

**CATALOGO TACK TMI**  
**CATALOGO REGIONE**  
**LOMBARDIA**  
**FASE VI**

## CHI SIAMO

Tack Tmi, presente in 55 Paesi nel mondo, porta valore alle aziende contribuendo alla costruzione e allo sviluppo delle competenze delle persone.

Attraverso il nostro network e i nostri trainers certificati progettiamo e realizziamo soluzioni di learning and development in lingua locale per organizzazioni di ogni dimensione.

Sosteniamo i progetti dei nostri clienti con la ricerca, l'attivazione e la gestione dei finanziamenti per la formazione, lo sviluppo e l'innovazione di impresa.



# LO SCENARIO: Catalogo regionale della Formazione Continua 2020-2021

Con questo avviso la Regione Lombardia, intende mettere a disposizione delle aziende un catalogo di offerte formative in grado di soddisfare in modo dinamico i fabbisogni di competenze in aree funzionali e strategiche

Il catalogo avrà durata **biennale** (a partire indicativamente da giugno 2020) e sarà alimentato solo con titoli proposti da Attuatori accreditati presso la Regione

Le aziende che accedono al catalogo potranno presentare domanda di contributo per l'erogazione di voucher formativi aziendale di valore economico fisso pari a 800 euro, 1500 euro, 2000 euro (per partecipante), a seconda del tipo di corso scelto e saranno richiedibili attraverso una apposita procedura di presentazione e rendicontazione di domande di finanziamento.

Attraverso questa procedura le aziende potranno richiedere (progressivamente o in una unica soluzione) voucher fino ad un plafond massimo di **50.000,00 € per annualità e** fino a un massimo di **2.000,00 € per partecipante**.

Il contributo è erogato ai soggetti ammessi a titolo di rimborso della spesa sostenuta e a conclusione del corso, limitatamente ai lavoratori che hanno partecipato almeno per il 75% della durata prevista del corso, fino a capienza del voucher procapite di 2.000,00 € consentito e del valore massimo aziendale consentito

Saranno ammessi alla formazione solo i dipendenti attivi in pianta stabile e in organico sul territorio lombardo e i voucher rientrano nell'ambito di applicazione dei Regime di Aiuto di stato.

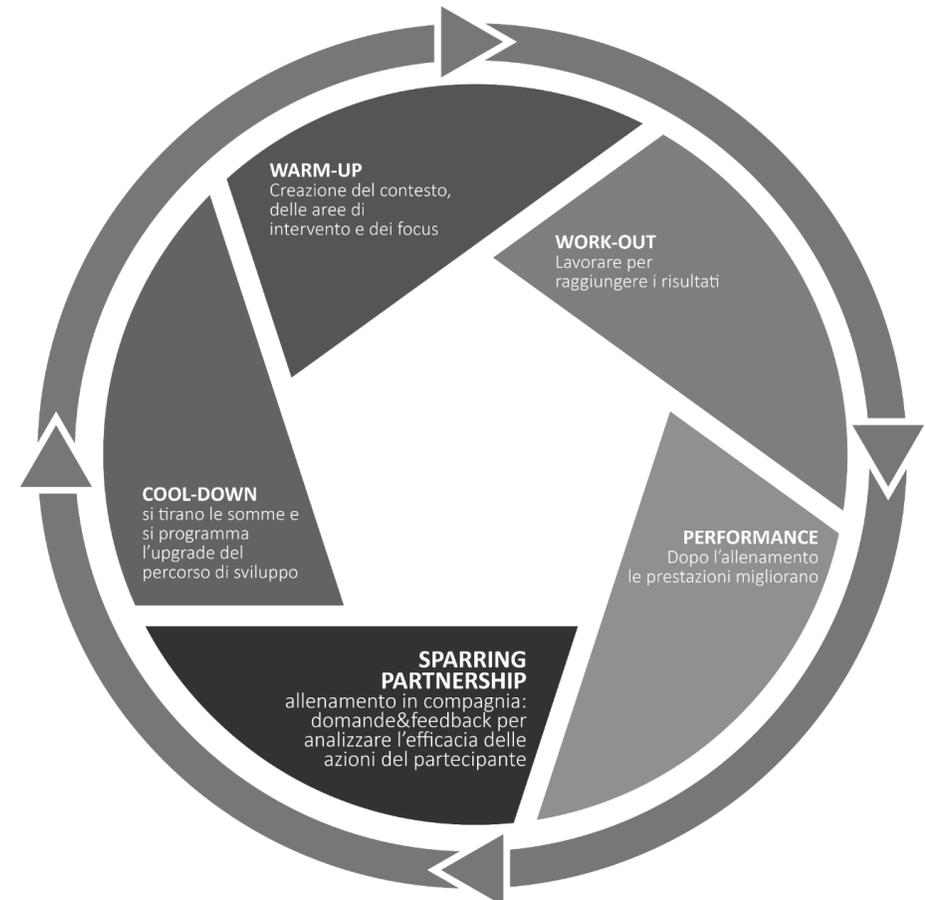
Tutti i programmi potranno essere realizzati sia in modalità Virtual Classroom sia in «in presenza» qualora fosse praticabile questa modalità.

Tack TMI propone una metodologia formativa che richiama la **metafora dello sport**.

Il formatore e i partecipanti in aula produrranno il massimo impegno per raggiungere il traguardo formativo in sinergia attraverso 5 fasi:

1. Prima fase di **warm-up** in cui ci si riscalda, si creano le basi per instaurare un'alleanza formativa docente-aula;
2. Seconda fase di **work-out**, ovvero di allenamento, il formatore "allena" l'aula trasmettendo concetti teorici;
3. Terza fase di **performance**, in cui l'aula si mette in gioco, individualmente o in sottogruppi, tramite case-study, role play, o altra metodologia esperienziale adeguata agli argomenti del percorso e ai concetti trasmessi dal formatore nella fase precedente;
4. Quarta fase di **sparring partnership**, in cui si procede con una fase di domande&feedback;
5. Quinta fase di **cool-down**, ovvero di defaticamento, in cui si riflette su ciò che è emerso in aula e si traccia un programma di upgrade futuro secondo il modello 70:20:10.

# METODOLOGIA FORMATIVA



# INDICE PROPOSTE

CORSI	Pag
<b>INNOVAZIONE PRODUTTIVA</b>	
<a href="#">Big data e Big data analytics</a>	6
<a href="#">Innovation mindset</a>	7
<a href="#">Lean Organization</a>	8
<a href="#">Strategia Green e Circular Economy</a>	9
<a href="#">Supply chain</a>	10
<a href="#">Manutenzione predittiva</a>	11
<b>INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA</b>	
<a href="#">Il Business Model per lo sviluppo dell'azienda</a>	12
<b>INNOVAZIONE NEL MARKETING DI IMPRESA E COMUNICAZIONE</b>	
<a href="#">Blue ocean strategy - Come creare un nuovo mercato</a>	13
<a href="#">Social media performance</a>	14
<a href="#">E-commerce</a>	15
<a href="#">Sales Capabilities</a>	16
<a href="#">Digital transformation</a>	17
<a href="#">E-Commerce integration</a>	18
<a href="#">Local Digital Performance</a>	19

CORSI	Pag
<b>GESTIONE DEL CAMBIAMENTO</b>	
<a href="#">Change management foundation</a>	20
<a href="#">Complexity Leadership</a>	21
<a href="#">Empowerment Manageriale</a>	22
<a href="#">Future Leaders at work</a>	23
<b>INNOVAZIONE NELLA GESTIONE</b>	
<a href="#">Smart Working: leadership challenge</a>	25
<a href="#">Smart Working : smart people</a>	26
<b>ESSENTIAL</b>	
<a href="#">Project management</a>	27
<a href="#">Excel livello base – livello avanzato</a>	28
<a href="#">Power point</a>	30
<a href="#">Public speaking</a>	31
<a href="#">Budgeting and reporting</a>	32
<a href="#">Business English</a>	33
<b>SVILUPPO PERSONALE</b>	
<a href="#">La mindfulness - percorsi</a>	34

# INNOVAZIONE PRODUTTIVA

## Big data e Big data analytics

Da molti anni si parla di Big Data, ma solo recentemente molte organizzazioni hanno compreso la loro importanza e aumenta il numero di soluzioni per leggere e rappresentare in modo efficace i numerosi big (e small) data a disposizione. Le aziende oggi si impegnano a implementare sistemi di archiviazione e analisi dei Big Data al fine di acquisire e monitorare informazioni indispensabili a supporto delle strategie di business aziendali.

Il corso Big Data e Big Data Analytics proposto da Tack TMI ha come obiettivo quello di formare risorse aziendali in grado di analizzare grandi quantità di dati, attribuendo alle evidenze emerse un peso decisivo nell'influenzare le strategie di business aziendali.

### Obiettivi

- Comprendere le potenzialità dei Big data
- Quali competenze e risorse umane mettere in campo per la gestione dei dati
- Conoscere i tool di big data analytics da utilizzare

### Contenuti

- Introduzione alla Data Science
- I sistemi complessi: dai dati alle previsioni
- Le reti come strumento di modellazione dei dati
- Comportamenti collettivi e loro rappresentazione
- Misure e indici per studi strutturali
- Studio di processi dinamici (fenomeni virali, epidemie, reti sociali e di informazioni)
- Strumenti per la simulazione e l'analisi dei dati
- Protezione delle informazioni sensibili
- Piattaforme e linguaggi

# INNOVAZIONE PRODUTTIVA

## Innovation mindset

La maggior parte delle aziende è profondamente consapevole che è imperativo per la propria sopravvivenza, in un mondo degli affari competitivo, perseguire attivamente l'innovazione e coltivare una mentalità innovativa all'interno della propria organizzazione. La vera sfida diventa come creare una cultura dell'innovazione in cui gli individui e i team e siano motivati e ispirati a guidare l'azienda verso le sfide future. Alcune aziende commettono l'errore di supporre che l'innovazione possa essere imposta dall'alto e che questo basti a creare dei risultati soddisfacenti. In verità, è importante far sviluppare e coltivare una mentalità innovativa al livello dei singoli individui. Questo avviene nel tempo, grazie ad ogni nuova idea che viene incoraggiata e coltivata, o con ogni improbabile collaborazione che produce risultati positivi, la capacità di innovazione cresce all'interno dell'individuo e l'azienda crea organicamente più spazio per l'innovazione.

### Obiettivi

- Favorire la diffusione di un approccio all'innovazione coerente con la rivoluzione spinta dal digitale che sta trasformando tutti i mercati
- Fornire ai partecipanti tecniche e strumenti nuovi per sviluppare progetti di innovazione
- Evoluzione dei modelli dell'innovazione nel pensiero strategico
- Modelli e strumenti utili la fase di sviluppo di concept di innovazione
- Open Innovation e Corporate Entrepreneurship
- Business Model Innovation: introduzione al concetto di Business Model, declinato in tutte le sue componenti
- Lean Startup: approccio per sviluppare e testare business sostenibili in contesti di incertezza, e come può essere applicato per il lancio di iniziative innovative all'interno di imprese consolidate, al fine di ridurre drasticamente tempi, costi e rischi

### Contenuti

# INNOVAZIONE PRODUTTIVA

## Lean Organization

L'aumentato livello competitivo internazionale e la situazione economica mondiale in atto ha determinato, da parte delle aziende, la necessità di migliorare notevolmente le prestazioni del sistema produttivo. La risposta efficace a questa esigenza è data dall'introduzione di una metodologia organizzativa che ha come unico obiettivo la caccia agli sprechi sotto ogni forma e declinazione. Operativamente, si traduce nella riprogettazione delle logiche operative e gestionali dei sistemi produttivi introducendo le competenze nell'ambito dell'Ingegneria Industriale con particolare riferimento alle tecniche Lean. Il nostro obiettivo prioritario è quello di fornire alle aziende tutti gli strumenti e le competenze per il miglioramento della competitività attraverso il recupero dell'efficienza e la riduzione dei costi di prodotti e processi.

### Obiettivi

- Acquisire tecniche, strumenti e metodologie dell'organizzazione snella basata sulla semplificazione dei processi operativi e strategici e di incremento della produttività

### Contenuti

- I concetti fondamentali (target costi, piramide dei valori, pilastri del sistema lean, spreco, valore, cliente)
- Autonomazione; l'intelligenza umana trasferita a macchine e processi
- Il sistema "just in time":
- Tecniche "pull"
- One piece flow - Takt time - Kanban
- Il metodo Heijunka per il livellamento dei carichi di produzione
- La mappatura dei flussi a valore (VSM)
- Le tecniche SMED per la riduzione dei tempi di setup

- Le tecniche TPM per la manutenzione autonoma e la prevenzione dei fermi produttivi
- La tecnica "5S" per la gestione ordinata ed efficiente delle postazioni operative
- Il lavoro standardizzato – Standard Work
- Strumenti e analisi per la misurazione delle perdite e loro risoluzione

# INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA

## Strategia Green e Circular Economy

### Obiettivi

- Sviluppare conoscenze manageriali che introducano i modelli green e circolari, sviluppino sensibilità a normative inerenti, consentano di valutare il grado di maturità rispetto alla circolarità, individuando gap e azioni di miglioramento.
- Rafforzare le competenze manageriali di sviluppo e gestione di modelli di business green e circolari
- Sviluppare le competenze metodologiche che supportino l'adozione di un approccio circolare, esteso a tutti i processi aziendali
- Supportare la crescita di competenze tecnico-gestionali nella valutazione di concept di servizio e dei relativi processi di business (distributivi, organizzativi e di mercato) attraverso modelli di simulazione e di impiego del cosiddetto "Circular Toolkit" sviluppato dalla Ellen MacArthur Foundation (Circularity indicators: Project overview. Ellen MacArthur Foundation)
- Sviluppare a livello dirigenziale una cultura di impresa orientata a rendere l'economia circolare funzionale alla strutturazione contemporanea di nuovi servizi e di relativi nuovi processi organizzativi, efficienti e snelli

### Contenuti

- Green e Circular economy. Principi e significati della green economy. Il modello circolare. L'inquadramento normativo. Il contesto attuale. Applicazione del modello economico circolare: barriere e dinamiche abilitanti
- La compliance ambientale e circolare secondo le normative e direttive: Agenda 2030 delle Nazioni Unite; International Resource Panel; le 4 direttive del Pacchetto Economia Circolare; la Direttiva DAFI 2014/94/UE; il programma Ecap della Commissione Europea
- Strumenti di analisi di circolarità e sostenibilità. Il modello Ellen MacArthur Foundation (Material Circularity Indicator)
- Il modello Circle Economy (Circularity Gap Report). Sviluppo di sistemi di simulazione di supporto alla valutazione della circolarità. Il Resource Efficiency Scoreboard e il Raw Materials Scoreboard. Il conto ambientale
- Schemi di rischio e assicurazione di supporto alla mitigazione degli impatti ambientali. Il risk management a supporto della ecosostenibilità. Identificazione, analisi, valutazione e mitigazione dei rischi. Gli schemi di trasferimento del rischio e le polizze

# INNOVAZIONE PRODUTTIVA

## Supply Chain

Supply Chain è tradizionalmente definita come il flusso di beni e servizi con tutto ciò che questo include (processi, sistemi, persone) che ruotano intorno alla realizzazione di un prodotto, dalla produzione a partire dalle materie prime, fino alla consegna e al consumo finale, passando per la spedizione, la distribuzione ed eventualmente i sistemi di reso.

Il corso si pone come obiettivo quello di sostenere le organizzazioni sia nel monitoraggio dei processi produttivi e logistici, che nell'analisi dei dati per anticipare e per controllare i fenomeni di vendita, cercando il più possibile di prevedere l'evoluzione dei consumi e delle tendenze del mercato. In questi ultimi anni, la logistica ha assunto una valenza determinante, dai contorni addirittura strategici per le organizzazioni, tanto che da essa si aspetta un contributo rilevante per aumentare la redditività dell'intero "processo di business" aziendale.

### Obiettivi

- Acquisire i principi del Supply Chain Management per la soddisfazione delle esigenze del cliente
- Conoscere e sperimentare gli strumenti per governare il processo di Supply Chain

### Contenuti

- Migliorare la soddisfazione del cliente e massimizzare il profitto: gestione delle scorte e pianificazione della domanda
- L'importanza dell'approvvigionamento strategico e le sfide attuali
- Il potere e l'importanza dell'analisi della redditività dei clienti
- Sistemi di misurazione delle prestazioni per aumentare l'efficacia della Supply Chain
- Mappatura della catena di fornitura
- Cruscotto e indicatori

# INNOVAZIONE PRODUTTIVA

## Manutenzione Predittiva

Con manutenzione predittiva si fa riferimento ad una strategia di manutenzione che tenta di capire qual è lo "stato di salute" di una macchina per determinare se è necessaria un'azione correttiva. Per farlo, il tecnico deve essere in grado di predisporre e attivare appositi sensori sui macchinari e raccogliere periodicamente dati di funzionamento (es. vibrazioni, temperatura e ultrasuoni) e quindi stimare la vita utile della macchina e la probabilità che si verifichino guasti. Tutti i dati raccolti sono analizzati in genere manualmente. Recentemente la manutenzione predittiva ha adottato nuove tecnologie che hanno reso le operazioni di raccolta e analisi più affidabili e semplici. Grazie alla connessione Internet wireless è possibile gestire i sensori da remoto e le applicazioni dell'Intelligenza Artificiale possono aiutare gli analisti a interpretare un numero sempre più grande di dati e a prevedere gli eventi futuri. I dati vengono quindi forniti direttamente dal macchinario e analizzate in modo da consentire a tecnici e analisti di dedicarsi alla riparazione e all'interpretazione dei dati nonché alla presa di decisione per gli interventi.

### Obiettivi

- Il corso si propone di Introdurre nelle aziende del settore della produzione, una strategia di "manutenzione predittiva" in grado di ridurre i costi della manutenzione delle attrezzature e scongiurare il fermo macchine con conseguenze sensibili sulla produttività. Il corso intende quindi fornire ai partecipanti conoscenze teoriche e strumentali che consentono un utilizzo efficace e intelligente dei principali strumenti di manutenzione predittiva
- Manutenzione predittiva: tipologie e relativi campi di applicazione.
- Tassi di fallimento e tempo medio di ripristino: impatto di una efficace manutenzione predittiva.
- Definizione dei parametri e dei modelli per l'identificazione del tempo residuo prima del guasto.
- Costi e benefici di una corretta strategia di manutenzione predittiva.
- Principali strumenti e loro caratteristiche
- Analisi di casi concreti
- Il contributo delle tecnologie innovative alla manutenzione predittiva
- Casi ed esempi di studio

### Contenuti

# INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA

## Il Business Model per lo sviluppo dell'azienda

L'interesse verso il concetto di business model si è diffuso a partire dagli anni novanta, grazie anche all'interazione di diversi fattori quali la forza della rete web nell'acquistare sempre più rilevanza nella vita quotidiana di persone ed organizzazioni, l'utilizzo di tecnologie innovative che sono andate moltiplicandosi ed affinandosi negli anni, la crescita di mercati emergenti ed una costante evoluzione dei processi di globalizzazione. Non esiste una definizione univoca di Business Model, ma se utilizzato nel modo giusto e se reso coerente con la strategia aziendale, il business model può essere lo strumento principale per il raggiungimento del vantaggio competitivo di un'impresa, nel settore in cui già opera o in uno completamente nuovo. Per questo, è importante per il management definire il proprio Business Model ottimale per favorire l'evoluzione strategica ed operativa dell'azienda.

### Obiettivi

- Supportare il management nella definizione del business model
- Determinare il modello di business e l'architettura d'impresa in linea con la politica aziendale e garantire un ambiente sicuro.
- Considerare i modelli di sourcing possibili e applicabili, presentando l'analisi costi-benefici e argomentare a supporto della strategia scelta.
- Comunicare e condividere il Business Plan con gli stakeholder più importanti e indirizzare gli interessi politici, finanziari, e organizzativi. Supportarne l'implementazione a tutti i livelli aziendali

### Contenuti

- Allineamento Strategie e di Business. Analizzare gli sviluppi futuri nel processo di business, determinare i requisiti per i processi collegati, identificare e analizzare le necessità di lungo termine del cliente / utente. Contribuire allo sviluppo della strategia e delle politiche aziendali
- Analisi degli impatti delle implementazioni e come possono fornire valore e vantaggio competitivo (es. open / big data, dematerializzazione opportunità e strategie)
- Comprendere le architetture di impresa. Comprendere il contesto giuridico e normativo per integrarlo nelle esigenze di business
- Sviluppo del Business Model. Indirizzare e identificare gli elementi essenziali del valore offerto da un prodotto o da una soluzione. Definire i canali appropriati per la creazione del valore. Costruire una dettagliata analisi SWOT. Generare report di performance di breve e lungo termine (es. finanziario, profittabilità, uso e creazione del valore)
- Identificare le principali milestone di un piano. Identificare gap di competenze e skill gaps. Identificare e raccomandare opportunità di sviluppo basate sulla pratica lavorativa. Incorporare nei processi di lavoro quotidiani le opportunità di sviluppo degli skill

# INNOVAZIONE NEL MARKETING DI IMPRESA E COMUNICAZIONE

## Blue ocean strategy - Come creare un nuovo mercato

Sin dagli albori dell'era industriale, le imprese hanno ingaggiato una battaglia senza quartiere per accaparrarsi un vantaggio nel grande "oceano rosso" della competizione, colmo di rivali che lottano per un potenziale di profitti sempre più ridotto. Ma quali prospettive di crescita potrebbero avere se, invece, operassero senza alcuna concorrenza, in uno spazio di mercato in contestato, dalle possibilità illimitate come quelle di un oceano blu? "Strategia Oceano Blu" è la risposta al come continuare a innovare quando l'oceano blu che hanno creato comincia a macchiarsi di rosso. Tack Tmi ha strutturato questo corso per consentire ai partecipanti non solo di appropriarsi delle metodologie Blue Ocean (W. Chan Kim e Renée Mauborgne, 2005), ma soprattutto di integrarle e testarle con un approccio sistematico e rigoroso, adatto ad affrontare qualsiasi situazione di mercato, con o senza concorrenti. Il principale pregio di questa teoria è quello di aver richiamato l'attenzione del mondo del marketing sull'importanza di individuare e sfruttare nuovi settori e nuovi spazi di mercato, in cui, almeno inizialmente, non vi è un sistema competitivo, nonché trovare nuove modalità competitive che spiazzino i concorrenti per periodi più o meno lunghi.

### Obiettivi

- Panoramica dei sei principi fondamentali della strategia Blue Ocean Strategy
- Esplorare i sei percorsi per ricostruire i confini del mercato
- Esaminare gli strumenti per sviluppare la strategia
- Applicare e implementare la strategia nell'impresa

### Contenuti

- Introduzione alla Blue Ocean strategy
- Come viene implementata la strategia Blue Ocean all'interno delle aziende. Processi, Strumenti, responsabilità. Casi studio
- Come applicare la strategia Blue Ocean (sessione di lavoro)
- Quali aree dell'organizzazione possono essere coinvolte
- Applicare il framework di 4 azioni per identificare dove è possibile focalizzare l'attenzione, creare innovazione e sradicare i costi

# INNOVAZIONE NEL MARKETING DI IMPRESA E COMUNICAZIONE

## Social media performance

I social network sono diventati in pochi anni strumenti fondamentali per tutti i tipi di impresa indipendentemente dal settore e dalla dimensione organizzativa. Gli strumenti digitali acquistano sempre più rilevanza non solo come 'luoghi' di espressione e condivisione, ma anche come efficaci veicoli di informazione, marketing. Questo percorso formativo ha l'obiettivo di formare figure junior e middle che imparino a comprendere e sfruttare le funzionalità e le opportunità messe a disposizione dai moderni canali social, intesi sia come strumenti di comunicazione aziendali, sia come strumenti di marketing orientati alle performance.

### Obiettivi

- Progettare la propria presenza strategica sui social media
- Gestire una Social Media Strategy di successo

### Contenuti

- Scenario: l'utilizzo dei social in Italia
- Fondamenta dell'ecosistema dei social in Italia sia dal punto di vista dei consumatori, sia delle aziende.
- I canali social funzionali agli obiettivi aziendali
- Panoramica dei principali social utilizzati dalle aziende, caratteristiche e peculiarità
- Ruolo, Obiettivi, Attività e Sfide di un Social Media Performance Manager
- Facebook: opportunità e vantaggi
- Caratteristiche e opportunità di Facebook
- Caratteristiche e opportunità di Instagram
- LinkedIn: opportunità e vantaggi

- Content Strategy: approccio e strumenti
- Come strutturare un piano editoriale social strategico
- Creative Social: come catturare l'attenzione del cliente
- Brand Storytelling: l'evoluzione del product placement
- Come utilizzare i social per raccontare una storia e comunicare i valori aziendali
- Reputation Management e Customer Service
- Interagire con la propria fan base e gestione della reputazione
- Social Bot e Sistemi di messaggistica
- L'utilizzo di BOT e sistemi di messaggistica automatica
- Caratteristiche e strategie dell'influencer marketing
- Social Ads: le piattaforme pubblicitarie
- Social Commerce
- Prepararsi all'integrazione tra contenuti ed e-commerce
- Misurazione delle performance: metriche e KPIs
- Come misurare i risultati ottenuti e ricavare utili insight strategici

# INNOVAZIONE NEL MARKETING DI IMPRESA E COMUNICAZIONE

## E-Commerce

L'e-commerce è il processo di vendita o di acquisto di prodotti o servizi tramite una piattaforma online. Negli ultimi decenni abbiamo assistito ad una crescita esponenziale della vendita di prodotti o servizi online. Infatti, secondo una ricerca svolta dal Politecnico di Milano, l'e-commerce raggiungerà i 22,7 miliardi nel 2020 con un +26% rispetto al 2019. Questa crescita deriva in gran parte alla pandemia da Covid-19 che, durante il lockdown, ha rappresentato il principale, se non unico, motore di generazione dei consumi, con ricadute nel medio-lungo periodo. In quest'ottica, risulta indispensabile essere in grado di utilizzare una piattaforma e-commerce che sia il più possibile agile e intuitiva. L'obiettivo primario del corso proposto da Tack TMI è quello di comprendere il mondo della vendita on-line analizzando gli obiettivi, le richieste, gli investimenti, le opportunità e rischi, imparando ad aprire, gestire e promuovere un sito e-commerce. Inoltre verranno analizzate le tecniche di vendita attraverso i social network e tutte le competenze informatiche necessarie.

### Obiettivi

- Definire la migliore strategia di vendita on-line, comprensiva di indicatori quali PBT, ROI e budget
- Definire una strategia di promozione e sostegno dell'attività di e-commerce
- Definire le linee guide per le campagne di vendita

### Contenuti

- Il mondo dell'e-commerce oggi
- Le opportunità offerte da e-commerce per le PMI: aumento dei margini, sviluppo di mercati nuovi sia logici sia geografici (export), fidelizzazione e dialogo
- Il piano per impostare un progetto di vendita on-line
- Le esigenze connesse: promozione, supporto tecnologico, risorse
- Il piano di promozione
- La catena logistica
- Studio di casi concreti: da grande distributore logistico al negozio di quartiere
- Scrivere il proprio piano d'azione

# INNOVAZIONE NEL MARKETING DI IMPRESA E COMUNICAZIONE

## Sales Capabilities

Progettare soluzioni competitive e di successo, nonché gestire la relazione con il cliente diventando il suo «consulente di fiducia», sono tra le sfide più impegnative che i sales si trovano quotidianamente a dove gestire. Tack Tmi propone il presente corso con l'obiettivo di rafforzare e consolidare le capacità e conoscenze che consentono ad un commerciale di sostenere adeguatamente una relazione di vendita e la gestione del cliente.

### Obiettivi

- Agire proattivamente quando si presentano opportunità di vendita
- Acquisire strumenti per migliorare la performance
- Guidare i partecipanti in ogni fase del processo di vendita, individuando le attività fondamentali che ogni Sales deve saper presidiare

### Contenuti

- La struttura da seguire nel percorso di vendita
- Interazione dei ruoli nel processo di vendita
- Costruire il rapporto con il cliente: gestione della prima impressione
- La gestione delle obiezioni: linee guida di gestione delle principali obiezioni
- Il processo PRO-PAYBACK® : un approccio di vendita focalizzato e strutturato
- I vantaggi dell'approccio YOU Appeal®
- Le principali 5 tipologie di clienti
- Gestione delle obiezioni

- Creare il commitment e la fidelizzazione del cliente
- I principi chiave del Social Selling
- L'impatto dei social media sulla comunicazione di business
- Sfruttare le reti: esperti (Key Opinion Leaders e Influencer) e Promoter
- I 3 gradi di connettività di LinkedIn: connessioni visibili e nascoste
- Social selling trigger : priorità e Direct Messaging
- Gestire la presenza offline

# INNOVAZIONE NEL MARKETING

## Digital Transformation

La Digital transformation indica un insieme di cambiamenti tecnologici, culturali, organizzativi, sociali, creativi e manageriali, associati con gli strumenti di tecnologia digitale, in tutti gli aspetti della società umana. È il processo di integrazione delle tecnologie digitali in tutti gli aspetti del business. Per sfruttare al meglio le tecnologie emergenti e rimanere competitivi sul mercato, l'azienda deve sapersi reinventare spostando l'attenzione verso una cultura aziendale adeguata ad accogliere l'accelerazione derivante dalla trasformazione digitale .

### Obiettivi

- Fornire le competenze strategiche e organizzative necessarie per guidare un progetto di digitalizzazione aziendale
- Applicare le tecnologie digitali all'interno delle attività di comunicazione, marketing e vendita.

### Contenuti

- Digital Transformation - Le sfide della trasformazione digitale in aziende tradizionali. La digitalizzazione delle imprese italiane: dati, trend, vincoli strutturali, culturali ed economici
- Change Management. Superare La resistenza al cambiamento
- Performance Mindset. L'approccio alla performance
- Digital Transformation Manager: Ruolo, Obiettivi, Attività e Sfide
- Modelli di Assesment: i digital gap in azienda. Analizzare i gap digitali strutturali e formativi all'interno di una organizzazione
- Analisi dei mercati di riferimento. Strumenti digitali per analizzare la concorrenza e i player
- Analisi dei clienti Il concetto di Customer Journey e analisi dei comportamenti

### d'acquisto

- Branding Aziendale. Un approccio valoriale al branding per l'azienda nel 2020
- Brand Reputation. Come sostenere una buona reputazione digitale
- Il marketing funnel. Definizione e importanza di definire un funnel di acquisizione, tecniche e strumenti di monitoraggio, controllo e ottimizzazione
- Sito Web e Landing Page. Caratteristiche di un sito web che funziona e le caratteristiche di una landing page efficace
- Digital ADV Il mondo della pubblicità digitale: canali, mezzi e strategie
- L'universo Google. SEO e SEM. Il complesso mondo della ricerca: organica e a pagamento
- Social Media Marketing. L'evoluzione del mondo social come strumento per veicolare contenuti e campagne promozionali
- Influencer e Affiliate Marketing. Vendere attraverso reti di influencer affiliati
- Digital Distribution: e-commerce I canali di vendita online
- Marketing Automation. Funzionamento e importanza
- Sistemi CRM. Caratteristiche e vantaggi dei moderni sistemi di CRM
- Digital Sales. Il digital come supporto alla forza vendita
- Growth Hacking e Metodo Lean

# INNOVAZIONE NEL MARKETING

## E-commerce integration

Questo percorso formativo ha l'obiettivo di formare figure di middle management che aiutino le aziende piccole o medie ad aprirsi alla vendita online. Dovranno acquisire le competenze per supervisionare la costruzione di un sito e-commerce e supportare l'integrazione con le componenti legate alla logistica, ai pagamenti, al magazzino. Si acquisiranno inoltre le competenze di digital marketing, promozione e di monitoraggio delle performance.

### Obiettivi

- Aiutare le aziende piccole o medie ad aprirsi alla vendita online.
- Acquisire le competenze per supervisionare la costruzione di un sito e-commerce e supportare l'integrazione con le componenti legate alla logistica, ai pagamenti, al magazzino.

### Contenuti

- L'evoluzione dell'e-commerce. Come si è evoluto in 25 anni l'e-commerce
- Lo scenario mondiale. Prospettiva e trend di crescita del comparto
- La situazione italiana nel settore e-commerce
- Il percorso d'acquisto
- Come è cambiato il consumatore e il suo percorso d'acquisto
- PARTE TEORICA:
- Il sito e-commerce: funzionalità e struttura. Le componenti di un sito e-commerce
- E-commerce distribution
- Market Place e Comparatori
- Quando anche la merce è digitale
- Dropshipping
- L'e-commerce senza magazzino
- FBA: la logistica di Amazon
- Come delegare ad Amazon: logistica, stoccaggio e customer service
- Social e-commerce
- I nuovi formati shoppable
- Local E-commerce
- Modelli basati su delivery, prenotazione, click&Collect
- Local Inventory
- Retargeting Dinamico. Modelli di retargeting dinamico associato all'e-commerce
- E-commerce Funnel. Costruire un funnel di vendita
- Sorgenti di Traffico. Search (Google e Google Ads), Social, Native, Video.
- KPIs e Obiettivi
- Monitorare l'andamento delle campagne e le conversioni
- PARTE PRATICA
- Local Digital Performance - Caso 1
- Local Digital Performance - Caso 2

# INNOVAZIONE NEL MARKETING

## Local digital performance

Questo percorso formativo ha l'obiettivo di formare figure middle ed executive che imparino a gestire attività di marketing digitali applicabili al mondo retail attraverso la digitalizzazione dell'ultimo miglio del commercio o delle seconde linee della filiera. L'obiettivo è supportare il marketing aziendale con un approccio innovativo e full digital per incrementare la pedonalità e le vendite all'interno dei punti vendita territoriali.

### Obiettivi

- Questo percorso formativo ha l'obiettivo di formare figure basic, middle ed executive che imparino a gestire attività di marketing digitali applicabili al mondo retail attraverso la digitalizzazione dell'ultimo miglio del commercio o delle seconde linee della filiera. L'obiettivo è supportare il marketing aziendale con un approccio innovativo e full digital per incrementare la pedonalità e le vendite all'interno dei punti vendita territoriali.

### Contenuti

- Lo scenario: il retail in Italia
- Il ruolo dell'ecommerce nel canale retail
- Digital Local Performance
- Local Performance Marketing Manager
- Local Digital Ecosystem
- Local Presence
  - ✓ Sito Web
  - ✓ Il servizio Google My Business
  - ✓ Local Listing: migliorare la presenza online su motori di ricerca, mappe, navigatori, directory.
  - ✓ Social Location Pages: anche il social è local

- ✓ Il Local e-commerce (modelli di delivery, reservation, click&collect)
- Local Content
  - ✓ Blog e Content Strategy
  - ✓ Fotografie e Video Professionali (locali)
  - ✓ Social Creative Content: il social che "ingaggia"
- Local Visibility
  - ✓ Strategie always on e tattiche
  - ✓ Visibilità Organica: l'arte della local SEO
  - ✓ Google Ads: una prospettiva locale
  - ✓ Canali di Display Advertising e di Native Advertising
  - ✓ Canali di Proximity Advertising - Local Reputation - Le recensioni locali: monitoraggio e gestione - Il local Sentiment
- Local Automation
  - ✓ Local Retargeting - Social Bot - Marketing Automation
- Local Data Insight
  - ✓ Obiettivi e KPIs - Leggere i dati locali
- Gap Analysis Aziendale
  - ✓ L'ecosistema Digitale (Locale o Globale) dell'azienda (modelli di costruzione di una GAP Analysis)

# GESTIONE DEL CAMBIAMENTO

## Change management fundation

Avviare un cambiamento può essere la sfida più grande da realizzare, ma una volta portato a termine il senso di realizzazione sarà massimo in qualsiasi organizzazione. Non per tutti l'atteggiamento nei confronti del cambiamento ha un valore positivo, per alcuni può essere un momento negativo e di disconnessione. Molti temono le implicazioni del cambiamento, ma se si è coinvolti nel processo si diventa sostenitori e motore dello stesso. Il cambiamento, per essere funzionale, deve essere promosso attraverso una leadership all'altezza, che abbia le giuste competenze comunicative e di ingaggio. Richiede una serie di strumenti pragmatici e pratici e un processo che incoraggi la partecipazione, il monitoraggio e il feedback. Dalla visione del cambiamento iniziale al mantenimento del suo slancio, ci sono fasi chiave che devono essere considerate come parte del processo di cambiamento totale e devono includere la revisione di come l'organizzazione imposterà il cambiamento nella sua infrastruttura.

L'iniziativa formativa si rivolge nello specifico al Top e al Middle management. Le competenze implementate durante il corso offriranno un importante supporto ai partecipanti per identificare i fattori costitutivi dei processi di cambiamento, il loro effetto sulle organizzazioni e gli strumenti per gestirli e monitorarli.

### Obiettivi

- Scoprire quale impatto ha la cultura sulle iniziative di cambiamento
- Imparare ad applicare una gamma di strumenti in ogni fase del processo di cambiamento
- Individuare le principali parti interessate al cambiamento e la priorità di comunicazione per ciascuno
- Mobilitare l'impegno per il cambiamento all'interno dell'organizzazione e guidarlo con successo
- Il contesto del cambiamento
- Il posizionamento CAP
- Sviluppare una visione
- Guidare il cambiamento
- Cultura e cambiamento
- Mobilitare l'impegno
- Allinearsi alla struttura del cambiamento
- Utilizzare strumenti per sostenere il Momentum del cambiamento

# GESTIONE DEL CAMBIAMENTO

## Complexity leadership

Il corso è orientato principalmente a tutte quelle figure e ruoli ai quali si richiede uno stile di leadership innovativo ed efficace. Il corso potrà potenziare il suo risultati su soggetti naturalmente portati verso tale attitudine e quotidianamente investiti di responsabilità verso la gestione di gruppi e persone.

### Obiettivi

- Comprendere e adottare modelli di complexity leadership
- Sviluppare e allenare tecniche, strumenti e comportamenti di complexity leadership quali «antidoti» alle criticità del mondo VUCA
- Sviluppare metodi, strategie e tattiche per una gestione ottimale del cambiamento
- Aiutare il team a definire la loro identità e missione, all'interno di sistema di dinamiche e di relazioni più complesse del semplice rapporto capo-collaboratore
- Migliorare la capacità attraverso la leadership (task performance) di orientare le performance di gruppo e sostenere lo sviluppo del team nelle sue diverse fasi di vita (team development)
- Elementi di comunicazione efficace e ascolto attivo
- Sviluppare intelligenza emotiva e accrescere il senso di fiducia in sé e negli altri
- Il complexity leader : caratteristiche personali e nelle relazioni con l'altro
- Self efficacy e resilienza come driver per gestire un'organizzazione complessa
- Sviluppare creatività, innovazione e flessibilità a vantaggio del business
- Allenare tecniche, strumenti e comportamenti per guidare con efficacia la complessità
- Riconoscere e lavorare sugli schemi di pensiero
- Costruire un piano di miglioramento

### Contenuti

- Cos'è la complexity leadership

# GESTIONE DEL CAMBIAMENTO

## Empowerment manageriale

Il percorso consentirà di rafforzare le soft skill del team executive e del middle management chiamati a gestire il cambiamento, veicolando positivamente i messaggi chiave aziendali in modo da incrementare engagement e lavoro di gruppo.

### Obiettivi

- Sperimentare le principali dinamiche di funzionamento di un gruppo di lavoro
- Allenare la capacità di relazionarsi e collaborare in gruppo
- Sviluppare la consapevolezza sulle differenze generazionali
- Riconoscere le motivazioni delle diverse generazioni
- Migliorare la performance e il contributo al business delle diverse generazioni
- Coinvolgere il personale nel cambiamento
- Depotenziare la resistenza comportamentale

### Contenuti

- Lavorare in gruppo:
- Riconoscere le dinamiche della fiducia e della responsabilità in un gruppo.
- Collaborare per risolvere problemi e prendere decisioni.
- La creatività del funzionamento di gruppo.
- Come ti comporti e cosa senti quando “devi” lavorare con altre persone?
- La responsabilità di lavorare insieme
- Action Plan: piano d’azione su come migliorare il proprio

comportamento in gruppo (teamship)

- Comprendere e gestire le diverse generazioni: le generazioni X, Y e Zoomers
- Guidare i team multigenerazionali con sicurezza
- Le differenze generazionali per accrescere il lavoro di squadra, l’innovazione e la collaborazione
- Le riunioni ed incontri: mettere a vantaggio i diversi comportamenti.
- Il coaching ai team multi-generazionali per una performance più elevata
- Far diminuire lo stress come leader attraverso una miglior comprensione dei modi in cui gestire i differenti atteggiamenti delle Generazioni X, Y e Zoomers
- Gestire il cambiamento
- Le dinamiche e gli step del cambiamento in un’organizzazione
- Strategie per gestire ogni passaggio con successo
- Come prevedere e gestire i rischi e le resistenze
- Metodologie, strumenti e strategie di comunicazione per coinvolgere i collaboratori nel cambiamento

# GESTIONE DEL CAMBIAMENTO

## Future leaders at work

I leader in azienda sono sempre più chiamati a rispondere a esigenze sfidanti in un contesto di business volatile, incerto, complesso e ambiguo. ( V.U.C.A.). Per rispondere a questa esigenza è necessario conoscere nel dettaglio il business, il mercato di riferimento, gli obiettivi aziendali e rafforzare sempre più l'abilità di comunicare e quella di muoversi velocemente in squadra, per essere pronti ad agire e reagire secondo le esigenze di cambiamento richieste. Il progetto consentirà di rafforzare le soft skill del team executive e del middle management chiamati a gestire il cambiamento, veicolando positivamente i messaggi chiave aziendali in modo da incrementare engagement e lavoro di gruppo.

### Obiettivi

Il corso è un programma formativo dedicato ai Talenti che consentirà di far evolvere queste figure impostando un percorso di sviluppo. Il progetto è costruito in 3 diversi step che possano mettere in condizione i partecipanti di acquisire le competenze manageriali fondamentali per gestire la complessità del futuro coerentemente con una possibile evoluzione della propria professionalità

### 3 STEP

1. Area comunicazione
2. Area gestione del tempo
3. Area gestione del cambiamento

- Modelli della comunicazione (P. Watzlawick); Efficacia personale ed efficacia comunicativa
- L'autodiagnosi del proprio stile comunicativo
- Gli stili comunicativi e l'ascolto attivo
- Comunicazione e conflitto
- L'assertività come driver nella gestione efficace dello stress, delle critiche e del conflitto
- Gli elementi di coping nella comunicazione : convinzioni limitanti, pregiudizi, resistenze
- Gestione del tempo e la pianificazione efficace
- La gestione del cambiamento
- Vision e Mission Aziendale
- Cultura Aziendale e applicazione
- Team e fasi evolutive

# INNOVAZIONE NELLA GESTIONE

## Smartworking

Per promuovere una corretta applicazione della modalità di lavoro agile è opportuno essere consapevoli del fatto che lavorare sulla cultura aziendale è fondamentale affinché lo smartworking aumenti il benessere e la produttività. Al fine di sostenere e accompagnare le persone e l'azienda nell'implementazione e nella messa a regime del lavoro agile (smart working), abbiamo ideato un percorso formativo che, su due target differenti, integri momenti e metodi dialogici di confronto, applicazioni pratiche e riflessioni di gruppo. Il progetto formativo è composto da due percorsi dedicati a due differenti target: «Smart Leader», ossia supervisor e manager di gruppi di lavoro, e «Smart People», i relativi collaboratori

### Contenuti

Il progetto formativo è composto da **due percorsi** dedicati a due differenti target:

- «**Smart Leaders**», ossia supervisor e manager di gruppi di lavoro
- «**Smart Workers**», i relativi collaboratori.

# SMARTWORKING: leadership challenge

## OBIETTIVI

L'obiettivo dell'intervento è quello di favorire negli «Smart Leader» lo sviluppo delle competenze di goal setting, delega e supervisione, allo scopo di costruire un rapporto di fiducia congruente con il cambio della forma lavorativa introdotta e la diversità generazionale dei nuovi collaboratori.

### 1. Le regole della fiducia

- La fiducia come regola base per lavorare in team
- Creare sintonia comunicativa con i propri collaboratori: entrare in connessione, essere trasparenti, riconoscere e gestire le differenze
- Due strumenti di supporto: ascolto attivo e feedback
- Riconoscere competenze e valorizzare i punti di forza dei collaboratori
- Stilare un piano d'azione: i punti di contatto del team per creare e coltivare la fiducia

### 2. Delega e supervisione dei collaboratori

- La cultura della delega e i valori che la rendono efficace: fiducia e responsabilità
- Le leve di un leader: Task e People, come alimentare la delega attraverso queste
- Strumenti del leader: briefing, S.A.L., debriefing
- Tipi di delega: di compito (fai cosa dico come vuoi tu), di decisione (raggiungi questo obiettivo come ritieni)
- Il campo di forze della delega: freni (forze che si oppongono) forze motrici (forze che facilitano)
- Stilare un piano di delega

### 3. Goal Setting. Tecniche di formulazione

- La cultura del lavorare per obiettivi: direzione, focus, risultato
- Il pensiero strategico: definire obiettivi e priorità
- Lavorare per obiettivi con il metodo SMART:
  - ✓ **Specific** (Specifico) – «Che cosa, di preciso, voglio ottenere?»
  - ✓ **Measurable** (Misurabile) – «Come misurerò i progressi in corso di azione?»
  - ✓ **Achievable** (Raggiungibile) – «Quanto è raggiungibile per le mie possibilità?»
  - ✓ **Relevant** (Rilevante) – «Quanto è congruente con i miei valori e allineato con le mie priorità?»
  - ✓ **Timely** (Tempificato) – «Entro quando voglio realizzarlo? Quali sono i tempi di realizzazione?»
- Formulazione e articolazione di un obiettivo di lavoro SMART sulla propria funzione

### 4. Strumenti e azioni

- Tools: Strumenti per gestire il lavoro a distanza. Costruzione delle linee guida per ogni società
- Avviamento alla pratica degli strumenti del lavoro digitale.
- Action Planning: le azioni concrete per gestire il cambiamento

# SMARTWORKING: Smart people

## OBIETTIVI

L'obiettivo dell'intervento è di favorire negli «Smart People» l'etica della responsabilità nel lavoro a distanza e la collaborazione nel virtual working, accrescendo al contempo la competenza per gestire il tempo, le energie personali e lo stress seppur nella nuova forma lavorativa

### 1. La collaborazione nel virtual team

- Carattrappole e i luoghi comuni di un team virtuale
- Sfide e soluzione per gestire un team da remoto/virtualeeristiche di un virtual team
- Le 5 disfunzioni di un team virtuale: assenza di fiducia, paura del conflitto, mancanza di impegno, fuga dalle responsabilità, disattenzione ai risultati
- I 4 protocolli d'ingaggio dei team virtuali: Comunicazione, Motivazione, Risoluzione dei conflitti, Problem-solving/decision-making
- Motivazione e virtual team: differenze culturali
- Tips per organizzare virtual meetings
- Costruire un piano d'azione: sviluppare fiducia, spirito di squadra e comunità nel proprio team virtuale

### 2. Le regole per gestire il tempo, le energie personali e lo stress

- Tempo oggettivo, soggettivo e culturale
- Il nostro atteggiamento e comportamento verso il tempo: passivo, reattivo, proattivo.
- Le 3 dimensioni del tempo:
  - ✓ Efficacia – risultati/obiettivi
  - ✓ Efficienza – risultati/costi
  - ✓ Eccellenza – efficacia/efficienza + qualità di vita.
- La matrice manageriale come strumento di gestione del tempo: attività importanti e attività urgenti

### 3. Benessere alimentare

- Analisi delle proprie abitudini alimentari
- Ruolo preventivo dell'alimentazione
- Gli errori più comuni nell'alimentazione.
- La piramide alimentare
- Alimenti funzionali: quali sono e a cosa servono
- I nutrienti: carboidrati, proteine e lipidi
- La dieta tipo di una settimana: giornate di lavoro, giornate di turno, giornate festive

### 4. Benessere psico-fisico tra movimento e riposo

- Corretto stile di vita: alimentazione sana, attività fisica, tempo libero
- La funzione rigenerativa del sonno.
- Effetti dello stress: gestire la fisiologia
- Tecniche di respirazione per attivare o favorire il rilassamento
- La tecnica del focus mentale: portare attenzione alle cose che stiamo facendo
- Vantaggi e svantaggi del *multi-tasking*

# ESSENTIAL Project Management

Organizzare e gestire le attività per progetti è stato per lungo tempo prerogativa di grandi imprese che operano nei settori delle infrastrutture e di ingegneria civile e industriale. Oggi il numero e le tipologie di aziende che lavorano per progetti si è ampliato tantissimo, soprattutto a seguito dell'espansione dei settori che offrono servizi alle imprese.

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

## Obiettivi

- Aumentare l'efficacia e l'efficienza nella gestione dei progetti
- Imparare a sviluppare le fasi principali di gestione dei progetti
- Acquisire le principali tecniche di Project Management

## Contenuti

- Definizioni di base: progetto e processo
- Ruoli e responsabilità
- Competenze fondamentali di un Project Manager di successo
- Lifecycle del progetto
- Ambito, criteri di successo, KPI e vantaggi
- Risk management
- Organizzazione efficace di progetto
- Pianificazione - BREAKDOWN STRUCTURES
- Programmazione e risorse
- Gestione delle risorse e dei ruoli all'interno di un team
- Piano di gestione e comunicazione del progetto

# ESSENTIAL

## Excel livello base

Excel è un programma che fa parte del pacchetto Microsoft Office e, grazie alle sue molteplici funzionalità, permette la risorsa umana di gestire una grande quantità di dati, sia numerici che non con l'obiettivo di ottimizzare i tempi e i processi nella vita lavorativa della risorsa. La finalità del corso è quella di conoscere le funzioni sia base che avanzate del programma, saper gestire autonomamente fogli di calcolo complessi e affrontare con sicurezza la gestione complessa di dati utilizzando tutte le potenzialità di Microsoft Excel

Il software è uno dei più utilizzati del pacchetto Office e si differenzia dagli altri per la sua unicità all'interno degli ambiti professionali in quanto capace di gestire ed analizzare, in poco tempo, grandi quantità di dati.

### Obiettivi

- Gestione più approfondita e più dettagliata - rispetto al livello base - delle funzionalità e delle caratteristiche del programma.

### Contenuti

- Creazione e gestione di una tabella (database): teoria del database; impostazione corretta della registrazione dati; blocco delle celle di intestazione
- Formattazione dei dati: overview dei formati numerici e testuali; gestione di date e valuta
- Autoriempimento: inserimento serie numeriche, testuali e di data; modifica del comportamento di Excel; gestione degli elenchi e creazione elenchi personalizzati
- Formule e funzioni: i diversi operatori; riferimenti relativi, assoluti e

misti; sintassi delle funzioni e compilazione delle principali funzioni statistiche, di testo, di data...; funzioni di ricerca e riferimento (Cerca.Vert); introduzione alla funzione logica "Se"; funzioni nidificate

- Nomi di cella e loro gestione
- Collegamenti tra celle, fogli e documenti
- Convalida dei dati: elenco, data, numeriche con impostazione dei messaggi di errore
- Creazione di Tabelle automatiche
- Tabelle Pivot: introduzione, creazione, impostazione di base, modifica e aggiornamento, drill down
- Grafici: istogrammi, a colonne, a torta, a linee, a barre, cartesiani, e grafici complessi

# ESSENTIAL

## Excel livello avanzato

Excel è un programma che fa parte del pacchetto Microsoft Office e, grazie alle sue molteplici funzionalità, permette la risorsa umana di gestire una grande quantità di dati, sia numerici che non con l'obiettivo di ottimizzare i tempi e i processi nella vita lavorativa della risorsa. La finalità del corso è quella di conoscere le funzioni sia base che avanzate del programma, saper gestire autonomamente fogli di calcolo complessi e affrontare con sicurezza la gestione complessa di dati utilizzando tutte le potenzialità di Microsoft Excel

Il software è uno dei più utilizzati del pacchetto Office e si differenzia dagli altri per la sua unicità all'interno degli ambiti professionali in quanto capace di gestire ed analizzare, in poco tempo, grandi quantità di dati.

### Obiettivi

- Gestione approfondita e avanzata delle funzionalità del programma, incluso fogli di calcolo complessi, grafici e tabelle pivot

### Contenuti

- Approfondimenti su tutte le funzionalità di creazione e gestione di una tabella (database)
- Formattazione dei dati: impostazione formati personalizzati; metacaratteri numerici, testuali e di data.
- Autoriempimento complesso: inserimento serie numeriche, testuali e di data; modifica del comportamento di Excel; approfondimento sulla gestione e creazione degli elenchi personalizzati
- Gestione dei dati: formattazione condizionale avanzata; flash fill o anteprima suggerimenti; ordinamento in base a elenco personalizzato

- Formule e funzioni: sintassi delle funzioni nidificate, correzione di errori con SE.ERRORE e AGGREGA approfondimento su ricerca e riferimento; accenno alle funzioni database; incolla speciale
- Grafici Pivot: creazione di grafici combinati; i grafici Sparkline, impostazione template per i grafici
- Accenno alle macro e all'ambiente VBA: registrazione di macro con riferimenti assoluti e relativi; impostazione di macro per un singolo documento o per il modello Excel; accenni di linguaggio

# ESSENTIAL Powerpoint

Il programma Power Point fa parte del pacchetto Microsoft Office e viene utilizzato all'interno di contesti scolastici, universitari e organizzativi per la creazione di progetti e presentazioni. Il buon utilizzo delle sue molteplici funzionalità, permettono di creare presentazioni efficaci catturando l'attenzione del pubblico.

Il corso proposto da Tack TMI permette di acquisire le conoscenze necessarie sia per strutturare correttamente una presentazione PowerPoint, sia per creare slide con un impatto grafico/visivo convincente.

## Obiettivi

- Acquisire le conoscenze necessarie sia per strutturare correttamente una presentazione PowerPoint, sia per creare slide con un impatto grafico/visivo convincente

## Contenuti

- Nozioni di comunicazione visiva per la creazione di un layout grafico in grado di trasmettere in modo efficace il concetto desiderato.
- La creazione di un rapporto coerente e omogeneo tra il contenuto grafico, il brand e il messaggio
- L'uso e la gestione del colore e degli spazi; capire gli accostamenti più funzionali; saper leggere l'impatto percettivo di ciascuna cromia
- La scelta e la gestione delle immagini, dei testi e degli sfondi
- La rappresentazione dei dati: elenchi puntati, tabelle e grafici
- I passaggi progettuali necessari per creare una presentazione PowerPoint: la mind map e lo storyboard
- Il flusso narrativo con transizioni e animazioni: un accenno allo storytelling

# ESSENTIAL

## Public speaking

Saper parlare in pubblico senza ansia, tenere una presentazione durante una riunione, esporre con convinzione la propria offerta ai clienti, riportare i dati di una ricerca in modo credibile o essere convincente nel proporre un progetto a potenziali investitori è fondamentale. Sono infatti doti che permettono di sviluppare leadership e autorevolezza, aiutando manager o professionisti a raggiungere i propri obiettivi e consolidare la propria immagine pubblica e professionale.

Il corso di public speaking di Tack Tmi fornisce gli strumenti, le tecniche e le conoscenze per esprimere le proprie idee e farsi ascoltare, per preparare delle presentazioni efficaci e catturare l'attenzione pubblico, per gestire lo stress e sviluppare consapevolezza nei contesti sociali.

### Obiettivi

- Essere consapevoli ed intenzionali nel perseguire una “High Performance Communication”
- Essere e apparire confidenti nel gestire situazioni di public speaking in contesti diversi
- Saper organizzare contenuti e struttura dello speech in modo coinvolgente e rilevante per il pubblico di riferimento

### Contenuti

- Parlare in pubblico VS il modello “High Performance Communication”
- Il triangolo di Peter Meyers: contenuto, delivery e state.
- CONTENUTO: strutturare lo speech organizzando il contenuto per stimolare il coinvolgimento.
- DELIVERY: micro comportamenti comunicativi sui livelli verbale, paraverbale e non verbale e il loro effetto sull'interlocutore.
- STATE: come rafforzare la propria presenza con strategie inside-out e outside-in.

# ESSENTIAL

## Budgeting and reporting

In ogni azienda, il controllo di gestione si fonda su previsioni economiche, finanziarie e patrimoniali. È importante, pertanto, dotarsi delle risorse interne che abbiano le conoscenze e le tecniche necessarie all'elaborazione del budget economico e patrimoniale, nonché dei budget operativi tipici delle principali aree aziendali, identificandone relazioni e collegamenti. Questo percorso si pone come obiettivo quello di fornire alle figure non amministrative e contabili, gli strumenti e le conoscenze economico finanziarie utili alla gestione dei processi strategici. In particolare saranno approfonditi:

- la struttura, le finalità e i principi di stesura del Bilancio;
- i legami tra il bilancio e i principi contabili nazionali e internazionali;
- la riclassificazione del bilancio, l'analisi dei risultati e l'interpretazione degli indici e dei flussi finanziari;
- la valutazione dell'impatto finanziario delle attività di investimento e finanziamento.

### Obiettivi

Fornire le conoscenze economico-finanziarie (teoriche e pratiche) indispensabili per il controllo di gestione operato a livello direzionale e strategico, per verificare, progettare e mettere in funzione sistemi di controllo e budgeting efficaci, per costruire budget operativi differenziati per area di riferimento (vendite; produzione e approvvigionamenti; risorse umane)

### Contenuti

- Lo schema patrimoniale ed economico
- La nota integrativa e il rendiconto finanziario
- Il bilancio di esercizio in forma abbreviata
- Il bilancio secondo i principi contabili internazionali
- L'analisi di bilancio
- Elementi generali
- La riclassificazione dello stato patrimoniale
- La riclassificazione del conto economico
- L'analisi per indici
- Elementi generali
- I quozienti di liquidità, rotazione e durata
- I quozienti di redditività operativa e netta
- I quozienti di solidità finanziaria-patrimoniale
- L'analisi della dinamica finanziaria
- Fonti, impieghi e flussi
- Il rendiconto finanziario
- Bilancio d'esercizio

# ESSENTIAL Business English

Una volta individuati i livelli di competenza posseduta, sarà possibile concordare ed erogare il programma di studi più funzionale.

INGLESE BASE	INGLESE INTERMEDIO	INGLESE AVANZATO
<p><b>OBIETTIVI:</b> Acquisire forme grammaticali e idiomatiche per gestire la comunicazione orale e scritta.</p>	<p><b>OBIETTIVI:</b> Potenziare la capacità comunicativa, la rapidità della comprensione simultanea, con ampliamento del vocabolario sulle terminologie utilizzate nel Business English.</p>	<p><b>OBIETTIVI:</b> Potenziare la capacità comunicativa, la rapidità della comprensione simultanea, con ampliamento del vocabolario sulle terminologie utilizzate nel Business English.</p>
<p><b>CONTENUTI:</b> Il corso base viene strutturato con focus sulle competenze essenziali per l'uso della lingua: parlare, ascoltare, leggere e scrivere.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comprendere e comporre frasi ed espressioni usate frequentemente relative ad ambiti di immediata rilevanza;</li> <li>▪ Saper interloquire semplicemente in diverse situazioni quotidiane;</li> <li>▪ Interagire attraverso una conversazione semplice esprimendo diversi concetti familiari quali il lavoro, la famiglia, tempo libero, vacanze e le attività quotidiane.</li> </ul>	<p><b>CONTENUTI:</b> Il corso intermedio viene strutturato per dare la possibilità ai partecipanti di aumentare la loro confidenza e competenza nell'usare la lingua e imparare a esprimersi più naturalmente e facilmente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comprendere le idee principali di testi complessi, su argomenti sia concreti che astratti, incluse le discussioni tecnico/professionali sul proprio campo di specializzazione;</li> <li>▪ Interagire con una certa scioltezza e spontaneità in modo da rendere possibile una conversazione naturale con le persone madre-lingua;</li> <li>▪ Produrre un testo chiaro e dettagliato su un'ampia gamma di argomenti e saper spiegare il proprio punto di vista fornendo i pro e i contro per arricchire la conversazione.</li> </ul>	<p><b>CONTENUTI:</b> Il corso avanzato viene strutturato per dare la possibilità ai partecipanti di fare presentazioni efficaci, scrivere e-mail appropriate per ogni situazione lavorativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Usare la lingua in modo flessibile ed efficace per scopi sociali e professionali;</li> <li>▪ Comprendere con facilità praticamente tutto ciò che sente e si legge;</li> <li>▪ Riassumere informazioni provenienti da diverse fonti sia parlate che scritte, ristrutturando gli argomenti in una presentazione coerente;</li> <li>▪ Esprimersi spontaneamente, in modo scorrevole e preciso, individuando le sfumature di significato anche in situazioni complesse.</li> </ul>

# SVILUPPO PERSONALE

## La Mindfulness - percorsi

Con il termine mindfulness si definisce uno stato della mente che permette di raggiungere una consapevolezza maggiore della propria esperienza, sia in termini di pensieri e azioni che di sensazioni ed emozioni. Numerose ricerche scientifiche dimostrano che grazie a questa pratica è possibile migliorare l'intelligenza emotiva, le prestazioni intellettuali, l'atteggiamento positivo, le relazioni interpersonali, la creatività.

La Mindfulness è stata adattata alle esigenze di business, pur mantenendo il principio di base dello sperimentare sensazioni ed emozioni in modo efficace e attivo.

Le persone che usano la Mindfulness nei luoghi di lavoro sono riconosciute per il loro stile comunicativo chiaro e per rispondere in modo adeguato a situazioni stressanti.

Tutto questo porta a ridurre la tensione a gestire meglio i conflitti, a migliorare il clima organizzativo e a uno sviluppo del pensiero creativo.

### **Obiettivi sessioni**

- Fornire uno strumento da poter utilizzare sia nel contesto di lavoro che nella loro vita privata, non separato da un incremento di conoscenze su alcuni meccanismi fisiologici che impattano sulla competenza lavorativa
- Incrementare la responsabilità dei singoli sulla loro «tenuta» lavorativa

TackTmi ha sviluppato una gamma di programmi per la Mindfulness: questi corsi sono dedicati a diverse persone nell'azienda per tutte le diverse aree di business.

# PROGRAMMI DEDICATI ALLA MINDFULNESS

CORSO	CONTENUTI
<b>Boost your Energy with Mindfulness: Wellbeing at Work!</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Che cosa è la Mindfulness?</li> <li>▪ Il rapporto tra la Mindfulness e la Positività</li> <li>▪ Il contributo delle neuroscienze: funzionamento del cervello, i neuroni specchio e il "sequestro dell'Amigdala"</li> <li>▪ Gestire la propria fisiologia: la postura, il movimento e la nutrizione</li> <li>▪ Il ruolo della concentrazione mentale e convinzioni limitanti</li> <li>▪ Tecniche di rilassamento profondo e Mindfulness</li> </ul>
<b>Increase Emotional Intelligence through Mindfulness</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Il ruolo dell'intelligenza emotiva nei contesti organizzativi</li> <li>▪ Le 5 Aree e le 15 componenti dell'Intelligenza Emotiva</li> <li>▪ Le tecniche di Mindfulness per sviluppare le diverse aree di Intelligenza Emotiva</li> <li>▪ I principi neurofisiologici della comunicazione umana</li> <li>▪ Il ruolo delle persone emotivamente intelligenti nel business del futuro</li> </ul>
<b>Working in a Mindful Team: Accelerate Empathy, Communication and Relationship Development</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Le caratteristiche di una squadra vincente</li> <li>▪ L'organizzazione come un "team di team"</li> <li>▪ I fondamenti del Teamship</li> <li>▪ La Mindfulness come mezzo per migliorare le prestazioni della squadra</li> </ul>
<b>Mindful Time Management: Increase Personal Organization and Productivity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gli strumenti della gestione del tempo: pensiero strategico, pianificazione delle attività e monitoraggio continuo</li> <li>▪ Focus: come mantenere alta la produttività sulle attività pianificate</li> <li>▪ Pensiero Automatico Vs. Pensiero Mindful</li> <li>▪ State: gestire energia per gestire il tempo. Come modificare la propria fisiologia per migliorare lo stato energetico</li> </ul>
<b>The Leadership Presence: Mindfulness in Action!</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ I contributi delle Neuroscienze sul tema della Leadership</li> <li>▪ Le basi dell'Inspirational Leadership</li> <li>▪ La Theory U di Otto Scharmer</li> <li>▪ Presencing: la fonte della creatività manageriale</li> <li>▪ Lo sviluppo delle Intelligenze: Bioenergetica, Emotiva, Mentale, Strategica ed Intuitiva</li> <li>▪ Tecniche di Mindfulness.</li> <li>▪ La gestione dell'energia psicofisica per l'esercizio della leadership</li> </ul>

**WE BELIEVE IN YOU**

