

CATALOGO VOUCHER 2023



SFOGLIA LE NOSTRE PROPOSTE

AQUIS SRL
CONSULENZA E FORMAZIONE

INFORMAZIONI TECNICHE

COS'È IL VOUCHER FORMATIVO FINANZIATO DALLA REGIONE LOMBARDIA

Il Voucher è la modalità, scelta dalla Regione, per finanziare la formazione dei lavoratori in Lombardia, con il fine di favorire e sostenere il potenziamento e l'allineamento delle competenze alle continue e sempre più evolute esigenze del mercato del lavoro e delle professioni per lo sviluppo competitivo del business.

SOLO UN ENTE DI FORMAZIONE ACCREDITATO, COME AQUIS, PUÒ EROGARE I CORSI E CONSENTIRTI COSÌ DI RICEVERE IL RIMBORSO DEL VOUCHER FORMATIVO

CHI PUÒ CHIEDERE E RICEVERE IL VOUCHER FORMATIVO

- Lavoratori dipendenti di una impresa con sede operativa/unità produttiva in Lombardia
- Titolari e Soci di imprese con sede legale in Lombardia, iscritte alla CCIAA
- Lavoratori autonomi (titolari di posizione INPS gestione separata) Professionisti, titolari di partita IVA, con domicilio fiscale in Lombardia (attività in forma autonoma o associata)

OGNI PERSONA PUÒ OTTENERE € 2.000 L'ANNO

OGNI IMPRESA PUÒ OTTENERE € 50.000 L'ANNO FORMARE I SUOI DIPENDENTI

COME OTTENERE IL VOUCHER FORMATIVO

Seleziona il corso di tuo interesse e prenota il tuo posto

Con l'aiuto del Referente AQUIS:

- Registrati al portale Regionale "Bandi on line" (è indispensabile disporre di SPID e FIRMA DIGITALE)
- Prepara i Documenti per l'invio della richiesta di assegnazione Voucher

Per ottenere il RIMBORSO è necessario:

- Frequentare almeno il 75% delle ore del corso
- Presentare, con il sostegno di AQUIS, la richiesta di liquidazione

SCEGLI ORA IL TUO CORSO, PENSA ORA AL TUO FUTURO

<https://aquis.it/voucher-formativo-regione-lombardia-2023/>

INDICE CORSI

ABILITA' E RISORSE PERSONALI STRATEGICHE PER AFFRONTARE IL CAMBIAMENTO

- TEAMWORK
- PEAK PERFORMANCE COACH
- SMART LEADERSHIP & PRIORITY MANAGEMENT
- DA MANAGER A COACH PER POTENZIARE E ORIENTARE LE PERFORMANCE DEI COLLABORATORI
- COMUNICAZIONE WINNING
- LEADER PROBLEM SOLVER
- PUBLIC SPEAKING ESPERIENZIALE
- TEAM PERFORMANTI, TEAM VINCENTI, TEAM LEADERSHIP

STRATEGIE INNOVATIVE DI COMUNICAZIONE, MARKETING E VENDITA

- STRATEGIE DI CUSTOMER CARE
- GESTIRE LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE AZIENDALE E PROFESSIONALE
- GESTIRE LA RELAZIONE CON IL CLIENTE
- NEUROSELLING, UNA STRATEGIA VINCENTE PER IL MARKETING E LA VENDITA
- COORDINAMENTO RETE DI VENDITA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE
- LINKEDIN LEAD GENERATION PER LE VENDITE
- SOCIAL MEDIA MANAGER ON LINKEDIN

FAVORIRE E SOSTENERE I PROCESSI DI INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA

- IVA E IMPOSTE NEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI
- OPERAZIONI DOGANALI: GESTIRE CORRETTAMENTE IMPORT/EXPORT

INNOVARE LA GESTIONE E LO SVILUPPO RISORSE UMANE

- FORMAZIONE A DISTANZA RAVVICINATA
- WELFARE MANAGER

STRATEGIE EVOLUTE DI MANAGEMENT PER IL CONTROLLO E GESTIONE DEI RISCHI

- INTRODUZIONE AL RISK MANAGEMENT
- INSURANCE POLICIES MANAGEMENT

TECNICHE DI PRODUZIONE

- LE DIRETTIVE DI PRODOTTO EUROPEE E LE NORME INTERNAZIONALI

MANAGEMENT 4.0 RICERCA E INNOVAZIONE

- INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT PATENT BOX
- INNOVATION MANAGEMENT RICERCA, INNOVAZIONE E DESIGN

COMPETENZE DI BASE

- EXCEL AVANZATO

Strategie costruttive per il benessere professionale e organizzativo – TEAMWORK

Il corso è trasversale ad ogni contesto e dimensione professionale, nell'ottica di implementare strategie e approcci innovativi nella gestione e sviluppo delle Risorse umane, offrendo ai partecipanti le competenze "chiave" per "fare squadra". I contenuti formativi puntano su tecniche e strumenti per guidare le relazioni e gestire le dinamiche all'interno di un team di lavoro, in particolare agendo su comprensione, valorizzazione, motivazione e orientamento, strategie e obiettivi d'azione comuni e condivisi. Un'attenzione specifica è rivolta alle criticità psicologiche e sociali che intervengono tra i membri di un Team, così da riconoscerle, affrontarle e superarle in modo positivo e vantaggioso.

Questo approccio consente di accompagnare le persone verso il cambiamento garantendo un clima di benessere e fiducia reciproca (verticale ed orizzontale), favorendo il potenziamento delle performance.

CONTENUTI

PSICOLOGIA SOCIALE E DEI GRUPPI

- Il ciclo biologico di risposta alla minaccia nel sistema nervoso di un individuo
- Meccanismi di fuga, lotta e congelamento in ambiente lavoro
- Come funziona il sistema nervoso
- Che cosa è l'ego e i meccanismi dell'ego all'interno di un team
- Le conseguenze nelle relazioni e nel processo decisionale
- Imparare ad individuare bisogni, priorità e a comunicarli in modo assertivo, empatico

TEAM WORKING: UNA STRATEGIA PER IL BENESSERE PERSONALE E PROFESSIONALE

- Engagement: mantenere alta la motivazione di tutto il team
- Negoziazione: gestione del conflitto all'interno di una relazione
- Il conflitto come opportunità
- Benessere: creare un clima di fiducia e di collaborazione

COMUNICAZIONE

- Ottimizzare la gestione delle informazioni e la comunicazione
- Imparare a fare domande
- Definizione e importanza della comunicazione degli obiettivi

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

Sviluppare nel coachee la capacità di utilizzo delle sue risorse personali – PEAK PERFORMANCE COACH

La leadership del terzo millennio è una leadership con attenuazione dell'ego in direzione della Peak Performance, nell'accezione di "prestazione ottimale" di Mihaly Csikszentmihalyi, teorico del FLOW. Il programma formativo mira a risvegliare le doti e i talenti attraverso un nuovo approccio e una nuova concezione di leadership, ovvero di coach dei propri collaboratori, sviluppata a livello profondo del sé, basandosi sullo sviluppo metaforico delle "5 C" della sopravvivenza (Cutting tools, Covering devices, Cordage, Container, Combustion devices) nonché dei 4 + 1 Accordi derivati dagli insegnamenti toltechi divulgati da Don Ruiz. Lo "schema" formativo adotta le linee guida della leadership, puntando sullo sviluppo delle "risorse" personali per dar vita ad una nuova generazione di manager i quali, introducono nella relazione con gli altri (team, collaboratori, peer) il concetto chiave e gli stili del "coach", ovvero di colui che, anche esplorando le zone "d'ombra" sulla traccia della Johari Window, propone una inedita versione di sé e attiva un modo nuovo di dirigere e cooperare.

CONTENUTI

EGOLESS LEADERSHIP

Leadership orizzontale, verticale e Virale; Il Leader come Coach e Il Coach come Leader; Personal branding

COACH RELAZIONALE

Stili comunicativi interiori ed esteriori; Linguaggio persuasivo; La responsabilità della relazione; Ascolto profondo

COACH MANAGERIALE

Ancoraggi e Processi decisionali; Problem solving ed euristica; Strategia e piano d'azione

COACH EMOZIONALE

Gestione degli stati emotivi, del conflitto, energetica; Neuroscienze per il Coach; I 7 circuiti di Panksepp; I meccanismi dello stress; Scioglimento dei contratti emotivi

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

Coordinare team di lavoro applicando strumenti e metodologie dello smart working – SMART LEADERSHIP & PRIORITY MANAGEMENT

Per un responsabile, integrare nuovi approcci metodologici gli consente di accompagnare le persone verso il cambiamento delle modalità lavorative, garantendo un clima di benessere e di fiducia reciproca (verticale ed orizzontale), favorendo il potenziamento delle performance professionali, produttive e relazionali, con standard anche superiori a quelli del "lavoro in presenza". Oggi, più che mai, le nuove forme organizzative introdotte in tutte le imprese, smart working, stanno infatti, generando situazioni sempre più complesse, critiche e difficili da governare, comportando la necessità di attivare autonomia e pro-attività. Coordinare le persone in questa dimensione, attraverso un approccio fondato sull'engagement e sulla valorizzazione delle competenze professionali e relazionali, genera consapevolezza e responsabilità nei collaboratori, e l'adozione di nuovi stili di leadership basati sull'autorevolezza, ossia su un clima in cui le persone si sentono riconosciute, non solo per il lavoro che svolgono, quanto per il loro valore come persone.

CONTENUTI

SMART WORKING, UNA NUOVA OPPORTUNITÀ

- Problemi e opportunità La comunicazione
- Elementi costitutivi per lavorare a distanza: gestione priorità e del tempo; fiducia; lavoro di squadra; lavoro per obiettivi

SMART WORK LEADERSHIP

- La leadership tra smart working e remote working
- Agire la leadership attraverso le funzionalità e le opportunità offerte dalle piattaforme digitali

SMART WORK MANAGEMENT

- L'impatto del lavoro a distanza sulle dinamiche di gruppo e le soluzioni per la mitigazione dei rischi
- Performance management: come gestire correttamente
- l'assegnazione di attività ed obiettivi

PRIORITY MANAGEMENT

- Gestione del tempo in un periodo di crisi: fattori critici per utilizzo del tempo, corrosivi del tempo e come gestirli, migliorare la gestione del tempo: importanza, urgenza e priorità
- Il lavoro per obiettivi: macro e micro obiettivi

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

Predisporre un piano di coaching DA MANAGER A COACH PER POTENZIARE E ORIENTARE LE PERFORMANCE DEI COLLABORATORI

Il corso propone a tutti coloro che dirigono e coordinano gruppi di lavoro, teorie, tecniche e modalità operative per gestire, motivare e far crescere il proprio team, sviluppando il potenziale delle persone, il loro coinvolgimento e l'assunzione di responsabilità, il tutto finalizzato ad ottimizzare il processo di raggiungimento degli obiettivi aziendali. Migliorare il clima e il sentimento di fiducia reciproca, in particolare nelle fasi di cambiamento, trasformazione e riorganizzazione, è l'obiettivo di tutti i Manager che mirano a favorire specifiche ed efficaci modalità di conduzione di un team di lavoro, nell'ottica di potenziare le performance professionali, produttive e relazionali. Il corso è trasversale ad ogni contesto professionale per implementare nuove strategie e approcci manageriali innovativi nella gestione delle Risorse umane.

CONTENUTI

DA MANAGER A COACH

- Da Manager a Coach: le basi della gestione delle Risorse Umane
- Il Coaching: basi metodologiche
- Il Coaching nella gestione del Team
- Valutare il potenziale dei singoli e dei team
- Quando essere Manager, Leader e quando essere Coach

IL TEAM COACHING

- L'ascolto attivo come tecnica di sviluppo della fiducia reciproca
- Il Team Coaching per persone che operano sul territorio
- Il Team Coaching per persone che operano in azienda
- Il Team Coaching per persone che operano in smart working

IL TEAM PER TRAGUARDARE GLI OBIETTIVI AZIENDALI

- Come l'obiettivo del team si integra nell'obiettivo aziendale
- Dal conflitto alla cooperazione
- Come definire, rendere comprensibile e raggiungere l'obiettivo di un team
- La motivazione del team
- La gestione del tempo nel team
- Creare responsabilizzazione e impegno ad ogni livello

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

COMUNICAZIONE WINNING

Relazionarsi in un contesto lavorativo organizzato, riconoscendo e gestendo le eventuali criticità nei rapporti professionali

Il corso consente di apprendere ed applicare tecniche efficaci, ed etiche al tempo stesso, di persuasione per mettere a profitto tutte quelle leve motivazionali che orientano il cliente, il collaboratore o il membro del proprio team a sposare e fare proprio il nostro progetto o la nostra proposta.

Essere più performante nella comunicazione incrementa significativamente le percentuali di consenso, elevando la qualità del brand, unitamente allo sviluppo competitivo aziendale.

Creare relazioni basate sulla comunicazione vincente – win to win – getta, nei fatti, le basi per relazioni interne (collaboratori, staff) ed esterne (clienti/fornitori) durevoli e fiduciarie, indirizzate al rispetto dei ruoli, accogliendo, gestendo e valorizzando anche gli attriti come momenti produttori di grandi energie, vitali e al servizio di tutti.

CONTENUTI

LA COMUNICAZIONE INTERNA E DEL TEAM

- Ascoltare sé stessi
- L'arte maieutica – l'arte dell'ascolto – l'ascolto attivo
- Creare rapporti – canali rappresentazionali e canali comunicativi
- Aprire la finestra dell'accettazione nell'interlocutore

LA COMUNICAZIONE ESTERNA

- Trasmettere valori aziendali e personali per performare in modo fluido
- Smascherare l'impostore – La comunicazione assertiva
- Persuasione e convinzione – Le leve emotive

DURATA: 16 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 800,00 euro esente IVA

LEADER PROBLEM SOLVER

Effettuare la gestione dei problemi con un approccio proattivo

La distorsione della percezione oggettiva è comune a tutti ed avviene perché la adattiamo e pieghiamo alle nostre mappe mentali (credenze, emozioni, vissuto personale, memorie). Conoscere questi meccanismi consente di evitare l'errore valutativo e, di conseguenza, decisionale, sia mentre vengono attuate le strategie aziendali che quando cooperiamo e attribuiamo ruoli ai nostri collaboratori, sia nella gestione dei problemi che nella soluzione dei conflitti, piuttosto, infine, che nella riduzione dello stress.

Stimolare processi virtuosi, capaci di influire positivamente, e a lungo termine, sulla vita di ogni azienda e di ogni manager che coordina e dirige attività e persone, è il focus di questo percorso formativo.

Gli strumenti offerti ai discenti puntano, infatti, ad anticipare criticità e ad evitare errori, suggerendo soluzioni innovative e creative per superare i problemi, anzi facendoli divenire un'opportunità per sostenere la competitività e la credibilità di ogni impresa.

CONTENUTI

- Smascherare i BIAS cognitivi personali e dei collaboratori
- Prestazione performante e gestione stress: dal di-stress all'eu-stress (teoria dello stress, tecniche e applicazioni pratiche)
- Rapport, ricalco e guida per sviluppare consenso
- Matching contro mismatching: da nemico ad alleato
- Canali rappresentazionali VAK e relativo VAK test per imparare a riconoscere le modalità prevalenti nella comunicazione del nostro interlocutore
- Aprire la finestra dell'accettazione nell'interlocutore
- Piramide neurologica di funzionamento dell'essere umano di R. Dilts e ricadute pratiche nell'allineamento dei team di lavoro
- Diversità è ricchezza: stimolare il problem solving proattivo dei collaboratori
- Gestione della critica e accoglienza dei feedback
- Pensiero laterale e divergente: stimolare la creatività per adottare soluzioni innovative
- "I sei cappelli del pensare" De Bono

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

PUBLIC SPEAKING ESPERIENZIALE

Effettuare presentazioni e relazioni in pubblico

Il Public Speaking è una tecnica molto efficace per mettere a profitto le relazioni con il cliente, interno ed esterno, in qualsiasi organizzazione aziendale o ambito produttivo, soprattutto in questo momento in cui l'accesso e l'uso smodato degli ausili tecnologici stanno mediando la comunicazione in modo sorprendente.

Se aggiungiamo metodologie innovative di comunicazione, che puntano alla sfera emozionale, ossia che agiscono sul sistema limbico tanto quanto sulle modalità razionali e cognitive, otteniamo una relazione più performante, evitando stress e pressioni, ma soprattutto diamo vita a rapporti di fiducia durevoli, che influiscono positivamente sia sul consenso con collaboratori e staff, che su quello di clienti, fornitori, partner, interlocutori di varia natura.

Il corso si pone, per questo, l'obiettivo formativo di trasferire tecniche efficaci, ed etiche al tempo stesso, di comunicazione e relazione con il pubblico, particolarmente nella direzione di sostenere le sempre più pressanti esigenze di comunicazione commerciale e sviluppo del marketing, ma anche favorendo l'esercizio del proprio ruolo professionale, in un'ottica di "unicità" di ogni persona.

CONTENUTI

- Public Speaking Esperienziale
- Guidare consapevolmente ed eticamente le relazioni e le transazioni
- Comunicazione persuasiva
- I colori della voce nella comunicazione coinvolgente e avvolgente
- I Sette circuiti emozionali primari di J. Panksepp e applicazione pratica nella gestione degli stati emotivi ed energetici
- Parlare in pubblico tramite le nuove tecnologie della comunicazione (webinar e call conference con piattaforme digitali)

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

TEAM PERFORMANTI, TEAM VINCENTI, TEAM LEADERSHIP

Lavorare con gli altri in modo costruttivo

Il corso intende trasferire ai partecipanti metodologie e tecniche efficaci di relazione e comunicazione, di controllo e gestione della performance e di responsabilizzazione verso i risultati attesi. Sostegno, senso di appartenenza e gestione degli attriti personali diventeranno linguaggio comune, allenando la capacità di ricevere e fornire feedback costruttivi, adottando stili di leadership assertiva. Riconoscere i ruoli e gli status, nel rispetto dell'organizzazione aziendale, creano fluidità nel lavoro e fanno parte dei passaggi fondamentali per dirigere, come per far parte, di una squadra vincente. Pensiero laterale, pensiero divergente e pensiero creativo, valorizzano le diversità dei membri del team e consentono al gruppo di operare in armonia, per vincere "insieme". Con questo preciso obiettivo, il corso punta a far maturare un sistema di responsabilità collettiva in grado di elevare le performance e sostenere lo sviluppo organizzativo e relazionale in qualsiasi impresa.

CONTENUTI

- Chi comanda? Chi viene ascoltato? A chi chiedi aiuto?
- Autorità, autoritarismo, autorevolezza
- Ruoli e status (coincide con l'organigramma?)
- Questionari anonimi
- Criticare per vincere- L'arte del feedback con l'io messaggio e l'ascolto attivo
- Il team distruttivo e il team costruttivo
- Tu ed io siamo uguali -Le credenze e le bugie che ci raccontiamo - Aprire la finestra alla diversità
- Accogliere e sviluppare la ricchezza del pensiero laterale (De Bono e altri) e divergente-creativo
- Io sono ok, tu sei ok
- Trasmettere la potenza della squadra e le skills aziendali e personali per performare in modo fluido
- Leve emotive
- Gestione dello stress e test di valutazione del burnout professionale
- Jaak Panksepp come produrre endorfine quando lo decidiamo noi
- Chi vuoi nel tuo team? Impegnato, arruolato, conformista e apatico le cose che devi sapere sull'essere umano nei team

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

STRATEGIE DI CUSTOMER CARE

Comunicare in maniera adeguata ed efficace rappresenta una delle principali abilità chieste a chi si occupa della relazione con il "Cliente". Ciò necessita dell'attivazione di adeguate tecniche e strategie relazionali in funzione dei diversi canali, tipologie di clienti e situazioni. Il corso si propone di trasferire e/o potenziare le abilità e la qualità della comunicazione di chi svolge questa delicata attività, al fine di creare una relazione collaborativa con il cliente. Sono offerti ai partecipanti strumenti concettuali e tecniche comunicative per una corretta e più attenta gestione del cliente, in particolare elevando le capacità di ascolto attivo e pro-attivo, anche di anticipazione dei bisogni dei clienti e della loro soddisfazione/fidelizzazione. L'attività formativa si focalizza poi su metodologie utili a sviluppare una pertinente visione del processo post-vendita, da coniugarsi con le competenze dei diversi profili coinvolti nell'assistenza al cliente, anche dal punto di vista tecnico, e/o per la gestione di situazioni complesse: dall'individuazione dell'ambito in cui si inquadra il problema/richiesta alla proposta di possibili soluzioni, dall'assistenza all'informazione su prodotti, servizi, canali di accessibilità. Particolare enfasi è data ai temi della comunicazione Customer Oriented, calate in un contesto pratico e in relazione alle varie tipologie di relazioni, proponendo simulazioni, fornendo strumenti pratici e strategie per comunicare il proprio prodotto o servizio. La formazione proposta può essere, per questo, rivolta verso tutti coloro che curano le relazioni con la clientela, a più e differenziati livelli di interlocuzione.

CONTENUTI

ORIENTAMENTO AL CLIENTE

- Ascolto attivo e pro-attivo
- Tecnica delle domande
- Gestione delle obiezioni e dei reclami
- Assistenza e informazioni su prodotti, servizi, canali

COMUNICAZIONE EFFICACE E ASSERTIVA

- Tecniche per rafforzare la comunicazione
- Organizzazione della comunicazione: comunicazione scritta e telefonica
- Linguaggio positivo orientato alle soluzioni
- Struttura logica della comunicazione per facilitare la sintesi, la comprensione, il convincimento

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

GESTIRE LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE AZIENDALE E PROFESSIONALE

La comunicazione aziendale, tanto quanto quella professionale, ha il ruolo di diffondere informazioni commerciali e di dare identità al brand, con l'obiettivo di far conoscere ai clienti esistenza di un prodotto o di un servizio. Il mercato è sempre più competitivo, le nuove tecnologie e gli strumenti di comunicazione sempre più utilizzati, i clienti/consumatori adottano nuovi comportamenti orientati alla ricerca di valore, di soluzioni ai loro fabbisogni specifici, agendo come parte attiva ed esprimendo feedback per il miglioramento: questi cambiamenti fanno della comunicazione un asset strategico e centrale per qualunque realtà di business. Per questo è necessario conoscere e comprendere quelle che sono le attività che una strategia di comunicazione deve prendere in considerazione per "comunicare" con efficacia il proprio brand.

In tale direzione, il corso illustra gli strumenti di comunicazione integrata che contribuiscono alla creazione di valore per l'azienda, mostra l'iter logico/strategico che porta alla stesura di un piano di comunicazione vincente e spiega come organizzare la migliore integrazione tra on e off line, fra tradizione analogica e spaccato digitale.

CONTENUTI

COMUNICAZIONE AZIENDALE, ORGANIZZAZIONE E OBIETTIVI DI SVILUPPO

- Comunicare per creare e mantenere sistemi di relazioni efficaci: valorizzare la propria autenticità per far crescere relazioni e opportunità professionali
- Sintonizzarsi su bisogni e linguaggi degli utenti
- Relazione fra marketing, comunicazione e approccio digitale

LE LEVE OPERATIVE: COME SI COSTRUISCE UN PIANO DI COMUNICAZIONE

- Definire Brand Identity, Brand Image e Brand Positioning
- Audience 4.0: l'importanza di conoscere nel dettaglio il proprio pubblico
- Oltre il sito aziendale: social media, community, blog
- Brand Identity e Web Reputation: quale collegamento, quali implicazioni
- Web e Social Media
- Pianificare i mezzi: scegliere il giusto mix
- Messaggi, mezzi, azioni: sintonizzarsi su tono, stile, taglio divulgativo
- Il piano di comunicazione integrato

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

GESTIRE LA RELAZIONE CON IL CLIENTE

I clienti sono il patrimonio principale delle aziende e dei liberi professionisti; senza di essi non esisterebbe business, ragione per cui cercare di fidelizzare quelli esistenti e attrarne di nuovi devono essere le due prerogative di qualsiasi organizzazione.

Comunicare in maniera adeguata ed efficace rappresenta una delle principali abilità chieste a tutti coloro che si occupano di gestire le relazioni con i clienti.

Questa attività necessita dell'attivazione di adeguate tecniche e strategie relazionali, in funzione dei diversi canali, tipologie di clienti e situazioni.

Chi ha il contatto con i clienti acquisiti ha, infatti, tra i suoi obiettivi quello di monitorare il grado di soddisfazione, utilizzare le leve commerciali per sviluppare la vendita, rapportandosi nell'ottica di soddisfare non solo l'esigenza esplicita, ma di verificare e sondare altre esigenze di consumo non espresse.

Il corso è funzionale al potenziamento e allo sviluppo della gestione dei clienti, in particolare focalizzando l'attenzione su una relazione comunicativa efficace, efficiente e funzionale.

In tale direzione, il corso vuole fornire tecniche e metodologie per potenziare competenze di natura trasversale, fondamentali per comprendere le esigenze del cliente, padroneggiare la trattativa e la negoziazione, anche gestendo in modo pertinente le obiezioni, avvicinare la clientela acquisita adottando metodologie strutturate, monitorando e migliorando contemporaneamente il sistema di relazione.

CONTENUTI

LA GESTIONE DEL CLIENTE: ELEMENTI DI CRM

LA RELAZIONE CON IL CLIENTE:

- La comunicazione come strumento di ascolto attivo per prevenire i bisogni e offrire eccellenza
- Obiezioni, reclami, lamenti: come gestirle e quali procedure attivare
- La fidelizzazione attraverso la relazione: bisogni espressi e inespressi

LA QUALITÀ DEL SERVIZIO: MONITORAGGIO DELLA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

ATTRAVERSO I DATI RACCOLTI

TECNICHE DI NEGOZIAZIONE

DURATA: 16 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 800,00 euro esente IVA

Gestire le attività di comunicazione aziendale **NEUROSELLING**, UNA STRATEGIA VINCENTE PER IL MARKETING E LA VENDITA

Il percorso formativo affronta le basi neuro- scientifiche della comunicazione e delle vendite, introduce alle strategie di Neuromarketing, calate in un contesto pratico e in relazione alle varie tipologie di relazioni focalizzate su comunicazione commerciale, marketing e vendita (diretta, indiretta, BtoB o BtoC, E- commerce, informativa, educational) proponendo simulazioni, fornendo strumenti pratici e le più efficaci strategie per comunicare e vendere in modo innovativo il proprio prodotto o servizio. La formazione nasce, per questo, trasversalmente orientata verso tutti coloro che curano le relazioni commerciali, a più e differenziati livelli di interlocuzione, interessati al tema delle applicazioni delle neuroscienze nei processi di marketing e vendita.

CONTENUTI

NEUROSELLING

- Le neuroscienze applicate alla vendita
- Come funziona il cervello umano
- Il processo decisionale e di vendita: cervello razionale vs emotivo
- Come è fatto e come funziona il cervello nei processi di vendita e di acquisto
- Comunicare al cervello giusto: le caratteristiche del cervello che decide e compra
- Un'esperienza di vendita al cervello rettiliano

NUOVI STRUMENTI E TECNICHE DI COMUNICAZIONE

- Le regole per catturare l'attenzione del cliente
- Le regole per rendere l'esperienza d'acquisto ottimale
- Il prezzo-pizzicotto: come minimizzare il dolore del prezzo nel processo di vendita
- Neuro comunicazione per la vendita

APPLICAZIONI E SPERIMENTAZIONI

- Una simulazione di vendita ai partecipanti Analisi dei casi proposti
- Il feedback nel processo di vendita
- Il follow up e il CRM, attraverso le applicazioni neuroscientifiche

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

Responsabile reti di vendita

COORDINAMENTO RETE DI VENDITA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE

Chi governa i sistemi distributivi interviene principalmente per le attività il coordinamento della forza di vendita assegnata alla sua "zona" per il conseguimento di precisi obiettivi di vendita.

A loro si rivolge questo corso per fornire nuove competenze indispensabili per costruire, motivare, verificare e rendere efficace un team di vendita (dipendenti, agenti, collaboratori), orientato sia al mercato italiano che estero.

Trasferire e far applicare le più recenti tecniche di pianificazione e gestione della rete di vendita, basate in particolare sulla relazione interpersonale, conoscere ed applicare i diversi stili di Leadership diversificati in base alle situazioni aziendali ed ai livelli di competenza e esperienza dei singoli, conoscere ed applicare i principali modelli di Team Building sono le tematiche su cui è focalizzato questo corso.

CONTENUTI

OBIETTIVI E PIANIFICAZIONE DELLE ATTIVITA'

- Pianificare e programmare l'attività della forza di vendita sul mercato nazionale ed internazionale
- Definire e comunicare in modo efficace gli obiettivi di vendita
- Delineare il profilo del cliente target italiano ed estero
- Analisi dei dati del potenziale di crescita e miglioramento
- Preparazione e discussione del piano e del budget di vendita

COORDINARE IL LAVORO E VALUTARE LE PERFORMANCE

- L'innovazione del coaching nella gestione della rete vendita
- Motivare la rete vendita
- I 4 principali stili di Leadership
- Strumenti e tecniche di team building
- Tecniche e strumenti di gestione del parco clienti nazionale e internazionale
- Tecniche di comunicazione on line, strumenti e nuove strategie per finalizzare la vendita (webinar promozionali) nazionale ed estera
- Coordinare la forza di vendita in smart working
- Piano provvigioni e piano incentivi
- Il controllo della rete di vendita
- Griglia di autovalutazione
- Valutare le performance del team di vendita

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

Gestire attività di Lead Generation in modo scientifico

LINKEDIN LEAD GENERATION PER LE VENDITE

LinkedIn è il Social Network più diffuso in ambito business e nasce con la mission di "mettere in contatto" le persone che desiderano comunicare la propria identità professionale, condividere temi e contenuti, dialogare in merito alla propria realtà e dimensione lavorativa, favorendo soprattutto le relazioni commerciali.

Uno degli aspetti fondamentali è la gestione delle attività di Lead Generation, ossia la capacità di porre in essere azioni di comunicazione che hanno come obiettivo la generazione di contatti con i "prospect". Il problema è essere credibili, comprendere e usare al meglio lo strumento, entrare in contatto con i Lead.

Il corso affronta in modo scientifico tecniche e strategie per trasformare i Lead in clienti fidelizzati, approcciandosi a tutte le funzionalità di LinkedIn nell'ottica di far sviluppare ai partecipanti un mind set efficace, facendo leva su sistemi efficaci e testati, così da giungere a risultati commerciali concreti in tutti i mercati/settori.

CONTENUTI

COMUNICAZIONE SOCIAL

- Aumentare la visibilità del profilo e rafforzare il brand per farsi "riconoscere"
- Creare interazioni e relazioni con i contenuti
- Scrivere commenti e post nel modo corretto
- Applicare adeguate strategie di primo contatto

SOCIAL REPUTATION

- Curare la reputazione personale e aziendale
- Come evitare errori e crisi "social"

LEAD MAPPING

- Mappare il proprio mercato di riferimento su LinkedIn
- Verificare i potenziali clienti su LinkedIn (numero e localizzazione)

LEAD GENERATION

- Costruire e ampliare il proprio network verso i potenziali clienti
- Applicare tecniche avanzate di Lead Generation su LinkedIn
- Trasformare i contatti in un appuntamento/call di lavoro

SALES NAVIGATOR

- Sales Navigator: lo strumento di Business Intelligence di LinkedIn per eseguire una Lead Generation scientifica
- Strategie efficaci per sviluppare contatti con Sales Navigator
- Correlazione ad un sistema di CRM

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

Paola Peletti
peletti@aquis.it
02 45418 407

Paolo Raimondi
raimondi@aquis.it
02 45418 404

AQUIS SRL
CONSULENZA E FORMAZIONE

Implementare una relazione virtuale e digitale

SOCIAL MEDIA MANAGER ON LINKEDIN

Il corso propone abilità e conoscenze indispensabili per operare in modo ottimale su LinkedIn approcciando, strategicamente e metodologicamente, tutte le sue funzionalità, in particolare per:

- Creare, applicare e gestire un Piano Strategico di posizionamento su LinkedIn
- Sviluppare e gestire una corretta Policy sul canale LinkedIn
- Sostenere l'empowerment del posizionamento e dell'azione dei profili su LinkedIn
- Attivare azioni di Branding e Community management
- Creare e sviluppare la propria "reputation" per accrescere la credibilità sul canale
- Ampliare il network di contatti profilati, in rapporto al settore e al target di interesse
- Sviluppare il piano editoriale (ideazione, calendarizzazione e pubblicazione)
- Monitorare i risultati delle azioni di comunicazione e marketing su LinkedIn

CONTENUTI

PIANO STRATEGICO DI POSIZIONAMENTO ON LINKEDIN

Marketing strategico e operativo sui social network

Declinazione obiettivi di marketing e piattaforma LinkedIn

Piano operativo e identificazione KPI

ASSET AZIENDALI E PERSONALI

Creazione e sviluppo dell'identità aziendale sul canale LinkedIn

Creazione e sviluppo dell'identità personale/professionale

Layout grafico (immagine aziendale, professionale e del brand)

IL PIANO EDITORIALE

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE KPI

LA POLICY

BRANDING & COMMUNITY MANAGEMENT

LEAD GENERATION

Strategie efficaci per sviluppare i contatti e le relazioni

Applicare adeguate strategie di contatto

Costruire e ampliare il network verso potenziali clienti su LinkedIn

Applicare tecniche avanzate di Lead Generation su LinkedIn

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

Specialista degli scambi internazionali

IVA E IMPOSTE NEGLI SCAMBI INTERNAZIONALI

Tutte le imprese che operano scambi a livello internazionale hanno esigenza di disporre di personale dotato di competenze strategiche in relazione al proprio ambito economico-produttivo, in particolare in materia di legislazione fiscale e doganale, nonché una approfondita conoscenza dei principali sistemi/regolamenti fiscali che regolano le operazioni con l'estero.

Il corso mira a sviluppare competenze afferenti alla gestione delle operazioni di import ed export, con specifico riferimento alla normativa fiscale che regola gli scambi internazionali e, per questo, correlata anche all'elaborazione di report e offerte commerciali, svolgimento di attività di budgeting, predisposizione di contratti, fatture e altri documenti doganali. La formazione è focalizzata sui principi applicativi e sul trattamento delle operazioni ai fini dell'imposizione IVA e delle altre imposte, trasferendo le più recenti istruzioni nazionali e accordi internazionali, anche attraverso analisi di ipotesi operative.

Il corso è rivolto a coloro che si occupano, a vari livelli, di gestione delle operazioni commerciali, amministrative e doganali legate a importazione ed esportazione UE ed extra UE, prevenendo così irregolarità e sanzioni, riducendo i costi operativi e fiscali.

CONTENUTI

PRINCIPI APPLICATIVI E TRATTAMENTO IVA DELLE OPERAZIONI RILEVANTI ANCHE AI FINI DOGANALI

IVA all'esportazione IVA all'importazione

IVA negli scambi intracomunitari

Procedure amministrative, fiscali e doganali relative agli scambi internazionali

IMPOSTE SULLA PRODUZIONE E SUI CONSUMI

Principi applicativi Principali Istituti

PROJECT WORK E CASE HISTORY

Sviluppo di un progetto di lavoro per applicare e sperimentare gli apprendimenti, da utilizzare al lavoro.

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

Tecnico delle spedizioni e dei trasporti

OPERAZIONI DOGANALI: GESTIRE CORRETTAMENTE IMPORT/EXPORT

Chi cura l'export ha la necessità di ottimizzare la gestione delle operazioni doganali migliorando, in termini di efficacia ed efficienza, le prassi amministrative, burocratiche e legali connesse alle esportazioni. A loro il corso intende trasferire conoscenze e approfondimenti giuridico-procedurali, modelli di interpretazione e applicazione del codice doganale comunitario modernizzato, delle nuove disposizioni e norme comunitarie, sistemi e strumenti di gestione delle procedure amministrative, secondo le più recenti istruzioni nazionali e attraverso l'esame di ipotesi operative concrete, utili a orientare verso soluzioni più idonee ed efficaci.

Il corso punta, infatti, a sviluppare competenze evolute nella gestione delle operazioni doganali al fine di sostenere lo sviluppo commerciale delle imprese e degli operatori di settore, nell'ottica di contribuire al posizionamento competitivo nel mercato europeo ed internazionale.

CONTENUTI

FONTI NORMATIVE COMUNITARIE E NAZIONALI

- Normativa Internazionale
- Regolamento UE 952/2013 (Codice Doganale) e Regolamenti UE 2446-2447/2015
- Norme nazionali e compatibilità con regolamenti comunitari
- Atti unilaterali per i Paesi in Via di Sviluppo

RAPPORTO GIURIDICO DOGANALE

- Territorio doganale comunitario e nazionale, effetti fiscali Obbligazione doganale
- Dichiarante, rappresentante in dogana nelle varie tipologie Dichiarazione doganale e documentazione commerciale (fattura, documento di trasporto, Incoterms) Accertamento: quantità, qualità (classificazione tariffaria), valore e base imponibile, origine delle merci
- Diritti doganali e diritti di confine: risorse proprie della Comunità (dazi), IVA, accise
- Operatori economici: AEO, semplificazioni doganali, agevolazioni
- Franchigie doganali: ipotesi in cui non si pagano i diritti doganali - Esportazione beni Dual Use soggetti alla Convenzione di Washington (Cites) e di beni culturali

OPERAZIONI DOGANALI

- Regimi doganali
- Immissione in libera pratica ed in consumo

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

Effettuare la progettazione di un intervento in modalità e-learning

FORMAZIONE A DISTANZA RAVVICINATA

Il corso ha il duplice scopo di: insegnare a usare le piattaforme digitali e i nuovi strumenti didattici multimediali; andare in profondità, analizzando come cambia il cervello di chi apprende da remoto, come mutano le modalità di comunicare e relazionarsi a distanza, come riprogettare e gestire la formazione e lo sviluppo delle RU in ragione di queste nuove istanze.

Tanto i contenuti quanto le modalità di erogazione si rifanno ai più recenti sviluppi delle neuroscienze e della psicologia cognitiva applicate all'apprendimento degli adulti

CONTENUTI

LA PROGETTAZIONE E L'EROGAZIONE DI FORMAZIONE BLENDED E A DISTANZA

- Le dimensioni dell'apprendimento nella formazione a distanza
- Come essere efficaci nel progettare interventi formativi FAD
- L'interactive learning: poche istruzioni per l'uso
- Come progettare il cambiamento: resistenza, opportunità, efficacia

NEUROSCIENZE E APPRENDIMENTO

- Elementi di base della formazione degli adulti
- Come apprendiamo: i diversi modelli di apprendimento Opportunità e minacce dell'apprendimento a distanza e dell'e-learning, in termini cognitivi
- Neuroscienze e apprendimento

BUONE PRASSI PER LA GESTIONE DELLA FORMAZIONE SINCRONICA INTERATTIVA

- Come cambia la comunicazione da remoto e a distanza
- La costruzione del setting virtuale
- Come utilizzare la dimensione audio-visiva per comunicare e ingaggiare
- Progettare e gestire le esercitazioni da remoto
- Le dinamiche di gruppo: come cambiano e come gestirle
- Ingaggio, attenzione, concentrazione: come ottenerli e mantenerli

E-LEARNING E DISTANCE LEARNING

- Opportunità e limiti della formazione asincrona
- Il ruolo dell'e-learning nella formazione a distanza
- La gamification e lo storytelling
- L'utilizzo della FAD come strumento interattivo
- Uso e opportunità delle principali piattaforme

PROJECT WORK E PIANO DI SVILUPPO

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

Progettare un piano di welfare aziendale

WELFARE MANAGER

Il corso ha l'obiettivo di trasferire ai partecipanti le competenze specialistiche necessarie ad operare nel campo delle politiche del lavoro progettando, gestendo, monitorando e valutando i programmi di welfare aziendale, affiancando i responsabili della gestione delle risorse umane in materia di welfare, smart working e lavoro agile anche durante le fasi di contrattualizzazione, negoziazione e contrattazione sindacale.

Verrà presentato un quadro esaustivo in merito al significato e al contenuto del Welfare Aziendale, da dove origina l'esigenza, quali sono i benefici per aziende e lavoratori, qual è il quadro normativo e i principali servizi di welfare.

Saranno forniti strumenti operativi ed indicazioni pratiche per formulare un piano di welfare aziendale completo.

CONTENUTI

IL WELFARE

- I Modelli di Welfare
- Il welfare in Italia – La crisi del Welfare State
- Dal “welfare state” al “secondo welfare”
- Riflessioni antropologiche sul welfare state italiano
- Il terzo settore
- Le società di mutuo soccorso
- Come funziona il sistema sanitario nazionale

IL WELFARE AZIENDALE

- La normativa di riferimento
- Focus su fiscalità
- Il premio di produttività
- La contrattazione di secondo livello e il Welfare Aziendale
- Le modalità di erogazione e gestione

GLI STRUMENTI DEL WELFARE

- Gli strumenti del welfare aziendale
- La previdenza complementare
- Nel mondo dei piani sanitari: offerta profit e non profit
- L'assistenza ai familiari e l'assistenza a lungo termine
- Il welfare a consumo e le piattaforme web based

DECALOGO DEL PIANO DI WELFARE

Come si crea un piano di welfare aziendale modello 1 e modello 2

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

Paola Peletti
peletti@aquis.it
02 45418 407

Paolo Raimondi
raimondi@aquis.it
02 45418 404

AQUIS SRL
CONSULENZA E FORMAZIONE

Effettuare un intervento di internal audit

INSURANCE POLICIES MANAGEMENT

Il corso offre competenze per analizzare, gestire e controllare in autonomia il quadro delle coperture assicurative aziendali, attraverso principi e metodi di risk management, valutazione e controllo interno funzionali e utili a salvaguardare il patrimonio aziendale. A tal fine propone gli scopi della funzione assicurativa e la differenza fra gestione e trasferimento del rischio. Particolare rilievo verrà dato alle principali polizze, utili ad un'impresa per trasferire il rischio, a garanzia di solidità e competitività.

CONTENUTI

INTERNAL AUDITING

- Il controllo interno
- Analisi criticità e rischi correlati a processi e patrimonio aziendale
- INSURANCE & RISK MANAGEMENT
- Che cos'è e quali sono le competenze della funzione
- Gestione del rischio o semplice gestione dei contratti assicurativi? Il Risk Management in sintesi e la funzione assicurativa
- Il concetto di mutualità
- Assicurare le figure chiave in azienda e gli amministratori

CONTRATTI E INTERMEDIARI ASSICURATIVI

- I contratti assicurativi e la normativa (codice delle assicurazioni)
- Gli intermediari assicurativi, i rapporti con gli intermediari

TRASFERIRE I RISCHI

- Le polizze danni e le polizze vita, le franchigie e gli scoperti
- Le clausole "nascoste", le polizze Property
- Le polizze RC e le clausole "Claims made" e "Loss Occurrence"
- I rischi informatici e le polizze Cyberrisk
- Un nuovo concetto di solidità aziendale: le polizze Credito

WELFARE E FISCALITA'

- Fiscalità e assicurazioni, vantaggi welfare e previdenza
- Piani di welfare aziendale: principi e soluzioni non assicurative
- Previdenza complementare e integrativa, polizze infortuni,
- Long Term Care
- La mutualità diretta: le società di mutuo soccorso

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

Progettare un sistema di controllo interno

INTRODUZIONE AL RISK MANAGEMENT

Il corso ha lo scopo di fornire una base informativa sui processi di gestione del rischio aziendale ed organizzativo. Il risk management è presentato come una metodologia e una strategia per generare valore e proteggerlo.

Partendo da una breve analisi della norma ISO 31000 e del processo di gestione del rischio, i partecipanti saranno introdotti alla fase di "trasferimento del rischio", attraverso le coperture assicurative in particolare, misurandosi e confrontandosi attraverso l'uso di strumenti e l'analisi di case history per traguardare un primo step afferente a competenze ad alto valore aggiunto, professionale e per l'impresa in cui operano.

CONTENUTI

IL RISCHIO

- Il rischio: fra miti e scenari realistici
- Differenza fra rischio e pericolo
- La teoria del Cigno Nero
- La diversa percezione del rischio a seconda della cultura e della società (Cosentino)
- Il rischio d'impresa

CULTURA DEL RISCHIO

- Proteggere l'impresa e creare valore
- Il cambiamento del pensiero organizzativo
- Controllare il rischio o gestire il rischio?
- La gestione del rischio applicata a tutte le organizzazioni

IL RISK MANAGEMENT – CONTROLLARE E VALUTARE

- La ISO 31000/2018 e le linee guida
- Il processo di risk management
- Metodologie di Risk Management
- Il profilo del risk manager
- Definire il contesto – Identificare il rischio
- Analizzare il rischio – Valutare il rischio – Trattare il rischio

RISCHIO E TRASFERIMENTO DEL RISCHIO

- Il rischio sanitario
- Il rischio finanziario
- Il Cyberisk
- Trasferire il rischio: la gestione assicurativa

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

Paola Peletti
peletti@aqis.it
02 45418 407

Paolo Raimondi
raimondi@aqis.it
02 45418 404

AQUIS SRL
CONSULENZA E FORMAZIONE

Provvedere alla messa a punto e regolazione di macchine e impianti LE DIRETTIVE DI PRODOTTO EUROPEE E LE NORME INTERNAZIONALI

il corso verte sulle Direttive di Prodotto Europee e sulle Norme Internazionali correlate alle diverse fasi di realizzazione, installazione e manutenzione di apparecchiature, coniugandole anche con le esigenze specifiche della clientela nazionale ed estera.

Grazie all'approfondita conoscenza delle disposizioni normative, le figure professionali coinvolte nel corso, saranno poste in grado di affrontare e applicare soluzioni tecniche e tecnologiche, efficaci ed efficienti, particolarmente in relazione a requisiti fondamentali nel garantire la sicurezza di prodotti e impianti utilizzati in atmosfere a rischio esplosione.

Oltre ad offrire anche una panoramica sulle principali Norme e Certificazioni di Prodotto, il corso affronterà, con un taglio molto pratico, le norme tecniche di costruzione, installazione e manutenzione.

CONTENUTI

INTRODUZIONE AL MONDO "EX"

- La normativa
- Principi di combustione ed esplosione
- Caratteristiche delle sostanze potenzialmente esplosive

I MODELLI DI CERTIFICAZIONE "EX" – COME OPERARE NEI MERCATI INTERNAZIONALI

- Sistema IECEx
- Mercato NAFTA
- Unione Europea

LA MARCATURA CE E LE NORME TECNICHE

- Le Norme tecniche di settore
- La Marcatura CE

LE NORME TECNICHE DI COSTRUZIONE INSTALLAZIONE E MANUTENZIONE IMPIANTI

- ICE 600-79-1 Le custodie a tenuta di fiamma "D"
- ICE 600-79-7 La sicurezza aumentata "E"
- La Direttiva "ATEX 114"
- Le Entrate "EX" - Un lavoro a regola d'arte

DURATA: 30 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 1.500,00 euro esente IVA

IDENTIFICARE E GESTIRE LE OPPORTUNITA' DI INNOVAZIONE NEL SETTORE FINANZIARIO DERIVANTI DALLA DIGITAL TRANSFORMATION

INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT - PATENT BOX

L'Intellectual Property Manager è Esperto nell'applicare un approccio interdisciplinare per assistere le imprese nell'ideazione, creazione, valutazione, gestione e tutela dei propri Asset immateriali, con particolare riferimento al regime PATENT BOX, e per incentivare i risultati conseguiti attraverso piani di ricerca e sviluppo focalizzati sia sulla politica economica e industriale che sul beneficio fiscale.

È Responsabile della proprietà intellettuale-industriale e si occupa delle politiche di innovazione in impresa. Il corso offre una preparazione per ottimizzare il reparto R&S, veicolare aggiornamenti sulla ricerca tecnico-scientifica, adottare sistemi di protezione dei diritti e gestire i brevetti.

CONTENUTI

PATENT BOX

- Contesto normativo e regime "Patent Box"
- Principali novità introdotte da Decreto MEF 28 novembre 2017, D.L. 30 aprile 2019 n. 34 e disposizioni collegate Normativa Europea in tema di asset immateriali
- Linee guida OCSE e l'azione 5 del BEPS

ASSET IMMATERIALI

- Definizioni e caratteristiche asset immateriali tutelati dal regime "Patent Box", software protetti da copyright, brevetti per invenzione, brevetti per modello di utilità
- Brevetti per nuove varietà vegetali, topografie di prodotti a semiconduttori, certificato complementare per prodotti medicinali e per prodotti fitosanitari
- Disegni e modelli, anche comunitari, disegni industriali;
- Informazioni aziendali ed esperienze tecnico-industriali, commerciali o scientifiche segrete e giuridicamente tutelabili (c.d. "know-how")

L'ANALISI AZIENDALE

CALCOLO PATENT BOX

- Standard internazionali OCSE riferiti a linee guida sui prezzi di trasferimento
- Metodo del confronto del prezzo (Comparable Uncontrolled Price o CUP) e metodo basato sulla ripartizione degli utili (Profit Split Methods)
- Nexus ratio
- Metodo RPSM, segregazione di conto economico, remunerazione funzioni routinarie come risultanti da analisi funzionale e di rischio, calcolo reddito agevolabile

CASE STUDIES & BEST PRACTICES

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

ESPERTO GESTIONE AREA PRODUZIONE INNOVATION MANAGEMENT RICERCA, INNOVAZIONE E DESIGN

L'Innovation Management è una delle attività professionali più evolute nel campo della consulenza e del project management dei progetti di ricerca, del comparto industriale in modo particolare, dettata dal Piano nazionale industria 4.0 e dall'ancora più recente PIANO TRANSIZIONE 4.0. Il compito di questi Manager, cui il corso è rivolto, è quello di guidare e accompagnare le aziende nel percorso di "Digital Transformation" attraverso l'introduzione di piani di innovazione che facciano leva su tecnologie emergenti e che spingano l'azienda verso il potenziamento del business.

CONTENUTI

PIANO TRANSIZIONE 4.0

La normativa nazionale

Norme Europee ricerca, sviluppo, innovazione e design

RICERCA E SVILUPPO

- Linee guida Manuale Frascati su ricerca e sviluppo
- Ricerca di base, applicata e sviluppo sperimentale
- Caratteristiche fondamentali di ricerca e sviluppo (STINC–sistematicità, trasferibilità, incertezza, novità e creatività)
- Classificazione e distribuzione nei campi di ricerca e sviluppo (sistema FORD)
- Ricerca e sviluppo di software
- Modelli metrico-quantitativi di valutazione

INNOVAZIONE

- Linee guida scientifiche del Manuale di Oslo
- Caratteristiche fondamentali dell'innovazione e Sistemi di misurazione
- Obiettivi e risultati finali dei processi di innovazione

DESIGN

- Normativa in tema di design ed ideazione estetica
- Linee guida scientifiche di design ed ideazione estetica
- Attività di design ed ideazione estetica svolte dalle imprese operanti nei vari settori
- Rapporto tra design ed innovazione

CHANGE MANAGEMENT

Nuovi modelli manageriali per guidare le aziende al cambiamento e le persone verso nuovi obiettivi modalità di operare e produrre

CASE STUDIES & BEST PRACTICES

DURATA: 40 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale – Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 2.000,00 euro esente IVA

EXCEL AVANZATO

Utilizzare strumenti informatici per la pianificazione, gestione, elaborazione, analisi e rappresentazione dei dati

Il corso ha l'obiettivo di trasmettere una visione mirata degli strumenti e delle opportunità offerte dal foglio di calcolo elettronico Excel, ad un livello avanzato e integrato con word contribuendo ad incrementare i livelli di digitalizzazione nella gestione dei dati, delle informazioni e dei contenuti digitali.

Il percorso è focalizzato sull'uso approfondito degli strumenti al servizio della gestione dei processi, con l'intento di snellire e ottimizzare la raccolta, analisi e ri-elaborazione di dati e documenti afferenti alle diverse fasi e attività che caratterizzano la gestione aziendale.

A tale scopo i contenuti erogati consentiranno ai partecipanti di sviluppare un sistema organizzativo che tramite un utilizzo sapiente degli strumenti informatici, conduca alla ideazione, creazione e condivisione di dati, report, tabelle e grafici, impostate con calcoli e funzioni avanzate, di media complessità, coerenti ed adeguati ad una efficiente gestione dei propri compiti. In questa dimensione, la formazione è destinata a sostenere le attività di pianificazione e programmazione, correlando le funzionalità informatiche con i fabbisogni di ogni specifico contesto professionale.

CONTENUTI

- Creazione di database e report personalizzati
- Mailmerge per il collegamento e la creazione di documenti in word
- Filtri automatici e avanzati
- Funzioni di livello intermedio e avanzato
- Protezione del foglio di lavoro e creazione di format compilabili
- Tabelle pivot e grafici pivot
- Formattazione condizionale avanzata
- Elenchi standard e personalizzati

DURATA: 16 ORE

ESAME FINALE E ATTESTATO Test finale - Certificazione degli apprendimenti

COSTO/PERSONA 800,00 euro esente IVA

AQUIS, DAL 2005, È UN ENTE DI FORMAZIONE E UNA SOCIETÀ DI CONSULENZA.

E' ACCREDITATO PRESSO REGIONE LOMBARDIA PER "I SERVIZI ALLA FORMAZIONE" E QUALIFICATO PRESSO I FONDI INTERPROFESSIONALI.

LA NOSTRA CONOSCENZA ORGANIZZATIVA E FORMATIVA CI RENDE PARTNER ESPERTI PER PROMUOVERE IL CAMBIAMENTO ALL'INTERNO DELLE IMPRESE, CONIUGANDO ATTIVITÀ CONSULENZIALI PER LO SVILUPPO ORGANIZZATIVO CON INTERVENTI FORMATIVI PER LA VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE UMANE.

LA NOSTRA METODOLOGIA PREVEDE I SEGUENTI SERVIZI:
ANALISI ORGANIZZATIVA, MAPPATURA DEI FABBISOGNI FORMATIVI, DEFINIZIONE DEGLI INTERVENTI DA ATTUARE, STUDIO DI FATTIBILITÀ, EROGAZIONE DEGLI INTERVENTI CONDIVISI E VALUTAZIONE DEI RISULTATI TRAGUARDATI.

CONTATTACI PER INFORMAZIONI

Paolo Raimondi - raimondi@aqis.it

Paola Peletti - peletti@aqis.it

Sede legale: Via Zuretti, 53 – 20125 Milano – Italy
Sede operativa: Via Angelo Scarsellini, 11/13 – 20161 Milano
Tel. +39 02 45418.404 – 407
www.aquis.it