficaci e coinvolgenti, non basta più solo saper scrivere bene, ma occorre anche conoscere le tecniche e gli strumenti più adatti a catturare l'attenzione e l'interesse del pubblico. Per questo motivo è fondamentale formarsi e aggiornarsi sulle nuove tendenze e le migliori pratiche del settore.

Progettare contenuti multimediali, oggi, significa conoscere l'ecosistema digitale, con gli algoritmi che regolano il flusso dell'informazione e dell'intrattenimento online. Significa, anche, essere in grado di individuare i target e di strutturare i messaggi in modo coerente, per garantire l'engagement e l'interesse del pubblico di riferimento. Vuol dire, infine, sfruttare le potenzialità offerte dall'intelligenza artificiale, per la progettazione e l'analisi dei contenuti.

COSA APPRENDERAI:

- L'ecosistema digitale
- Come agiscono gli algoritmi
- L'individuazione del target
- Strutturazione dei messaggi
- Intrattenere il pubblico
- L'uso dell'intelligenza artificiale nell'editing
-

N° MAX

20 persone

DOCENTI:

Nicola Zamperini

Francesco Marino

Progettare e realizzare contenuti multimediali originali, adatti ai diversi canali web e social. Gestire piani editoriali coerenti con il target di riferimento. Utilizzare l'intelligenza artificiale per generare, personalizzare e monitorare i contenuti. Valutare l'impatto e il ritorno dei contenuti.



DIGITAL CONTENT PRODUCTION

Come strutturare e produrre social media content *in-house*

CONTENUTO

La comunicazione online di qualsiasi attività, grande o piccola che sia, è diventata una necessità. La transizione tra realizzare il bisogno di comunicare e trovare le soluzioni è piena di ostacoli sia finanziari sia in termini di valutazione dei messaggi, dei media e del tempo da dedicare.

Per le multinazionali la questione si risolve con l'inserimento di nuovi fornitori professionali che gestiscono l'omni-channel media insieme all'ideazione e la creatività necessaria per mantenere una presenza costante online. Per tutte le altre aziende e i professionisti, si apre una serie di domande di difficile risposta.

In questo corso si impara a superare gli ostacoli con metodi chiari e di semplice adozione insieme alla base culturale per affrontare tutta una serie di nuovi concetti di comunicazione: dallo story building fino all'employer branding, podcasting e la produzione di reel per le varie piattaforme. Questo corso aiuta ad acquisire competenze professionali, a utilizzare l'intelligenza artificiale per la crazione di stimoli e idee, per adattare i contenuti ai diversi target.

Alla fine del corso si sarà in grado di mettere in moto la transizione culturale e professionale necessaria per creare una strategia di comunicazione online, completare la produzione di tutti gli elementi e gestire la messa online con una costante consapevolezza dell'efficacia del propria dialogo con i stakeholder, clienti, dipendenti e esterni.

COSA APPRENDERAI:

- Come valutare i membri del team
- Gli spazi e l'attrezzatura minimale
- Dallo Smart Phone Reel al Podcast
- Abilità avanzate di produzione
- Creare una strategia digitale
- Social Media marketing e analisi
- I KPI di controllo
- L'utilizzo dell'intelligenza artificiale

N° MAX

10 persone

DOCENTI:

Joseph Edward Rozzo

Produrre continuativamente contenuti per un sito web, un e-commerce o per un'azienda con necessità complesse. Poterlo fare in-house aiuta a mantenere un dialogo costante con stakeholder, clienti e il pubblico.



FAKE NEWS e il DANNO alla REPUTAZIONE

Metodi per difendere te e la tua attività da attacchi e bugie

CONTENUTO

Le notizie false possono compromettere la reputazione da un momento all'altro. Questo corso affronta tutte le fasi di prevenzione, reazione e ricostruzione quando siamo attaccati con una campagna di fake news.

Come monitorare le fonti di notizie false online, su media e social, come reagire in fretta preparandosi per evitare che la notizia falsa diventi virale. Come ci consentono di agire le norme italiane e internazionali.

Il corso consentirà di identificare le intenzioni di chi effettua azioni ostili o dannose, in buona o cattiva fede, sui diversi media e social network.

Si apprenderanno i metodi e gli strumenti di fact checking e verifica delle fonti, gli elementi fondamentali della gestione delle crisi. Come utilizzare gli algoritmi per fare analisi predittive e l'intelligenza artificiale per massimizzare il risultato dei propri interventi di contenimento e di replica.

Affronteremo le dinamiche dei media, i tempi e le caratteristiche di una replica autorevole e efficace.

COSA APPRENDERAI:

- I metodi di monitoraggio
- Le diverse tipologie di notizie false
- Come capire le intenzioni di chi le diffondono
- Come reagire.
- L'utilizzo del fact checking
- I potenziali danni e le riposte adeguate
- Le norme e le regole per difendersi
- L'utilizzo dell'intelligenza artificiale

N° MAX

10 persone

DOCENTI:

Giorgio Tedeschi

Nicola Zamperini

Le notizie false ci possono colpire in qualsiasi istante e danneggiare noi o la nostra organizzazione. Impariamo cosa fare in uno scenario di informazione divenuto veloce, in cui è necessario conoscere e approntare gli strumenti per reagire e non venire sopraffatti.



SMART next GENERATION

La comunicazione aziendale inter-generazionale

CONTENUTO:

Cosa succede quando ci troviamo di fronte a una forza lavoro composta da persone appartenenti a diverse generazioni, ognuna con stili di comunicazione e aspettative diverse?

Questo corso è dedicato ai responsabili della gestione di un team multigenerazionale e a chi desidera migliorare la capacità di comunicazione con colleghi di diverse età.

Durante il corso esploreremo le caratteristiche distintive di ciascuna generazione presente nell'ambiente lavorativo, analizzeremo le loro prospettive, preferenze di comunicazione e valori, al fine di comprendere meglio le dinamiche intergenerazionali e come affrontarle in modo efficace.

Si apprenderanno le strategie pratiche per adattare il proprio stile di comunicazione alle esigenze di ciascuna generazione, favorendo una comunicazione chiara, efficace e rispettosa. Esploreremo anche l'importanza della comunicazione multicanale e delle nuove tecnologie nel coinvolgere e connettere le diverse generazioni.

Affronteremo anche temi come la gestione dei conflitti intergenerazionali, i fattori motivazionali per le diverse generazioni, la promozione della collaborazione e del mentoring, e come creare un ambiente di lavoro inclusivo che valorizzi le diverse prospettive e esperienze.

Il corso si basa su approcci interattivi di apprendimento, che includono discussioni di gruppo, esercizi pratici e studi di caso.

COSA APPRENDERAI:

- Comprendere le diverse generazioni
- Adattare il proprio stile di comunicazione
- Gestire i conflitti intergenerazionali
- Promuovere la collaborazione
- Il mentoring tra le diverse generazioni
- Creare un ambiente di lavoro inclusivo
- Valorizzare le diverse prospettive e esperienze

N° MAX

20 persone

DOCENTI:

Katharina von Bruchhausen

Joseph Edward Rozzo

Le generazioni si sintonizzano su frequenze diverse, creando un mix di comunicazione, percezioni e culture in continua evoluzione: le percezioni si sfidano e va reinventato il modo di comunicare.



STORYTELLING MOTIVAZIONALE

Come applicare tecniche e struttura del racconto
e adattarla ai propri collaboratori

CONTENUTO

Lo storytelling è un metodo che implica l'attivazione di una relazione emotiva tra chi racconta e chi ascolta. Il messaggio e le informazioni devono avere una struttura capace di evocare il pensiero individuale. Per ottenere i risultati sono fondamentali le conoscenze della retorica e la capacità di applicarle alla circostanza, per sapere quale storia costruire e come raccontarla.

Il corso affronterà questi temi con una parte teorica ed esercizi personali capire il valore profondo dello storytelling come strumento di motivazione, coinvolgimento e successo personale.

Si apprenderanno le diverse tecniche di racconto utilizzando esempi nella scrittura e nella produzione audio e video. Come trasformare in una storia qualsiasi presentazione che deve essere fatta al proprio team o al pubblico.

COSA APPRENDERAI:

- La meccanica dello storytelling
- Perché lo storytelling motiva
- L'ascolto attivo
- Team building attraverso la motivazione
- L'importanza di una visione del futuro
- Il ruolo dello storytelling nell'immaginario
- Dialoghi con empatia
- Trasformare l'informazione e i dati in narrativa

N° MAX

12 persone

DOCENTE:

Joseph Edward Rozzo

*Per coinvolgere le persone,
farle collaborare e motivarle
anche emotivamente, non
c'è metodo migliore dello
storytelling.*



Comunicazione di CRISI

Dall'azienda al brand, come prevedere e affrontare gli eventi dannosi per noi e la nostra organizzazione

CONTENUTO:

La gestione delle crisi, delle criticità e degli incidenti ha acquisito una rilevanza fondamentale nella vita di tutte le organizzazioni per la conservazione dei beni materiali e immateriali.

L'impatto che questi eventi possono avere sulla produzione e sulla reputazione si sono fortemente amplificati per la mutata sensibilità sociale e con il moltiplicarsi degli strumenti di comunicazione.

È dunque necessario conoscere i metodi con cui affrontare questi eventi con rapidità e preparare sé stessi e la propria organizzazione, acquisendo la conoscenza di come attuare tutte le fasi di monitoraggio e prevenzione, di intervento al manifestarsi della crisi. Conosceremo le soluzioni tecnologiche, tra cui l'AI generativa, che possono aiutare a velocizzare i processi di gestione delle criticità.

Il percorso prevede una parte teorica con molteplici esempi di applicazione pratica, con il supporto delle motivazioni scientifiche che stanno alla base delle scelte da prendere imparando a conoscere le risposte dei diversi pubblici sul piano emotivo, sociale, economico e politico. Vengono poi approfonditi tutti gli elementi che caratterizzano la crisi e condizionano gli aspetti di comunicazione interna e esterna.

COSA APPRENDERAI:

- Gli strumenti di prevenzione e monitoraggio
- Cosa si può fare e quello che non va fatto
- Come non farsi sopraffare dalla crisi
- Imparare a reagire nei tempi e nei modi efficaci
- L'importanza dell'emotività
- Le influenze culturali, della storia dei luoghi

N° MAX

20 persone

DOCENTE:

Giorgio Tedeschi

Ogni persona, ogni organizzazione è soggetta a criticità potenziali. Eventi interni e esterni che possono influire o perfino pregiudicare la continuità aziendale. Sono eventi in cui è necessario che ciascuno sappia come comportarsi per gestire con la massima velocità la comunicazione.



EMPLOYER BRANDING

Come attrarre il miglior talento e come convincerlo a restare

CONTENUTO

Una delle maggiori difficoltà competitive risiede nella capacità di attrarre nuovi talenti che abbiano le competenze adeguate.

Dai giovani esperti di artificial intelligence, programmazione o data analisi, ai manutentori di grandi impianti industriali o persino a chi sa gestire la creazione di business content; la concorrenza per occupare in modo qualificato il posto di lavoro è difficile.

Ci sono poche persone con le competenze giuste e molti ruoli sono difficili da sostituire. Per questo motivo è sempre più importante creare una strategia di *employer branding*. Cioè, la capacità dell'azienda o dell'attività di comunicare l'ambiente di lavoro in modo attrattivo per incitare potenziali candidati a presentarsi.

Inoltre, dopo aver dedicato molte risorse nel inserire un nuovo assunto in qualsiasi attività, piccolo o grande che sia, c'è il rischio che venga attratto da un'altro posto di lavoro in un'altra attività portando via anche le nuove competenze assimilate. Anche qui l'*employer branding* serve per rinforzare la soddisfazione dei dipendenti e garantire una lealtà personale.

COSA APPRENDERAI:

- Un nuovo modo per capire l'employee experience
- L' employer branding attira i talenti migliori
- Combinare benefits per attirare i migliori talenti
- KPI dell'employer branding
- Come l'appartenenza trattiene i nuovi assunti

N° MAX

20 persone

DOCENTE:

Joseph Edward Rozzo

L'employer branding è la nuova forma di comunicazione per garantire l'innovazione e la continuità in qualsiasi attività. Attrarre e trattenere i talenti giusti richiede sempre di più il racconto dei benefici legati al luogo di lavoro e non solo al salario.



VISUAL BUSINESS

Impara a fare scelte strategiche nella cultura visiva aziendale: dalla segnaletica e la comunicazione interna, alla valutazione delle proposte creative d'agenzie esterne.

CONTENUTO:

La comunicazione aziendale, dalla PMI alla multinazionale, è un complesso di attività su vari livelli, varie piattaforme e media. I destinatari sono pubblici eterogenei: dipendenti, fornitori, istituzioni, clienti, stakeholder in genere.

Il corso consentirà di esplorare con la semiotica il mondo dei segni visivi, attraverso la teoria e esercizi pratici.

Si apprenderà come questo metodo apre la mente e rende ognuno capace di valutare gli effetti delle scelte visive di qualsiasi tipo.

Si analizzerà materiale storico e contemporaneo, di aziende piccole e grandi, per comprendere appieno come utilizzare in pratica le competenze di semiotica.

Sarà così possibile fare delle scelte su se stessi o sul proprio brand con una maggiore consapevolezza e migliori risultati.

Con esercizi individuali si esploreranno i segni di valore che possono entrare da subito nella nostra palette di messaggi.

COSA APPRENDERAI:

- La differenza tra gusto e giudizio professionale
- Cos'è e come funziona la semiotica
- Come valutare elementi visivi e l'emotività
- Come analizzare immagini e segni visivi
- L'importanza degli elementi grafici e dei font
- Il valore immaginario e la percezione visiva

N° MAX

20 persone

DOCENTE:

Joseph Edward Rozzo

Per valutare l'efficacia di una comunicazione non è sufficiente fare scelte basate sul gusto o sull'esperienza personale. La semiotica permette di avere una comprensione profonda di come verranno interpretati dai diversi pubblici i segnali visivi dell'azienda.



IL PIANO DI COMUNICAZIONE DI CRISI

Creare il proprio piano, conoscere gli standard internazionali. La guida pratica indispensabile per qualsiasi impresa

CONTENUTO:

Le crisi per definizione sono inaspettate e possono essere devastanti. Negli ultimi venti anni è diventata comune la pratica di realizzare piani di comunicazione in grado di fronteggiare gli eventi critici. In alcuni settori è un documento indispensabile che risponde a standard codificati internazionali.

Il Piano di crisi consente di avere chiaro lo schema e le procedure di intervento anche in un momento così difficile, di reagire velocemente, di definire ruoli e di non dimenticare nulla di ciò che è fondamentale.

Questo corso descrive quali sono le modalità di costruzione del Piano, le diverse metodologie, le sue finalità e come renderlo coerente con gli standard internazionali.

Si esamineranno le singole parti, dalla prevenzione, alla formazione fino al recupero. Si comprenderà come identificare incidenti e criticità per intercettarle immediatamente e attivare le necessarie misure di intervento.

Si faranno esempi sulla base delle esigenze di ogni partecipante.

Apprenderemo come l'intelligenza artificiale ci può aiutare nella costruzione del piano, supportandoci nell'elaborare scenari predittivi e modelli di risposta differenziati per i diversi pubblici.

COSA APPRENDERAI:

- Quale tipo di piano sviluppare
- Come prevenire le criticità e reagire agli incidenti
- Difendere la reputazione con procedure veloci
- Portare gli stakeholder dalla propria parte
- Svolgere l'adeguata formazione interna
- Classificare gli eventi in funzione del rischio
- Attivare le azioni di recupero e di ripresa
- Come utilizzare l'intelligenza artificiale

N° MAX

20 persone

DOCENTE:

Giorgio Tedeschi

Nel momento in cui si verifica una crisi, la mancanza di specifiche regole e la confusione rendono difficile reagire in modo adeguato e veloce. Avere un piano o un manuale per queste evenienze non è più un optional.



NETWORKING SKILLS

Ampliare la rete, rafforza le tue competenze relazionali, apprendi le strategie per aumentare la visibilità online

CONTENUTO

Il networking è fondamentale per avere successo nel mondo del lavoro di oggi. Creare e mettere a frutto la propria rete di contatti professionali può aiutare a trovare nuove opportunità di lavoro, partnership commerciali e collaborazioni.

Il nostro corso di networking professionale insegna le competenze necessarie per espandere la rete di contatti, imparando strategie efficaci per conoscere nuove persone durante eventi, conferenze e altre occasioni. Forniremo suggerimenti su come presentarsi, avviare conversazioni significative e rimanere in contatto.

Si imparerà anche come coltivare relazioni autentiche e di reciproco interesse con i contatti utili, offrendo valore e chiedendo aiuto quando necessario, in modo professionale. Verranno affinate le capacità comunicative per presentarsi al meglio, parlare del proprio lavoro con sicurezza e stabilire una solida reputazione professionale.

Si affronteranno inoltre le strategie per aumentare la visibilità online ed espandere la rete attraverso piattaforme come LinkedIn.

Forniremo gli strumenti per tenere traccia dei contatti, interagire strategicamente con loro e coltivare relazioni nel tempo.

COSA APPRENDERAI:

- Creare una rete di contatti professionali
- Coltivare amicizie di interesse mutuo
- Come trasformare un contatto in cliente
- Essere percepito come soluzione
- Coltivare una presenza on-line
- Incoraggiare incontri di follow-up

N° MAX

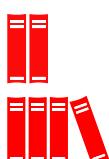
20 persone

DOCENTI:

Katharina von Bruchhausen

Joseph Edward Rozzo

*Ampliare la rete di relazioni
crea opportunità e aiuta a
raggiungere traguardi
ambiziosi nel mondo del
lavoro. Il networking è la
chiave per un successo
professionale duraturo.*



STORY BUILDING

La creazione e narrazione delle storie aziendali

CONTENUTO

Nel mondo contemporaneo degli affari, sebbene si presti molta attenzione ai testi, è l'immagine a detenere il predominio. Purtroppo, per coloro che gestiscono la comunicazione, manca spesso una solida base educativa sulla cultura visiva o una formazione pratica per lo storytelling aziendale.

Il programma si concentrerà sull'analisi delle immagini e del loro significato per gli stakeholder, dipendenti, fornitori e le istituzioni. Inoltre, verranno esplorate le nuove tendenze nella narrazione sui social media attraverso campagne di branded content.

Al termine del corso, ciascun partecipante avrà acquisito una comprensione più profonda dei significati delle immagini e della narrazione visiva nell'ambito della comunicazione aziendale. Ciò li abiliterà a compiere scelte più consapevoli nell'acquisto di servizi creativi e a valutare in modo più informato le decisioni strategiche in materia di comunicazione.

COSA APPRENDERAI:

- In cosa consiste la "storia" di ogni azienda
- I mezzi di comunicazione aziendale
- Dallo signage, al sito web e il branded content
- Come creare un'opinione nel pubblico
- Le strategie e la calendarizzazione del racconto
- L'importanza dello storytelling in casi critici
- Come costruire una reputazione aziendale
- Lo storytelling per l'employer branding
- L'importanza dell'immagine prima delle parole

N° MAX

20 persone

DOCENTE:

Joseph Edward Rozzo

Lo story building è una competenza fondamentale per costruire la comunicazione su qualsiasi piattaforma o media. Nel mondo B2B, si è dimostrata una delle aree più vulnerabili nella comunicazione globale.



I NOSTRI DOCENTI

Giorgio Tedeschi



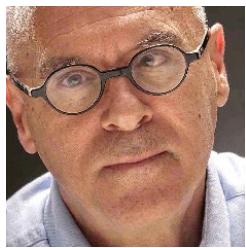
Svolge i suoi corsi in università e scuole tra cui 24Ore Business School e Challenge School di Ca' Foscari. Cura la formazione per i manager e per gli uffici comunicazione di aziende e organizzazioni, a titolo di esempio, Sorgenia, Ferrovie dello Stato, Rina, Inps, Enel, Ilva. La particolare formula ed efficacia didattica nasce dall'unione tra l'esperienza giornalistica in tutti i media acquisita anche come direttore di testate nazionali e internazionali, e la formazione scientifica. E' membro del tavolo tecnico Agcom sulla correttezza dell'informazione.

Katharina von Bruchhausen



E' consulente di manager e aziende internazionali, insegna alla 24Ore Business School, alla IULM Communication School e Challenge School di Ca' Foscari. Tiene corsi sulla divulgazione culturale della relazione personale efficace, disciplina che include la capacità di curare i messaggi, la comunicazione non verbale e quella paraverbale. Affianca manager, professionisti, personalità nel gestire i rapporti con team, clienti e pubblico, nelle attività online e offline.

Joseph Edward Rozzo



Italiano di origine statunitense, laureato alla Rhode Island School of Design in Belle Arti. E' Academic Fellow all'Università Bocconi e insegna corsi e workshop di storytelling e communication allo SDA Bocconi, Università Cattolica, PoliDesign, Milano Fashion Institute e per varie aziende multinazionali quali Prysmian Group, Boston Scientific e Angelini Pharma. Tiene corsi di corporate identity, brand identity e retail semiotics all' Ecole d'Arts appliqués di Vevey, Svizzera.

