

FORMAZIONE A CATALOGO **2026**

SVILUPPIAMO LE COMPETENZE
MIGLIORIAMO LE PERFORMANCE



**UN VALORE
CERTIFICATO**



COMPETENZE E PERFORMANCE

LE PERSONE AL CENTRO DELLO

SVILUPPO AZIENDALE

LE COMPETENZE DELLE PERSONE SONO IL VERO MOTORE DELLA CRESCITA.

Non basta la tecnologia, né processi efficienti: ciò che fa davvero la differenza sono le capacità, la passione e la dedizione di chi lavora ogni giorno per raggiungere nuovi traguardi.

Mettere le persone al centro significa investire sul futuro: sviluppare competenze tecniche, relazionali e manageriali vuol dire costruire team pronti ad affrontare le sfide del mercato con flessibilità e visione strategica.

IL NOSTRO IMPEGNO PER LA FORMAZIONE CONTINUA

Continuiamo a rafforzare la nostra offerta di **Formazione a Catalogo 2026**: 164 Corsi in 10 Aree di Competenza, abbiamo inoltre introdotto una nuova **Area dedicata all'Intelligenza Artificiale**, ambito strategico e trasversale che sta trasformando profondamente il modo di lavorare e di fare impresa.

Inoltre, abbiamo integrato nuovi Servizi Formativi pensati per offrire esperienze di apprendimento snelle e mirate su esigenze specifiche:

- **Webinar gratuiti** della durata di 60 minuti, per condividere contenuti e spunti pratici in maniera immediata e aperta a tutti.
- **Seminari inFocus** da 3 ore, modulari e verticali, progettati per approfondire tematiche specifiche con un approccio concreto ed essenziale.

Tutti i corsi sono disponibili sia in presenza, presso la nostra sede di Milano, sia in Virtual Classroom, per garantire un'esperienza formativa coinvolgente ovunque ti trovi.

Per la **Formazione in Azienda** abbiamo sviluppato la metodologia **LEARNING4ACTION** orientando la formazione all'azione e a risultati concreti: ogni percorso è personalizzato, pratico e misurabile: efficace e permette di sviluppare competenze, applicare Progetti Operativi e misurare i miglioramenti ottenuti.

La nostra missione è chiara: supportare le aziende sviluppando le competenze delle persone e migliorando le loro performance, con passione, concretezza e qualità certificata UNI EN ISO 9001.

Il nostro team è pronto ad ascoltare le tue esigenze e a costruire percorsi su misura per la crescita dei tuoi collaboratori e il successo della tua azienda.

Ing. Francesco Cali
Managing Director **VALEOin**
(francesco.cali@valeoin.com)



I NOSTRI SERVIZI	8
LE AREE DI COMPETENZA	9
CONSULENZA: MIGLIORARE LE PERFORMANCE	10
SOLUZIONI: ACCELERARE IL PROCESSO DI RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI	11
FORMAZIONE IN AZIENDA: METODOLOGIA LEARNING4ACTION	12
PERCORSI DI COACHING E COUNSELING	17
EVENTI: WEBINAR E SEMINARI	18
FORMAZIONE A CATALOGO: LE PERSONE AL CENTRO DELLO SVILUPPO AZIENDALE	19
INVESTI IN FORMAZIONE, RISPARMIANDO	22
MODALITÀ DI FINANZIAMENTO DELLA FORMAZIONE	23
SPECIALE FORMAZIONE PER IL SETTORE METALMECCANICO	24
NEWSLETTER E APPROFONDIMENTI	25
LA NOSTRA CERTIFICAZIONE 9001	26
CALENDARIO CORSI DI FORMAZIONE 2026	27

I PROGRAMMI DEI CORSI A CATALOGO PER AREA



AREA COST MANAGEMENT	37
G1 La Gestione Strategica dei Costi	38
G4 Definire il piano di ottimizzazione dei principali costi aziendali	40
G2 Target Costing e Strategie di Product Pricing	42
G3 Controllo di Gestione nel Manufacturing	44
G5 Cash for Growth: Migliorare la situazione di liquidità (cash) per finanziare la crescita della vostra azienda (growth)	46
G6 L'uso di EXCEL per il Controllo di Gestione	48



AREA SVILUPPO PRODOTTO	51
S4 Direttore Progettazione	52
S14 Customer Voice	54
S15 Modelli AGILE e Plan-Driven nello Sviluppo di Prodotti	56
S7 Capo Team Tecnico	58
S5 Formazione Pratica Progettisti	60
S2 La Tecnica FMEA/FMECA	62
S12 Applicare AIAG VDA FMEA	64
S3 Design to Cost	66
S11 Standardizzazione e Modularità nella progettazione dei prodotti	68
S13 Design for Service & Maintenance	70
S6 Cost Engineering e Should Cost per la Corretta Stima dei Costi di Prodotto e Commessa	72
S10 Teardown Analysis	74
S8 DOE - Design Of Experiment	76
S9 Sviluppo della Creatività nei Team di Sviluppo Prodotto e di Progetto	78

**AREA ACQUISTI****81**

A1	Direttore Acquisti	82
A25	Definire il Piano Strategico degli Acquisti	84
A26	La Costruzione del Budget degli Acquisti	86
A15	Marketing d'Acquisto ed Acquisti Internazionali	88
A27	Nearshoring e Gestione del Rischio di Fornitura	90
A10	Category Management	92
A11	Misurare le Performance d'Acquisto	94
A12	Le Metodologie per le Azioni di Technical Saving	96
A2	Formazione Pratica Compratori	98
A16	Formazione Pratica Material Planner	100
A23	La definizione ed implementazione di un Piano Bonus sui Fornitori	102
A3	Negoziare con Profitto	104
A8	Tecniche Avanzate di Negoziazione con i Fornitori	106
A17	La Negoziazione Internazionale	108
A18	Tecniche di Negoziazione in presenza, telefonica, in videoconferenza e per mail	110
A13	La Valutazione Tecnico Economica dei Fornitori	112
A4	Supplier Relationship Management	114
A24	Supplier Risk Management	116
A22	Acquisti Etici e Sostenibili	118
A5	Aspetti Contrattuali degli Acquisti	120
A14	Contrattualistica Internazionale	122
A6	L'acquisto di Materiali Indiretti e Servizi	124
A21	La Should Cost Analysis per definire i Target Price Negoziati	126
A7	Acquistare le Lavorazioni Meccaniche a Prezzo Target	128
A9	Acquistare Stampaggi Plastica a Prezzo Target	130
A19	Aspetti Economico-Finanziari per gli Acquisti	132
A20	L'uso di Excel per la Gestione e Miglioramento degli Acquisti	134
A28	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività d'acquisto	136

**AREA PRODUZIONE****139**

P1	Direttore di Stabilimento	140
P24	WCM - World Class Manufacturing	142
P6	Capo in Produzione	144
P3	Tecniche di Programmazione e Controllo della Produzione	146
P2	Lean Manufacturing	148
P25	GEMBA WALKS	150
P19	Kaizen Week Management	152
P26	La Metodologia LPA - Layered Process Audit	154
P5	Strumenti e Tecniche di Miglioramento dell'Efficienza Globale d'Impianto (O.E.E.)	156
P10	La Tecnica SMED per Migliorare i SET UP	158
P11	La Tecnica 5S	160
P7	L'industry 4.0 per il Miglioramento dell'Efficienza Impianti	162
P12	Responsabile Industrial Engineering	164
P4	Formazione Pratica Analisti Tempi e Metodi	166
P20	Migliorare TAKT TIME e produttività delle linee di assemblaggio	168
P13	Responsabile Manutenzione	170
P8	Organizzare e Gestire la Manutenzione	172
P21	Applicare il TPM alla Manutenzione di impianti e attrezzature di produzione	174
P27	Auto-Manutenzione	176



AREA PRODUZIONE

139

P18	L'industry 4.0 per l'Analisi, Gestione e Miglioramento della Manutenzione	178
P14	Responsabile Controllo Qualità	180
P9	Formazione Pratica al Controllo Qualità	182
P15	SPC - Statistical Process Control	184
P17	MSA - Measurement System Analysis	186
O16	Data Analysis con Minitab	188
P16	8D REPORT	190
P22	APQP - Sviluppare un prodotto eccellente in stile Automotive	192
P28	Lean Six Sigma: Yellow Belt	194
P29	Lean Six Sigma: Green Belt	196
P23	L'uso di EXCEL per gestire e migliorare la produzione, manutenzione e logistica	198



AREA LOGISTICA

201

L1	Responsabile Logistica	202
L2	Supply Chain Management	204
L11	Impariamo a costruire il cruscotto di KPI per monitorare la Supply Chain Aziendale	206
L8	Valutazione, Negoziazione e Gestione di un Appalto ad una Cooperativa di Servizi Logistici	208
L4	Gestione, Controllo e Riduzione dello Stock	210
L3	Organizzare e Gestire il Magazzino	212
L6	Migliorare la Produttività del Magazzino con i Tempi e Metodi	214
L10	L'industry 4.0 per la Gestione dei Magazzini e della Distribuzione	216
L5	Come Ridurre i Costi di Trasporto	218
L7	Come gestire correttamente le Operazioni Doganali di Import/Export	220
L9	MADE IN e DUAL USE	222



AREA ORGANIZZAZIONE E PROJECT MANAGEMENT

225

O1	Strumenti e Tecniche di Project Management	226
O2	Gestire un Progetto di Sviluppo Prodotto	228
O3	La Gestione di Commessa	230
O9	La Metodologia AGILE e SCRUM nella Gestione dei Progetti	232
O5	Gestire un Team di Progetto	234
O6	Risk Management: la Gestione dei Rischi nei Progetti	236
O7	La Valutazione Economico-Finanziaria dei Progetti Aziendali	238
O10	Visual Project Management	240
O4	Strumenti di Analisi Organizzativa e Miglioramento Continuo	242
O8	SIMPLICITY: il nuovo metodo per realizzare il cambiamento e rendere continua l'innovazione in Azienda	244
O11	Project Control & Lessons Learned: controllare i progetti, imparare e migliorare da errori e successi nei progetti	246
O12	Lean Office e Lean Service	248
O13	Microsoft Power BI - Base	250
O14	Microsoft Power BI - Avanzato	252
O15	Gestire i Progetti con MS Microsoft Project	254
O16	Data Analysis con Minitab	256
O17	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività di Project Management	258

**AREA SALES PERFORMANCE****261**

V1	Marketing Vincente: dalla Strategia all'Azione	262
V12	La vendita Strategica e Relazionale	264
V13	Innovare la relazione e l'esperienza del cliente	266
V14	La pianificazione commerciale	268
V2	Organizzazione e Gestione dell'Assistenza Tecnica	270
V3	Da Venditori a Moderni Consulenti Commerciali	272
V4	Value Selling	274
V11	Creare una Proposta di Valore Efficace	276
V5	La Negoziazione Commerciale Efficace	278
V6	Organizzare e gestire una Rete di Vendita	280
V7	Dalla Customer Care alla Fidelizzazione del Cliente	282
V8	Come rendere efficace la presentazione commerciale a distanza	284
V9	La preventivazione Commerciale e le modalità di Pricing	286
V10	L'uso di EXCEL per gestire e migliorare le attività di vendita e marketing	288
V15	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività commerciali	290

**AREA SVILUPPO MANAGERIALE****293**

C8	Ingegneria della comunicazione: stili ed efficacia comunicativa	294
C30	PCM - Elementi base di Process Communication Model	296
C9	Corporate Public Speaking: come migliorare la gestione della comunicazione	298
C10	Migliorare i comportamenti e la comunicazione con l'Assertività	300
C11	La negoziazione manageriale	302
C12	Come gestire relazione e comportamenti con i propri clienti interni	304
C13	Migliorare la gestione delle mail in azienda	306
C31	Train The Trainer	308
C14	Fondamenti di Management	310
C1	Costruire la Leadership: da Manager a Leader	312
C4	La Gestione dei Conflitti e delle Critiche	314
C15	Responsabile di nuova Nomina	316
C16	Gestire con efficacia i propri collaboratori	318
C32	Praticare il Riconoscimento tra il Leader ed il suo Team	320
C17	L'arte della Delega	322
C18	Costruire la motivazione	324
P6	Capo in produzione	326
S7	Capo Team Tecnico	328
C19	Agile Leadership	330
C20	Change Management	332
C29	INCLUSIVE LEADERSHIP: Diversità, equità e accoglienza delle differenze	334
C33	Women Power for Leadership	336
C34	L'uso dell'umorismo nella leadership	338
C3	Time Management: sapersi organizzare per migliorare i risultati	340
C2	Problem Solving & Decision Making	342
C21	Decision making oltre i BIAS	344
O5	Gestire un Team di Progetto	346
C7	Leading Virtual Teams	348
C5	Gestione delle Riunioni	350
C22	Creare un Team di collaboratori motivato e orientato ai risultati	352



AREA SVILUPPO MANAGERIALE

293

C6	La Metodologia LEGO® Serious Play®: come valutare Impact&Effort delle scelte Aziendali	354
C23	8 passi per una Leadership Antifragile	356
C24	Role Empowerment: sviluppare il proprio potenziale	358
C25	Intelligenza emotiva per migliorare le performance	360
C26	Mindfulness e gestione dello stress	362
C27	Il potere di una Mente Concentrata	364
C28	Il potere delle abitudini	366
C35	Accountability e Responsabilità	368
C36	Recruiting: tecniche e strumenti di ricerca, valutazione e selezione del personale	370
C37	Progettare l'Onboarding come Leva di Engagement e Appartenenza Organizzativa	372



AREA SOSTENIBILITÀ

375

E1	Impostare le strategie di sostenibilità aziendale e i processi prioritari all'interno delle funzioni aziendali	376
E2	Implementare il processo di miglioramento continuo della sostenibilità aziendale seguendo le evoluzioni normative	378
A22	Acquisti Etici e Sostenibili	380



AREA INTELLIGENZA ARTIFICIALE

383

IA1	Etica e Intelligenza Artificiale	384
IA2	L'intelligenza artificiale (IA) per aumentare la produttività ed efficacia operativa	386
IA3	Strategie e modalità per scrivere prompt efficaci o dialogare con l'intelligenza artificiale (IA)	388
IA4	Analizzare dati con l'intelligenza artificiale (IA)	390
IA5	Creare contenuti e migliorare l'impatto della comunicazione scritta con strumenti di intelligenza artificiale (IA)	392
A28	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività d'acquisto	394
V15	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività commerciali	396
O17	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività di Project Management	398

MODALITÀ DI ISCRIZIONE AI CORSI VALEOin

400

I nostri interventi di formazione e consulenza sono caratterizzati da un forte orientamento all'azione e al raggiungimento di obiettivi, dalla concretezza nell'affrontare i bisogni e risolvere le esigenze dell'azienda, integrando le tecniche e le metodologie più innovative con le persone, i veri motori del cambiamento. L'offerta dei nostri servizi è sempre più mirata alle reali esigenze delle persone e dell'azienda integrando le evoluzioni tecnologiche di questi anni.

LE ATTIVITÀ

Le attività che svolgiamo sviluppano le competenze delle persone e migliorano le performance dell'azienda.

FORMAZIONE A CATALOGO



Corsi di formazione per lo sviluppo delle **COMPETENZE** delle persone attraverso interazione e confronto tra i partecipanti e docente

FORMAZIONE IN AZIENDA



Percorsi formativi personalizzati ed orientati all'**AZIONE** per migliorare **COMPETENZE** e **RISULTATI** attraverso la metodologia **LEARNING4ACTION**

WEBINAR



Il format **60 minuti di condivisione** è un ciclo di **webinar gratuiti** online di un'ora che offre **SPUNTI E APPROFONDIMENTI** su principali tematiche di interesse aziendale

SEMINARI



Il format **inFOCUS** offre una formazione snella, mirata e modulare, della durata di tre ore su tematiche di interesse per le aziende. Stimoliamo la **RIFLESSIONE** tra i partecipanti e **L'AGIRE**

CONSULENZA



Progetti di miglioramento delle performance, aventi come focus l'ottimizzazione dei **COSTI** e la creazione di **VALORE**

SOLUZIONI



Forniamo strumenti operativi, metodologie e soluzioni SW per accelerare il miglioramento delle **PERFORMANCE**

10 AREE DI COMPETENZA PER SVILUPPARE LE COMPETENZE DELLE PERSONE, TEAM E MIGLIORARE PERFORMANCE E COMPETITIVITÀ DELL'AZIENDA



**COST
MANAGEMENT**



**SVILUPPO
PRODOTTO**



ACQUISTI



PRODUZIONE



LOGISTICA



**ORGANIZZAZIONE
E PROJECT MNGT**



**SALES
PERFORMANCE**



**SVILUPPO
MANAGERIALE**



SOSTENIBILITÀ



**IA INTELLIGENZA
ARTIFICIALE**

Le nostre 10 Aree di Competenza rappresentano il cuore dell'offerta formativa e consulenziale che mettiamo a disposizione di persone e aziende per sviluppare capacità concrete, migliorare le performance e accrescere la competitività sul mercato.

Attraverso percorsi personalizzati di formazione e consulenza operativa, supportiamo professionisti e team nelle principali leve strategiche per il business:

- **Cost Management:** controllo e ottimizzazione dei costi per aumentare efficienza e marginalità.
- **Vendite:** tecniche e strategie per rafforzare la relazione con il cliente e incrementare i risultati commerciali.
- **Acquisti:** competenze per gestire in modo efficace fornitori e supply chain.
- **Sviluppo Prodotto:** metodologie per innovare e accelerare i processi di sviluppo.
- **Produzione:** strumenti e best practice per rendere i processi produttivi più snelli, efficaci e sostenibili.
- **Logistica:** soluzioni per ottimizzare flussi, tempi e risorse lungo tutta la catena del valore.
- **Organizzazione e Project Management:** gestione strutturata di progetti e processi per garantire risultati misurabili.
- **Sviluppo Manageriale:** competenze di leadership, comunicazione e gestione dei team.
- **Sostenibilità:** integrazione di pratiche ESG e green strategy per un futuro responsabile e competitivo.
- **Intelligenza Artificiale:** applicazioni pratiche e competenze digitali per affrontare la trasformazione tecnologica.

Il nostro approccio combina metodologia, esperienza e strumenti concreti per trasformare la formazione in azione e la consulenza in risultati tangibili.

**CONSULENZA** VALEO 
SKILLS & PERFORMANCE**MIGLIORARE LE PERFORMANCE**

Il nostro impegno è sviluppare con passione e determinazione tutte le **azioni necessarie** per garantire all'azienda il **miglioramento delle Performance**.

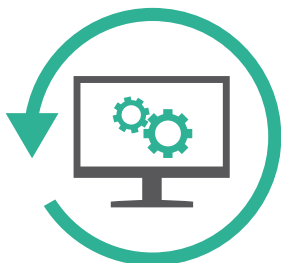
Generiamo Valore all'azienda intervenendo prioritariamente sulle leve che impattano sui **principali Cost Drivers** ed in particolare nelle Aree:

1. **Sviluppo Prodotto:** progettare a costo target
2. **Acquisti:** ridurre il Costo Totale d'Acquisto
3. **Produzione:** abbattere gli sprechi e velocizzare il flusso produttivo
4. **Logistica:** ottimizzare i costi di magazzino e di distribuzione
5. **Organizzazione e Project Management:** migliorare le Performance di Progetto e Processo
6. **Cost Management:** definire i costi e prezzi di prodotto per orientare la strategia commerciale
7. **Sales Performance:** miglioriamo le performance commerciali della rete di vendita

I nostri **Progetti sono orientati all'Azione e ai Risultati**; il coinvolgimento, la motivazione, la responsabilizzazione del Team di Lavoro ed il controllo di avanzamento del Progetto sono garanzia del rispetto degli obiettivi definiti.

La nostra consulenza si contraddistingue per:

-  **Competenze specialistiche avanzate:** offriamo expertise specifica per affrontare le sfide più complesse.
-  **Metodologie collaudate:** applichiamo best practices comprovate per garantire risultati tangibili.
-  **Gestione efficace del cambiamento:** siamo esperti nel guidare progetti di trasformazione e miglioramento delle performance.
-  **Orientamento ai risultati:** ci focalizziamo sulla concretezza e sull'efficacia, assicurando che gli obiettivi siano raggiunti.
-  **Collaborazione attiva:** lavoriamo in sinergia con il cliente, coinvolgendo e motivando il team per sviluppare le competenze necessarie al successo.



SOLUZIONI

VALEO  SKILLS & PERFORMANCE

ACCELERARE IL PROCESSO DI RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI

Forniamo e sviluppiamo SISTEMI DI PREVENTIVAZIONE (web-intranet) per definire il TARGET COST e il TARGET PRICE, in particolare per le aree:

- **Commerciale:** sistemi per il calcolo di preventivi commerciale e pricing del prodotto/servizio
- **Progettazione:** sistemi di Target Costing e Design to Cost
- **Acquisti:** sistemi per la definizione del Target Price negoziale (per esempio su lavorazioni meccaniche, carpenterie, stampaggio plastica, realizzazione di stampi, ...)
- **Produzione:** sistemi per il calcolo dei tempi standard sui cicli di lavorazione e controllo della produttività (per esempio su lavorazioni meccaniche, linee di assemblaggio, ...)
- **Logistica:** sistemi per il calcolo di tempi standard e controllo della produttività dei Magazzini



Per gli ACQUISTI forniamo inoltre un portale negoziale **IWIN** (web-intranet) che permette di migliorare le Performance Negoziali attraverso la gestione delle fasi di preparazione alla trattativa, gestione della trattativa, governance dei risultati e capitalizzazione delle esperienze.

ALCUNI ESEMPI PER AREA

ACQUISTI

- **Lavorazioni meccaniche: mc2** (Machining Cost System) – Calcolare il Target Cost per le lavorazioni meccaniche
- **Realizzazione stampi: DEC** (Die Estimation Cost) – Calcolare il Target Cost per la realizzazione di stampi
- **Sistemi per migliorare l'efficacia negoziale: IWIN** – Dalla Strategia alla Performance Negoziale
- **Pulizia industriale: CFM** (Cleaning Factory Management) – Ottimizzare i costi e il servizio di pulizia industriale per aziende Alimentari

PRODUZIONE

- **Linee di assemblaggio: ASI** (Assembly Standard Improvement) – Calcolare e Migliorare la produttività delle linee di Assemblaggio
- **Lavorazioni meccaniche: mc2** (Machining Cost System) – Calcolare il Target Cost per le lavorazioni meccaniche

LOGISTICA

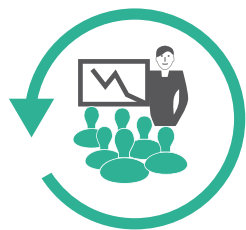
- **Magazzino: WEM** (Warehouse Efficiency Management) – Calcolare e Migliorare la produttività dei Magazzini

SVILUPPO PRODOTTO

- **Progettazione: DTC** (Design To Cost) – Progettare a Costo Target

COST MANAGEMENT

- **Offerte Commerciali: PCS** (Product Cost System) – Sistemi di calcolo preventivi commerciali e pricing del prodotto/servizio



FORMAZIONE IN AZIENDA

VALEO 
SKILLS & PERFORMANCE

SVILUPPARE LE COMPETENZE E RENDERE OPERATIVO L'APPRENDIMENTO

Percorsi coinvolgenti e interattivi per sviluppare competenze e migliorare le performance

VALEOin ha sviluppato la metodologia **LEARNING4ACTION** che si fonda su strumenti e metodologie didattiche innovative, con un obiettivo chiaro: migliorare le performance individuali e aziendali.

CORSI E ARGOMENTI PERSONALIZZATI

Offriamo un'opportunità unica per migliorare competenze e performance: **164 corsi focalizzati su aree chiave dell'azienda**, progettati per rispondere alle reali esigenze di persone e organizzazioni.

Ogni **percorso** è **personalizzato**, **innovativo** ed **efficace**, **orientato ai risultati** con l'obiettivo nello sviluppo delle competenze necessarie, supportando nell'applicazione di progetti operativi e nella misurazione dei miglioramenti ottenuti.

Un'**esperienza unica**, **coinvolgente**, **concreta** e **altamente interattiva**, grazie all'uso di metodologie didattiche all'avanguardia e orientate all'azione. Unisciti a noi e scopri come possiamo fare la differenza!

METODOLOGIA LEARNING4ACTION

VALEO 
SKILLS & PERFORMANCE



Focus sulla Competenza e sull'Azione



La metodologia

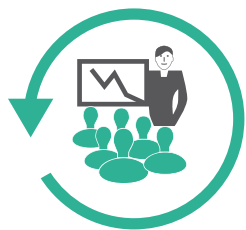
LEARNING4ACTION si basa su un approccio innovativo che ha l'obiettivo di garantire un miglioramento continuo delle competenze e delle capacità professionali. Non si limita alla formazione tradizionale in aula, ma si propone di trasformare il modo di apprendere e agire.

- **La metodologia** si concentra su tre aspetti fondamentali: Formazione, Azione e Risultati.
- **Formazione:** sviluppa le competenze e le capacità delle persone attraverso percorsi formativi pratici e coinvolgenti.
- **Azione:** promuove l'applicazione immediata delle conoscenze acquisite in contesti reali, permettendo ai partecipanti di mettere in pratica ciò che hanno imparato.
- **Risultati:** garantisce che ogni intervento formativo sia orientato al raggiungimento di risultati concreti, con una continua valutazione del progresso.

PROGETTI OPERATIVI

Per assicurare la continuità degli interventi, vengono realizzati **Progetti Operativi** assegnati a gruppi di lavoro. Questi progetti permettono di **consolidare le competenze acquisite** e di **lavorare in team** per **affrontare sfide reali**, creando così un legame diretto tra formazione e applicazione pratica.

Con **LEARNING4ACTION**, l'obiettivo è rendere ogni partecipante un professionista competente e proattivo, capace di affrontare le sfide del proprio ambiente di lavoro con fiducia e determinazione



FORMAZIONE IN AZIENDA

VALEO  SKILLS & PERFORMANCE

SVILUPPARE LE COMPETENZE E RENDERE OPERATIVO L'APPRENDIMENTO

Percorsi formativi in evidenza

I nostri percorsi formativi in azienda sono progettati per essere modulari e flessibili, consentendo di scegliere tra diversi contenuti e di costruire il programma più adatto alle esigenze specifiche. Ogni modulo è pensato per sviluppare le competenze dei diversi ruoli aziendali, con un approccio che privilegia applicazioni pratiche, esercitazioni e casi reali.

L'obiettivo è trasformare la formazione in azione concreta: i partecipanti lavorano su strumenti, metodi e progetti direttamente collegati alla loro realtà, sviluppando non solo nuove conoscenze, ma anche la capacità di tradurle in risultati misurabili per sé stessi, per il team e per l'organizzazione.

PERCORSO UP PROCUREMENT

Un percorso formativo in azienda focalizzato su come ottimizzare il processo di acquisto, migliorare la negoziazione e sviluppare una visione strategica in un contesto sempre più dinamico e competitivo

6 MODULI FORMATIVI PENSATI PER SVILUPPARE E CONSOLIDARE LE COMPETENZE DEI BUYER

1 STRATEGIC SOURCING Migliorare la Pianificazione Strategica degli Acquisti	4 SUPPLIER DEVELOPMENT Sviluppo e Gestione delle Relazioni con i Fornitori
2 CATEGORY MANAGEMENT Migliorare le performance d'Acquisto per Categoria	5 RISK MANAGEMENT Gestire i Rischi nella Supply Chain
3 NEGOZIARE CON PROFITTO Tecniche e Strumenti per una Trattativa di Successo	6 SCONFINAMENTI Migliorare la relazione con gli Stakeholder interni

PERCORSO UP MANUFACTURING

Un percorso formativo in azienda focalizzato su come ottimizzare il processo produttivo, migliorare l'efficienza produttiva e sviluppare le capacità manageriali dei Capi di Produzione.

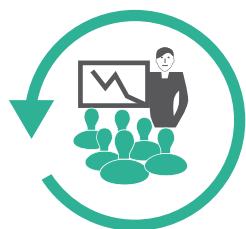
4 MODULI FORMATIVI PENSATI PER SVILUPPARE E CONSOLIDARE LE COMPETENZE DEI CAPI DI PRODUZIONE

1 LEAN MANUFACTURING E CONTINUOUS IMPROVEMENT Strumenti e metodologie per ridurre gli sprechi, e promuovere il miglioramento continuo.	3 STRUMENTI E TECNICHE PER MIGLIORARE L'EFFICIENZA Approcci operativi e soluzioni pratiche per aumentare la produttività e ridurre i costi di produzione.
2 PIANIFICAZIONE E CONTROLLO DELLA PRODUZIONE Organizzare, monitorare e gestire in modo efficace tempi, risorse e obiettivi produttivi.	4 MIGLIORARE LE CAPACITÀ MANAGERIALI Sviluppare le soft skills e le competenze di Leadership per gestire team e persone in produzione.

INVESTIMENTO: UN'OFFERTA UNICA E FINANZIABILE RIVOLTA ALLE AZIENDE

- La tariffa € a giornata è più conveniente
- L'investimento non varia al variare del n° di persone del gruppo di lavoro
- L'investimento per persona a giornata di formazione è ottimizzato
- L'investimento è finanziabile

I corsi in azienda sia in modalità presenziale che Virtual Classroom sono Finanziabili attraverso i diversi Fondi Interprofessionali.



FORMAZIONE IN AZIENDA

VALEO 
SKILLS & PERFORMANCE

SVILUPPARE LE COMPETENZE E RENDERE OPERATIVO
L'APPRENDIMENTO

UNA FORMAZIONE INNOVATIVA PER LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

PERCORSO FORMATIVO **inGIOCO**

VALEO 
SKILLS & PERFORMANCE



ISPIRATO AI GIOCATORI DI CALCIO PER MIGLIORARE LE PERFORMANCE PRODUTTIVE

Grazie ad una formazione ispirata ai GIOCATORI DI CALCIO, avrai l'opportunità di acquisire le competenze per **VALORIZZARE** e **MIGLIORARE** il tuo ruolo in produzione.



2

PERCORSI FORMATIVI

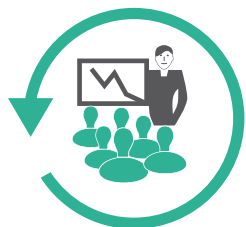
PENSATI PER SVILUPPARE LE CAPACITÀ DEI CAPI
INTERMEDI E OPERATORI DI PRODUZIONE

1

CAPİ INTERMEDI DI PRODUZIONE
LA SQUADRA VINCENTE

2

OPERATORI DI PRODUZIONE
FAR BENE DA SUBITO



FORMAZIONE IN AZIENDA

VALEO  SKILLS & PERFORMANCE

SVILUPPARE LE COMPETENZE E RENDERE OPERATIVO
L'APPRENDIMENTO

UNA FORMAZIONE INNOVATIVA PER LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

PERCORSI FORMATIVI inSPIRE

VALEO  SKILLS & PERFORMANCE



PERCORSI IN AZIENDA NON CONVENZIONALI

Oltre ai percorsi formativi classici in azienda, **VALEOin** ha progettato **6 percorsi per lo sviluppo delle competenze manageriali** con un approccio innovativo: nasce il progetto **inSPIRE, generare pensieri, relazioni, azioni**.

La metodologia formativa dei percorsi inSPIRE è progettata per generare pensieri, relazioni ed azioni, sviluppando le conoscenze e migliorando atteggiamenti e comportamenti.

inSPIRE

6
PERCORSI
FORMATIVI IN
AZIENDA
OUT OF THE BOX

PER MAGGIORI
INFORMAZIONI:
info@valeoin.com

AREA SVILUPPO MANAGERIALE FORMAZIONE IN AZIENDA



GENERARE PENSIERI

SVILUPPARE CONOSCENZE (PROFONDE)

Attraverso la formazione d'aula personalizzata alle esigenze delle persone

GENERARE RELAZIONI

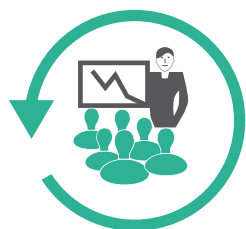
MIGLIORARE I PROPRI ATTEGGIAMENTI (COSTRUTTIVI)

Attraverso l'applicazione del piano d'azione individuale di fine corso

GENERARE AZIONI

MIGLIORARE I PROPRI COMPORTAMENTI (OSSERVABILI)

Attraverso l'affiancamento ai Team di lavoro o un coaching individuale alle persone



FORMAZIONE IN AZIENDA

VALEO 
SKILLS & PERFORMANCE

SVILUPPARE LE COMPETENZE E RENDERE OPERATIVO
L'APPRENDIMENTO

UNA FORMAZIONE INNOVATIVA PER LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

PERCORSI FORMATIVI inSPIRE

VALEO 
SKILLS & PERFORMANCE



PERCORSI IN AZIENDA NON CONVENZIONALI

PERCORSO FORMATIVO inSPIRE ARTE E LEADERSHIP

LA LEADERSHIP ISPIRATA DALL'ARTE E DALLA CULTURA

Una metafora per dare senso differente agli strumenti manageriali della leadership ed orientare il cambiamento.

4 MODULI

- LETTERA VIVA
- RINASCI-MENTI
- THE SOUND OF SILENCE
- IL POTERE DELLE IMMAGINI

LEADERSHIP

PERCORSO FORMATIVO inSPIRE TE LO LEGGO NEGLI OCCHI

GUARDARE PER SENTIRE

"Presto a molti il tuo orecchio e a pochi la tua voce". Lo sguardo e l'ascolto per comprendere l'altro e sviluppare relazioni costruttive, in ambito lavorativo.

2 MODULI

- RISPETTO: GUARDARE IN PROFONDITÀ
- EMPATIA: SENTIRE L'ALTRO

COMUNICAZIONE

PERCORSO FORMATIVO inSPIRE SCONFINA-MENTI

UN CONFINE DA CONDIVIDERE

Migliorare la collaborazione e la comunicazione tra i colleghi interfunzionali, promuovendo uno spazio di condivisione e relazione.

2 MODULI

- COSTRUIRE LE BASI DELLA COLLABORAZIONE
- CONDIVIDERE ED ESSERE CORRESPONSABILI SU OBIETTIVI COMUNI

RELAZIONI

PERCORSO FORMATIVO inSPIRE IN MOTO

MOTIVAZIONE PROFONDA

Stimolare ed attivare la passione e orientare l'energia delle persone verso degli obiettivi.

2 MODULI

- ISPIRAZIONE E MOTIVAZIONE
- PARTIRE DAL PERCHÉ

MOTIVAZIONE

PERCORSO FORMATIVO inSPIRE IN-GENIUM

TALENTI DA SVILUPPARE

Scoprire, sviluppare e valorizzare i talenti e i potenziali all'interno dell'azienda, attraverso un'intelligenza creativa e pratica ispirata.

3 MODULI

- SCOPERTA E VALORIZZAZIONE DEI TALENTI
- SCOPRIRE IL PROPRIO INGEGNO
- SVILUPPO E IMPLEMENTAZIONE DEI POTENZIALI

POTENZIALI

PERCORSO FORMATIVO inSPIRE IO GUARDO AL FUTURO

CHANGE MANAGEMENT

Presentare e discutere una metodologia per facilitare la gestione del cambiamento in contesti organizzativi.

3 MODULI

- CONOSCERE IL CONTESTO E RICONOSCERE LE SFIDE
- VALORIZZARE L'INDIVIDUO E COSTRUIRE IL GRUPPO
- CONDURRE IL CAMBIAMENTO ATTRAVERSO UNA CULTURA GENERATIVA

CAMBIAMENTO



PERCORSI DI COACHING E COUNSELING

SCOPRI I NUOVI SERVIZI PER LA CRESCITA PERSONALE E PROFESSIONALE

Per rispondere alle reali esigenze delle aziende in un contesto lavorativo sempre più trasformativo, VALEOin ha introdotto i servizi di coaching individuale e di team e counseling filosofico e organizzativo.

Seppur distinti questi due percorsi si integrano bene per fornirti strumenti pratici e strategie mirate ad affrontare le continue sfide personali e professionali.

Differenze tra Coaching e Counseling - di cosa si tratta?

COACHING

Il coaching è un percorso dinamico e orientato all'azione, focalizzato sul raggiungimento di obiettivi chiari e misurabili (personali o professionali). Si concentra sul presente e sul futuro, aiutando le persone e i team a sviluppare strategie per migliorare le loro performance e raggiungere risultati concreti.

Obiettivi del Coaching

- Sviluppare competenze specifiche per il raggiungimento di obiettivi professionali.
- Migliorare la gestione del tempo e delle risorse.
- Potenziare la leadership e le capacità relazionali.
- Favorire il lavoro di squadra e la collaborazione.
- Aumentare la motivazione e l'autoefficacia.

Utilità pratica del Coaching

Grazie al coaching, acquisisci strumenti pratici e strategie immediatamente applicabili per vedere risultati tangibili nel tuo lavoro e nella tua vita personale fin da subito.

COUNSELING ORGANIZZATIVO E FILOSOFICO

Il counseling, al contrario, è un processo più riflessivo e introspettivo. Offre uno spazio sicuro per esplorare problematiche complesse, fornendo supporto e orientamento per migliorare il benessere psicologico, relazionale e la consapevolezza di sé.

Obiettivi del Counseling

- Fornire supporto emotivo e psicologico in momenti di difficoltà.
- Favorire la consapevolezza e la comprensione di sé.
- Aiutare a prendere decisioni informate e consapevoli.
- Affrontare conflitti interpersonali e migliorare le relazioni.
- Promuovere il benessere e la resilienza personale.

Utilità pratica del Counseling

Il counseling, permette ai partecipanti di esplorare le loro emozioni e pensieri in un ambiente sicuro, facilitando il superamento di ostacoli e la costruzione di relazioni più sane e produttive.

PERCHÉ SCEGLIERE VALEOin

Entrambi i servizi offerti da VALEOin sono altamente personalizzabili. Siamo consapevoli che ogni individuo e ogni team hanno esigenze uniche. Pertanto, i nostri interventi sono progettati su misura per soddisfare le specifiche necessità dei nostri clienti, garantendo un approccio pratico e diretto.



Approccio Personalizzato e su misura

Forniamo interventi di coaching e counseling su misura, specificamente progettati per affrontare le sfide uniche di ogni individuo e team.



Esperienza e competenza

Il nostro team è formato da professionisti con anni di esperienza e una solida formazione.



Risultati concreti e misurabili

Ci impegniamo a garantire che i nostri interventi portino a cambiamenti tangibili e misurabili, monitorando costantemente i vostri progressi.



Cultura di crescita e miglioramento continuo

Promuoviamo una cultura di crescita continua, aiutando le persone a sviluppare competenze che possono applicare in ogni aspetto della loro carriera e vita.



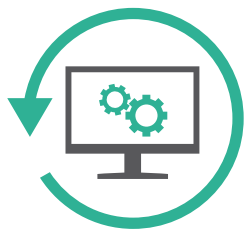
Ambiente di Fiducia e Riservatezza

Creiamo un ambiente sicuro e riservato dove i partecipanti possono sentirsi liberi di esprimersi senza paura di essere giudicati.



Teoria e pratica integrate per un apprendimento efficace

La nostra offerta integra teoria e pratica per un apprendimento efficace, attraverso l'uso di modelli riconosciuti uniti ad esercizi pratici.

**EVENTI**VALEO 
SKILLS & PERFORMANCE**WEBINAR E SEMINARI PER APPROFONDIRE E
ACQUISIRE STRUMENTI PRATICI**

Momenti di condivisione per apprendere ed una formazione più mirata per rispondere alle necessità di aggiornamento veloce e continuo

60 minuti di condivisione | **Webinar di VALEOin**

Un ciclo di webinar gratuiti online, di un'ora, per l'approfondimento di tematiche trasversali (Sviluppo Manageriale) e specifiche di Area (Sviluppo Prodotto, Acquisti, Produzione, Logistica, Commerciale).

Grazie ai nostri webinar, abbiamo offerto a quasi **1.000 persone** un prezioso spazio di confronto e crescita.

Insieme, abbiamo esplorato temi fondamentali come la leadership, lo sviluppo del potenziale individuale, il senso di appartenenza aziendale e la delega, la motivazione, l'efficacia delle metafore nella formazione, il change management. Inoltre abbiamo affrontato temi strategici per il settore degli acquisti e della produzione e argomenti d'attualità con forte impatto sulle politiche aziendali, come i dazi USA.

Ogni incontro è stato un'opportunità per arricchirsi e costruire nuove prospettive.

inFOCUS | **Seminari di VALEOin**

Un nuovo format di 3 ore per affrontare le esigenze più critiche ed urgenti delle aziende e fornire strumenti pratici per le sfide lavorative del quotidiano con un approccio modulare e innovativo.

inFOCUS è il nostro nuovo format di formazione mirato e modulare, pensato per darti in sole tre ore gli strumenti pratici per affrontare le sfide di un mondo del lavoro in costante evoluzione.

Ogni seminario offre un'esperienza concisa ma intensa sulle tematiche aziendali più attuali e critiche.

Attraverso una metodologia innovativa, stimoliamo la riflessione e la condivisione tra i partecipanti, rendendo la formazione un'occasione concreta per crescere e trovare soluzioni efficaci.

IL CONFRONTO COME ASSE STRATEGICO DI FORMAZIONE

Sia con i nostri webinar VALEOin che con i nuovi seminari inFOCUS, mettiamo il confronto al centro di ogni percorso formativo. Crediamo che sia l'elemento fondamentale per un'esperienza di crescita autentica e per la condivisione di nuove prospettive. Con proposte flessibili e mirate, offriamo lo spazio ideale per affrontare tematiche aziendali cruciali e trovare soluzioni concrete insieme, trasformando ogni incontro in un'opportunità di arricchimento reciproco.

I CORSI PER AREA DI COMPETENZA



COST MANAGEMENT

Sviluppare una contabilità analitica per definire i costi target, la politica di pricing e ottimizzare costi di acquisto e produzione

6 CORSI



SVILUPPO PRODOTTO

Sviluppare le competenze sulle principali tecniche e strumenti per velocizzare i tempi di sviluppo, progettare a Costo Target e migliorare l'affidabilità

14 CORSI



ACQUISTI

Per raggiungere gli obiettivi sempre più sfidanti è necessario rafforzare e sviluppare nuove competenze all'interno della struttura

28 CORSI



PRODUZIONE

Gestire il personale, essere flessibili, migliorare il servizio ai clienti, garantendo qualità del prodotto ed efficienza degli impianti e reparti produttivi

30 CORSI



LOGISTICA

Garantire che il flusso dei materiali in ingresso e dei prodotti distribuiti ai clienti sia veloce, flessibile, affidabile e svolto con la massima efficienza

11 CORSI



ORGANIZZAZIONE E PROJECT MANAGEMENT

Garantire gli obiettivi di progetto, gestire rischi, effettuare una valutazione economico-finanziaria e gestire con efficacia i Team

17 CORSI



SALES PERFORMANCE

Comprendere le esigenze del Cliente offrendo valore, soluzioni e non solo prodotti, mantenere relazioni durature e negoziare con profitto

15 CORSI



SVILUPPO MANAGERIALE

Sviluppare la capacità di gestione dei propri collaboratori e la leadership per guidare i team di lavoro verso gli obiettivi

40 CORSI



SOSTENIBILITÀ

Progettare e implementare un programma in linea con i tempi per sviluppare competenze basate sui principi ESG

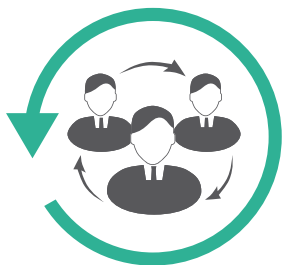
3 CORSI



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Comprendere come integrare l'AI nelle diverse funzioni aziendali per sfruttare al meglio le opportunità dell'innovazione.

8 CORSI



FORMAZIONE A CATALOGO VALEO SKILLS & PERFORMANCE

FORMAZIONE A CATALOGO: LE PERSONE AL CENTRO DELLO SVILUPPO AZIENDALE

Tutti i nostri Corsi a Catalogo verranno erogati sia in modalità presenziale che in modalità Virtual Classroom, con metodologie didattiche nuove e digitali per sviluppare le competenze con un unico obiettivo: migliorare le performance delle persone e dell'azienda.

UNA DIDATTICA INNOVATIVA, RIPROGETTATA PER MIGLIORARE L'EFFICACIA DI APPRENDIMENTO

Gli Elementi Distintivi e il Focus Didattico

- **Interazione e Confronto:** didattica riprogettata con esercitazioni e modalità di interazione tra i partecipanti e docente
- **Focus della Formazione:** orientamento all'azione e al raggiungimento di risultati
- **Percorso strutturato nel tempo** che garantisce continuità formativa e raggiungimento di risultati
- **Supporto del Trainer** una volta finita la sessione formativa

Inoltre per la modalità in Virtual Classroom

- **Digital Training Tools VALEOin** sviluppati per migliorare interazione tra i partecipanti ed effettuare esercitazioni di gruppo
- **Utilizzo della Piattaforma ZOOM** per la gestione dell'aula che garantisce un'esperienza formativa interattiva e coinvolgente

Tutti i corsi, anche quelli in modalità Virtual Classroom, sono Finanziabili attraverso i diversi fondi interprofessionali.

IL CATALOGO CORSI 2026

Il Catalogo Corsi: l'esperienza e la professionalità dei nostri docenti, la didattica innovativa, i programmi esaustivi e sempre aggiornati, i casi aziendali, lo stile concreto e coinvolgente:

 **164 corsi**
328 edizioni

ECCO IL VALORE CHE OFFRIAMO

Il valore della formazione del Catalogo Corsi:

- Docenti esperti con comprovata esperienza sul campo
- Attenzione alle specifiche esigenze del partecipante
- Concretezza: presentazione e discussione di casi aziendali
- Applicabilità immediata: stesura di un piano di lavoro da porre in atto al ritorno in azienda
- Documentazione di supporto all'attività lavorativa: materiale didattico completo di esercitazioni e casi di studio sviluppati

3100 PERSONE

**FORMATE NEGLI
ULTIMI 2 ANNI**

CON MASSIMA SODDISFAZIONE

Più del 90% dei partecipanti ha espresso una votazione di massima soddisfazione dei corsi a cui hanno partecipato

CONTINUITÀ DELLA FORMAZIONE A CATALOGO

FOLLOW UP IN AZIENDA DOPO IL CORSO A CATALOGO

Offriamo la possibilità, per chi partecipa ai nostri corsi a catalogo, di effettuare una giornata di Follow Up in azienda con una tariffa riservata.

L'obiettivo è trasferire il Know-How acquisito all'interno dell'azienda in **progetti operativi** che possano generare un **miglioramento**.

La giornata di Follow Up potrà coinvolgere oltre i partecipanti che hanno seguito il corso a catalogo anche persone in azienda che vogliono approfondire l'argomento partendo dalla stesura del Piano d'Azione Personale che verrà fatto alla fine di ogni corso a catalogo.

Le modalità operative del Follow Up proposto sono così articolate:

- **Discussione sul Piano d'Azione** Personale fatto alla fine delle giornate di formazione
- **Condivisione dei progetti** svolti dal partecipante a seguito del corso di formazione e **supporto nella messa a punto e loro implementazione**
- Approfondimenti sulle tematiche trattate durante le giornate di formazione

PERCORSI SPECIALISTICI:

SVOLGERE CON EFFICACIA E SPECIALIZZAZIONE IL PROPRIO RUOLO

I **percorsi specialistici** permettono di sviluppare tutte le competenze necessarie alla copertura del ruolo aziendale. **VALEOin** propone un percorso che integra le competenze fondamentali per la gestione del ruolo e il miglioramento delle performance.

I **percorsi specialistici prevedono**, oltre alla partecipazione a più corsi a catalogo, anche dei **momenti di affiancamento in azienda** con l'obiettivo di "tradurre" con efficacia nel contesto lavorativo quanto appreso in aula.

I percorsi specialistici per i Ruoli nelle varie Funzioni Aziendali:



SVILUPPO PRODOTTO

- PROGETTISTA
- COST ENGINEER
- RESPONSABILE PROGETTAZIONE
- DIRETTORE TECNICO



ACQUISTI

- APROVVIGIONATORE
- JUNIOR & SENIOR BUYER
- CATEGORY BUYER
- RESPONSABILE-DIRETTORE ACQUISTI



PRODUZIONE

- CAPO INTERMEDIO
- RESPONSABILE PRODUZIONE
- DIRETTORE STABILIMENTO
- ANALISTA TEMPI E METODI
- INDUSTRIAL ENGINEER
- INGEGNERI DI MANUTENZIONE
- RESPONSABILE MANUTENZIONE
- QUALITY SUPPLY ENGINEERS
- RESPONSABILE QUALITÀ
- PLANNER
- MATERIAL MANAGER



LOGISTICA

- RESPONSABILE MAGAZZINO
- RESPONSABILE TRASPORTI
- DIRETTORE E RESPONSABILE LOGISTICA
- SUPPLY CHAIN MANAGER



PROJECT MANAGEMENT

- TEAM LEADER
- CAPI PROGETTO
- PROJECT & PROGRAM MANAGER



SALES

- VENDITORE
- AREA MANAGER
- TECNICI COMMERCIALI
- RESPONSABILI COMMERCIALI
- RESPONSABILE CUSTOMER SERVICE



SOSTENIBILITÀ

- RESPONSABILI QUALITÀ E COMPLIANCE
- RESPONSABILI MARKETING E COMUNICAZIONE
- RESPOSABILI CSR/SOSTENIBILITÀ

PER MAGGIORI INFORMAZIONI: carlo.strano@valeoin.com - 02.21118134

INVESTI IN FORMAZIONE, RISPARMIANDO.

SCEGLI LA SOLUZIONE TARIFFARIA ADATTA ALLE TUE ESIGENZE

Se la tua esigenza è di formare un singolo individuo, un team o un numero elevato di persone, offriamo soluzioni per accedere ai nostri corsi in maniera snella ed economica.

Una tariffa in funzione del numero di partecipanti su base annuale

Tariffe Corsi a Catalogo 2026

Durata Corso	Quota Singola	Quota Multipla	Quota Azienda in10
1 giorno	525 €	475 €	425 €
2 giorni	985 €	885 €	825 €

* Quota Multipla: più iscrizioni allo stesso corso

* Quota Azienda: minimo 10 iscrizioni a qualsiasi corso a Catalogo

ISCRIZIONE **EARLY BIRD**

L'iscrizione fatta entro due mesi dalla data del corso prevede per la **Quota Singola** uno sconto di 25€ per i corsi di 1 giorno e di 50€ per i corsi di 2 giorni, per la **Quota Multipla** lo sconto è di 15€ per i corsi di 1 giorno e di 25€ per i corsi di 2 giorni.

ISCRIZIONE AZIENDA **in10**

Investi nel capitale umano della tua azienda. Con sole 10 iscrizioni annuali (su tutti i corsi a catalogo) approfitti delle quote scontate IN10.

TUTTI I CORSI DI **VALEOin** possono essere finanziati attraverso i Fondi Interprofessionali e il Fondo Sociale Europeo.

TUTTI I CORSI IN MODALITÀ PRESENZIALE E VIRTUAL CLASSROOM sono finanziabili con i Fondi Paritetici Interprofessionali.

È possibile utilizzare differenti strumenti di finanziamento in funzione della propria esigenza:

- Conto Formazione
- Conto Formazione di Rete
- Avviso
- Voucher

Offriamo la possibilità di finanziare la vostra formazione, scegliendo tra oltre **164** corsi a catalogo o di effettuare formazione personalizzata in azienda, utilizzando la nostra metodologia **LEARNING4ACTION**

PER MAGGIORI INFORMAZIONI: info@valeoin.com

LE MODALITÀ DI FINANZIAMENTO DELLA FORMAZIONE

VALEOin offre **consulenza** per il finanziamento della formazione aziendale, supportando le imprese in tutte le fasi di un piano finanziato attraverso i **Fondi Paritetici Interprofessionali Nazionali** per la formazione continua o il **Fondo Sociale Europeo** che finanzia alcuni strumenti per la formazione, come il **Fondo Nuove Competenze**.

Cosa sono i Fondi Paritetici Interprofessionali Nazionali per la formazione continua?

I fondi interprofessionali sono strumenti di finanziamento dedicati alla formazione continua dei lavoratori, istituiti per promuovere e sostenere lo sviluppo delle competenze professionali all'interno delle aziende. Sono gestiti da associazioni di categoria e organizzazioni sindacali e permettono alle imprese di accedere a risorse economiche per investire nella formazione dei propri dipendenti.

Secondo quanto previsto dalla **Legge 388 del 2000**, le imprese possono destinare la quota dello 0,30% dei contributi versati all'INPS del monte salario di ogni singolo dipendente ad uno dei Fondi Paritetici Interprofessionali.

Tra i principali fondi troviamo:

- **Fondimpresa:** Fondo di formazione continua di Confindustria, Cgil, Cisl e Uil.
- **Fondirigenti:** Finanziamento per la formazione continua dei dirigenti.
- **Fondoprofessioni:** Formazione continua per studi professionali.
- **Fondir:** Formazione continua per dirigenti riconosciuta dal Ministero del Lavoro.
- **For.Te.:** Formazione continua per aziende del settore terziario.
- **FonARCom:** Finanziamento per la formazione continua di lavoratori e dirigenti.

Cos'è il Fondo Nuove Competenze?

È un fondo pubblico cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo, nato per contrastare gli effetti economici dell'epidemia Covid-19. Questo fondo permette alle imprese di adeguare le competenze dei lavoratori, destinando parte dell'orario alla formazione. Il Fondo Nuove Competenze rimborsa il costo delle ore di lavoro dedicate alla frequenza di percorsi formativi.

Gli strumenti più efficaci per finanziare la formazione

Conto Formazione:

Attraverso le risorse finanziarie maturate con i versamenti al fondo interprofessionale, l'impresa attiva un proprio «conto» da cui attingere per finanziare Piani Formativi sia aziendali che individuali (voucher) con procedure semplificate in qualsiasi momento dell'anno.

Voucher:

Strumento dedicato ai dipendenti che hanno esigenze specifiche, non realizzabili attraverso percorsi di gruppo. Il Voucher è uno strumento formativo calibrato sul singolo lavoratore, attraverso azioni di formazione a catalogo, Formazione a Distanza e Autoformazione.

LE ATTIVITÀ DI SUPPORTO VALEOin PER LA FORMAZIONE FINANZIATA

- **Monitoraggio Opportunità:** siamo sempre aggiornati sulle opportunità offerte dai vari Fondi Interprofessionali e dal Fondo Sociale Europeo
- **Consulenza Specializzata:** Offriamo assistenza sui meccanismi di funzionamento degli strumenti di finanziamento, supporto per l'adesione o variazione del Fondo e informazioni sulla portabilità delle risorse
- **Analisi e Progettazione:** Dall'analisi dei fabbisogni aziendali alla creazione di progetti finanziati su misura
- **Gestione Relazioni:** Coordinamento con le Parti Sociali per condividere il piano formativo
- **Rendicontazione:** Presentazione e gestione dei progetti nelle piattaforme dei Fondi Interprofessionali e del Fondo Sociale Europeo
- **Coordinamento Didattico:** Supporto durante l'erogazione delle attività formative

PER MAGGIORI INFORMAZIONI: info@valeoin.com

SPECIALE FORMAZIONE OBBLIGATORIA PER IL SETTORE METALMECCANICO

Il Contratto **CCNL Metalmeccanico** rinnovato a febbraio 2021 ha regolato il **diritto alla formazione continua dei lavoratori**, prevedendo che le aziende del settore individuino e programmino **percorsi formativi** di almeno **24 ore** di durata, da erogarsi nel triennio 2024-2027.

Ad essere interessati sono tutti i **dipendenti** a tempo indeterminato, full time e part time e tutti i lavoratori con contratto a tempo determinato attivo nel primo biennio, prorogato nel terzo anno.

Le tematiche di formazione obbligatoria ex D-Lgs. 81/08 e relativi aggiornamenti non sono incluse nel computo delle 24 ore.

Trattandosi di un adempimento contrattuale, è consigliabile l'adozione di un sistema di "tracciabilità" della formazione erogata nel triennio, che ne **registri** tutte le iniziative.

Le attività formative potranno essere finanziate dai Fondi **Interprofessionali**.

Il lavoratore che entro il secondo anno del ciclo triennale non sia stato coinvolto in iniziative di formazione continua potrà attivarsi per esercitarne il diritto. In tal caso le ore previste dall'iniziativa formativa prescelta saranno per 2/3 a carico aziendale e per 1/3 a carico del lavoratore.

LEARNING4ACTION

La nostra proposta prevede la possibilità di:

- Scegliere tra i nostri  **164 Corsi a Catalogo**
- Effettuare una formazione in azienda specifica sulle esigenze formative, utilizzando la nostra Metodologia **LEARNING4ACTION**
- Progettare sulle esigenze dell'azienda un percorso formativo di miglioramento continuo, con la nostra metodologia **LEARNING4ACTION** rivolto al personale di produzione con due modalità:
 - Formando i formatori interni al progetto di sviluppo delle competenze
 - Formando il Team ed affiancando il Team nell'implementazione e verifica dei risultati del progetto

Alcuni esempi di progetti di **LEARNING4ACTION**: ridurre i tempi di set up con la tecnica SMED, migliorare l'efficienza globale d'impianto (OEE), ridurre gli scarti e rilavorazioni in produzione, applicare l'FMECA su un prodotto o processo.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI: carlo.strano@valeoin.com - 02.21118134

RESTA INFORMATO ED AGGIORNATI CON LE NEWSLETTER VALEOin SULLE OPERATIONS

LO SVILUPPO DI COMPETENZE È UN PROCESSO DI APPRENDIMENTO CONTINUO CHE INTEGRA AI PERCORSI FORMATIVI A CATALOGO O IN AZIENDA CHE REALIZZIAMO, UN AGGIORNAMENTO CONTINUO BASATO SULLA CONDIVISIONE DI SPUNTI, IDEE E RIFLESSIONI SPECIFICI SU TEMATICHE DI INTERESSE.

VALEOin ha progettato una modalità di aggiornamento e sviluppo delle competenze focalizzato sulla condivisione di articoli, ricerche, novità, white paper, infografiche, eventi, webinar ed approfondimenti tematici suddivisi per Area. Iscrivendoti alla nostra newsletter, otterrai nuovi suggerimenti per sviluppare le tue competenze e migliorare le performance della tua azienda.

Cosa riceverai iscrivendoti alla newsletter:



ARTICOLI CON NOVITÀ ED APPROFONDIMENTI

Gli articoli IN-SIGHTS forniscono approfondimenti e novità su tematiche legate al miglioramento delle performance, allo sviluppo delle competenze e allo sviluppo organizzativo.

Gli articoli sono focalizzati sulle aree: Sviluppo Prodotto, Acquisti, Produzione, Qualità, Manutenzione, Logistica, Cost Management, Organizzazione e Project Management, Commerciale e Sviluppo Manageriale.



INFOGRAFICHE CON UNA SINTESI PER AGIRE

Le infografiche IN-DEEP forniscono una sintesi operativa delle fasi ed attività prioritarie per attivare azioni di miglioramento delle performance di sviluppo delle competenze.

Le infografiche sono focalizzate sulle aree: Sviluppo Prodotto, Acquisti, Produzione, Qualità, Manutenzione, Logistica, Cost Management, Organizzazione e Project Management, Commerciale e Sviluppo Manageriale.



IDEE PER MIGLIORARE LE PERFORMANCE

Gli articoli IN-ACTION forniscono strumenti, metodologie e modalità di implementazione di progetti per migliorare le performance dell'azienda.

Gli articoli sono focalizzati sulle aree: Sviluppo Prodotto, Acquisti, Produzione, Qualità, Manutenzione, Logistica, Cost Management, Organizzazione e Project Management, Commerciale e Sviluppo Manageriale.

ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER: <https://valeoin.com/newsletter/>

LA NOSTRA CERTIFICAZIONE
UNI EN ISO 9001

VALEO
SKILLS & PERFORMANCE

UN VALORE CERTIFICATO

LA NOSTRA POLITICA PER LA QUALITÀ DEI SERVIZI EROGATI

PER FORNIRE AI CLIENTI
SERVIZI CONFORMI AI
REQUISITI RICHIESTI, PER
GARANTIRE LA MASSIMA
QUALITÀ DEI SERVIZI EROGATI
E LA SODDISFAZIONE DEI
NOSTRI CLIENTI, VALEOin SI È
CERTIFICATA PER LE ATTIVITÀ
DI FORMAZIONE E
CONSULENZA SECONDO LA
NORMA UNI EN ISO 9001.

CERTIFICATO N. 43247/22/S
CERTIFICATE No.

SI CERTIFICA CHE IL SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ DI
IT IS HEREBY CERTIFIED THAT THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEM OF

VALEOIN S.R.L.

VIA VINCENZO MONTI, 16 20123 MILANO (MI) ITALIA
NELLE SEGUENTI UNITÀ OPERATIVE / IN THE FOLLOWING OPERATIONAL UNITS

VIA VINCENZO MONTI, 16 20123 Milano (MI) ITALIA

È CONFORME ALLA NORMA / IS IN COMPLIANCE WITH THE STANDARD
ISO 9001:2015

PER I SEGUENTI CAMPI DI ATTIVITÀ / FOR THE FOLLOWING FIELD(S) OF ACTIVITIES

PROGETTAZIONE ED EROGAZIONE DI SERVIZI DI FORMAZIONE E DI CONSULENZA IN AMBITO ORGANIZZATIVO E
MANAGERIALE

Per informazioni sulla validità
del certificato, visitare il sito
www.rina.org
For information concerning
validity of the certificate, you
can visit the site
www.rina.org

Per i requisiti della norma non
applicabili al campo di applicazione
del sistema di gestione
dell'organizzazione, riferirsi alle
informazioni documentate relative.
Reference is to be made to the
relevant documented information
for the requirements of the
standard that cannot be applied to
the Organization's management
system scope

DESIGN AND PROVISION OF TRAINING AND CONSULTING SERVICES IN THE ORGANIZATIONAL AND MANAGERIAL FIELD

La validità del presente certificato è subordinata a sorveglianza periodica annuale / semestrale ed al riesame completo del sistema di gestione con periodicità triennale
The validity of this certificate is dependent on an annual / six monthly audit and on a complete review, every three years, of the management system
L'uso e la validità del presente certificato sono soggetti al rispetto del documento RINA: Regolamento per la Certificazione di Sistemi di Gestione per la Qualità
The use and validity of this certificate are subject to compliance with the RINA document: Rules for the certification of Quality Management Systems

Member of CISQ Federation



CERTIFIED MANAGEMENT SYSTEM
ISO 9001



Jacopo Ferrando
Genoa & Milan Management
System Certification, Head

RINA Services S.p.A.
Via Corsica 12 - 16128 Genova Italy

CISQ è la Federazione Italiana di Organismi di
Certificazione dei sistemi di gestione aziendale
CISQ is the Italian Federation of
management system Certification Bodies

I nostri **PRINCIPI** per raggiungere gli **obiettivi** di qualità nella progettazione, erogazione delle attività e **soddisfazione** dei clienti sono:

- Impegno costante in ogni fase del processo aziendale con il costante coinvolgimento di tutti i collaboratori;
- Fornire ai clienti servizi conformi ai requisiti richiesti anticipando le dinamiche di mercato;
- Monitorare in modo puntuale le attività svolte dalle persone **VALEOin**;
- Garantire e monitorare la soddisfazione dei clienti;
- Improntare il rapporto con i Clienti sulla massima collaborazione possibile;
- Migliorare continuamente: impegnarsi nello sviluppo del Sistema Qualità, attraverso obiettivi di miglioramento misurabili;
- Assicurare il continuo sviluppo delle competenze dei propri collaboratori seguendo le novità ed esigenze del mercato

La diffusione e l'applicazione di questi principi in tutta l'azienda sono assicurate dall'impegno costante della direzione.

COST MANAGEMENT

6 CORSI


La gestione strategica dei principali Cost Drivers aziendali è fondamentale per migliorare la competitività dell'azienda; l'implementazione del Controllo di Gestione consente ai Responsabili Funzionali di monitorare e analizzare l'andamento dei costi, fornendo informazioni e indicatori indispensabili a migliorare.

L'offerta dei nostri corsi è focalizzata sullo sviluppo di una contabilità analitica per definire i costi target, permettendo di definire la politica di pricing e di ottimizzare i costi d'acquisto e di produzione.

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
COST MANAGEMENT														
G1	La Gestione Strategica dei Costi	1	2						12					14
G4	Definire il piano di ottimizzazione dei principali costi aziendali	1	2		20								30	
G2	Target Costing e Strategie di Product Pricing	2	2			9-10				6-7				
G3	Controllo di Gestione nel Manufacturing	2	2					7-8					16-17	
G5	Cash for Growth: Migliorare la situazione di liquidità (cash) per finanziare la crescita della vostra azienda (growth)	1	2				8				8			
G6	L'uso di EXCEL per il Controllo di Gestione	2	2		26-27					14-15				

[VAI ALLA PAGINA DELLA FORMAZIONE A CATALOGO DEL SITO](#)

SVILUPPO PRODOTTO

14 CORSI


Lo sviluppo del prodotto rappresenta un asse strategico dell'azienda; una corretta gestione permette di generare vantaggio competitivo in termini di Time to Market, Innovazione e Costi. È essenziale gestire la fase iniziale di sviluppo dove si determinano più dell'80% dei costi del prodotto.

L'offerta dei corsi ha l'obiettivo di sviluppare le competenze per Ruolo e le competenze Specialistiche, in particolare focalizzandosi sulle principali tecniche e strumenti per velocizzare i tempi di sviluppo, progettare a Costo Target e migliorare l'affidabilità.

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
SVILUPPO PRODOTTO														
S4	Direttore Progettazione	2	2			30-31				6-7				
S14	Customer Voice	2	2		18-19						7-8			
S15	Modelli AGILE e Plan-Driven nello Sviluppo di Prodotti	1	2							23				9
S7	Capo Team Tecnico	2	2			10-11			29-30					
S5	Formazione Pratica Progettisti	2	2				1-2						9-10	
S2	La Tecnica FMEA/FMECA	1	2			18					18			
S12	Applicare AIAG VDA FMEA	1	2					8						18
S3	Design to Cost	2	2						8-9			5-6		
S11	Standardizzazione e Modularità nella progettazione dei prodotti	2	2			2-3							16-17	
S13	Design for Service & Maintenance	2	2				20-21				22-23			
S6	Cost Engineering e Should Cost per la corretta stima dei Costi di Prodotto e Commessa	2	2					11-12				29-30		
S10	Teardown Analysis	2	2		16-17								19-20	
S8	DOE - Design Of Experiment	2	2		23-24					21-22				
S9	Sviluppo della Creatività nei Team di Sviluppo Prodotto e di Progetto	1	2					15			30			

[VAI ALLA PAGINA DELLA FORMAZIONE A CATALOGO DEL SITO](#)

CALENDARIO CORSI DI FORMAZIONE 2026



ACQUISTI

28 CORSI



Il ruolo degli Acquisti è fondamentale per migliorare le performance di servizio e qualità e ridurre il Costo Totale d'Acquisto che impatta direttamente sull'utile dell'azienda.

Per raggiungere gli obiettivi sempre più sfidanti è necessario rafforzare e sviluppare nuove competenze all'interno della struttura.

L'offerta dei corsi per gli Acquisti ha come obiettivo di sviluppare:

- Competenze per Ruolo: Direttore Acquisti, Category Buyer, Buyer, Approvvigionatore
- Competenze Specialistiche: tecniche e strumenti di riduzione del Costo Totale d'Acquisto, price analysis, negoziazione, aspetti contrattuali, valutazione dei fornitori, gestione del rischio di fornitura, ...

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
ACQUISTI														
A1	Direttore Acquisti	2	2					11-12					9-10	
A25	Definire il Piano Strategico degli Acquisti	1	2						16					15
A26	La Costruzione del Budget degli Acquisti	1	2			25					25			
A15	Marketing d'Acquisto ed Acquisti Internazionali	2	2				9-10					21-22		
A27	Nearshoring e Gestione del Rischio di Fornitura	1	2		24				25					
A10	Category Management	1	2					27					26	
A11	Misurare le Performance d'Acquisto	1	2					28					17	
A12	Le Metodologie per le Azioni di Technical Saving	2	2			23-24							5-6	
A2	Formazione Pratica Compratori	2	2					6-7				1-2		
A16	Formazione Pratica Material Planner	2	2			11-12					15-16			
A23	La definizione ed implementazione di un Piano Bonus sui Fornitori	1	2				13							3
A3	Negoziare con Profitto	2	2			26-27						7-8		
A8	Tecniche Avanzate di Negoziazione con i Fornitori	2	2					20-21					24-25	
A17	La Negoziazione Internazionale	1	2						11					18
A18	Tecniche di Negoziazione in presenza, telefonica, in videoconferenza e per mail	1	2			31					24			
A13	La Valutazione Tecnico Economica dei Fornitori	2	2						9-10				18-19	
A4	Supplier Relationship Management	2	2		18-19						3-4			
A24	Supplier Risk Management	1	2				2					30		
A22	Acquisti Etici e Sostenibili	2	2			16-17					28-29			
A5	Aspetti Contrattuali degli Acquisti	2	2					25-26					16-17	
A14	Contrattualistica Internazionale	1	2				17							2
A6	L'Acquisto di Materiali Indiretti e Servizi	2	2				14-15						11-12	
A21	La Should Cost Analysis per definire i Target Price Negoziali	2	2						18-19		21-22			
A7	Acquistare le Lavorazioni Meccaniche a Prezzo Target	2	2				20-21					19-20		
A9	Acquistare Stampaggi Plastica a Prezzo Target	1	2							3				1
A19	Aspetti Economico-Finanziari per gli Acquisti	2	2			5-6						15-16		
A20	L'uso di Excel per la Gestione e Miglioramento degli Acquisti	2	2						29-30					17-18
A28	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività d'acquisto	1	2						30				10	



VAI ALLA PAGINA DELLA FORMAZIONE A CATALOGO DEL SITO



PRODUZIONE

30 CORSI



La Produzione deve poter agire con la massima flessibilità per servire i clienti, garantendo qualità ed efficienza degli impianti e reparti produttivi.

È necessario possedere non solo la conoscenza tecnica dei prodotti e dei processi produttivi, ma anche tecniche e metodologie di miglioramento delle performance produttive, sviluppando capacità manageriali e di leadership per gestire persone e gruppi di lavoro.

L'offerta dei corsi copre le Aree Produzione, Industrial Engineering, Qualità e Manutenzione con l'obiettivo di sviluppare le competenze per Ruolo e le competenze Specialistiche.

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
PRODUZIONE														
P1	Direttore di Stabilimento	2	2					21-22				22-23		
P24	WCM - World Class Manufacturing	2	2						3-4					14-15
P6	Capo in Produzione	2	2					26-27				8-9		
P3	Tecniche di Programmazione e Controllo della Produzione	2	2					12-13				27-28		
P2	Lean Manufacturing	2	2			30-31					28-29			
P25	GEMBA WALKS	1	2		20					10				
P19	Kaizen Week Management	1	2				21				17			
P26	La Metodologia LPA - Layered Process Audit	1	2					25					4	
P5	Strumenti e Tecniche di Miglioramento dell'Efficienza Globale d'Impianto (O.E.E.)	2	2					18-19						1-2
P10	La Tecnica SMED per Migliorare i SET UP	1	2							1		7		
P11	La Tecnica 5S	1	2		9							12		
P7	L'industry 4.0 per il Miglioramento dell'Efficienza Impianti	1	2						5			26		
P12	Responsabile Industrial Engineering	2	2						22-23			19-20		
P4	Formazione Pratica Analisti Tempi e Metodi	2	2					4-5					10-11	
P20	Migliorare TAKT TIME e produttività delle linee di assemblaggio	1	2			13					11			
P13	Responsabile Manutenzione	2	2					25-26					25-26	
P8	Organizzare e Gestire la Manutenzione	2	2			16-17					28-29			
P21	Applicare il TPM alla manutenzione di impianti e attrezzature di produzione	1	2				28				9			
P27	Auto-Manutenzione	1	2				29					13		
P18	L'Industry 4.0 per l'Analisi, Gestione e Miglioramento della Manutenzione	1	2		27						4			
P14	Responsabile Controllo Qualità	2	2					20-21					23-24	
P9	Formazione Pratica al Controllo Qualità	2	2			25-26						21-22		
P15	SPC - Statistical Process Control	2	2						15-16				11-12	
P17	MSA - Measurement System Analysis	2	2							13-14				9-10
O16	Data Analysis con Minitab	2	2		16-17					8-9				
P16	8D REPORT	1	2					11					30	
P22	APQP - Sviluppare un prodotto eccellente in stile Automotive	1	2				27							16
P28	Lean Six Sigma: Yellow Belt	2	2		9-10				24-25					
P29	Lean Six Sigma: Green Belt	4	2			23-24		5-6			15-16	27-28		
P23	L'uso di EXCEL per gestire e migliorare la produzione, manutenzione e logistica	2	2				20-21				14-15			



 LOGISTICA

11 CORSI



In un contesto di complessità dei mercati ed esigenze dei clienti la Logistica deve garantire che il flusso dei materiali in ingresso e dei prodotti distribuiti ai clienti sia veloce, flessibile, affidabile e svolto con la massima efficienza.

L'offerta dei corsi copre le aree Supply Chain, Gestione delle Scorte, Magazzino e Trasporti nel rispetto delle normative di Import ed Export, con l'obiettivo di sviluppare le competenze per Ruolo e le competenze Specialistiche.

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
LOGISTICA														
L1	Responsabile Logistica	2	2					14-15					19-20	
L2	Supply Chain Management	2	2			26-27						1-2		
L11	Impariamo a costruire il cruscotto di KPI per monitorare la Supply Chain Aziendale	1	2			13								11
L8	Valutazione, Negoziazione e Gestione di un Appalto ad una Cooperativa di Servizi Logistici	1	2		27								27	
L4	Gestione, Controllo e Riduzione dello Stock	2	2				13-14						5-6	
L3	Organizzare e Gestire il Magazzino	2	2				1-2				22-23			
L6	Migliorare la Produttività del Magazzino con i Tempi e Metodi	1	2				15					12		
L10	L'Industry 4.0 per la Gestione dei Magazzini e della Distribuzione	1	2						3				3	
L5	Come Ridurre i Costi di Trasporto	1	2						17					9
L7	Come Gestire Correttamente le Operazioni Doganali di Import/Export	2	2					4-5				5-6		
L9	MADE IN e DUAL USE	1	2						16				13	



VAI ALLA PAGINA DELLA FORMAZIONE A CATALOGO DEL SITO

ORGANIZZAZIONE E PROJECT MANAGEMENT

17 CORSI


Per garantire il successo di un progetto e raggiungere gli obiettivi di costo, qualità e rispetto dei tempi, in un ambiente complesso e in continua evoluzione, è necessario sviluppare non solo la capacità di lavorare per progetti attraverso l'applicazione di tecniche e metodologie idonee, ma anche la capacità di lavorare in Team.

L'offerta prevede corsi che vanno dalle metodologie per garantire gli obiettivi di progetto, gestire rischi ed effettuare una valutazione economico-finanziaria, allo sviluppo delle soft skills utili nella gestione di un Team.

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
ORGANIZZAZIONE E PROJECT MANAGEMENT														
O1	Strumenti e Tecniche di Project Management	2	2			24-25						13-14		
O2	Gestire un Progetto di Sviluppo Prodotto	2	2			19-20				1-2				
O3	La Gestione di Commessa	2	2							1-2				10-11
O9	La Metodologia AGILE e SCRUM nella Gestione dei Progetti	2	2		25-26							28-29		
O5	Gestire un Team di Progetto	2	2				21-22				17-18			
O6	Risk Management: la Gestione dei Rischi nei Progetti	1	2				16							4
O7	La Valutazione Economico-Finanziaria dei Progetti Aziendali	1	2						11				23	
O10	Visual Project Management	1	2		17					22				
O4	Strumenti di Analisi Organizzativa e Miglioramento Continuo	2	2						23-24					15-16
O8	Simplicity: il nuovo metodo per realizzare il cambiamento e rendere continua l'innovazione in Azienda	2	2		23-24					16-17				
O11	Project Control & Lessons Learned: controllare i progetti, imparare e migliorare da errori e successi nei progetti	1	2						8				4	
O12	Lean Office e Lean Service	1	2				9							4
O13	Microsoft Power BI - Base	2	2			9-10					15-16			
O14	Microsoft Power BI - Avanzato	2	2					27-28					16-17	
O15	Gestire i Progetti con MS Microsoft Project	2	2				22-23					19-20		
O16	Data Analysis con Minitab	1	2		16-17					8-9				
O17	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività di Project Management	1	2				1					6		



VAI ALLA PAGINA DELLA FORMAZIONE A CATALOGO DEL SITO



SALES PERFORMANCE

15 CORSI



I commerciali devono sempre più comprendere le esigenze del cliente, offrendo valore, soluzioni e non solo prodotti, mantenendo relazioni durature e negoziare con profitto.

L'offerta dei nostri corsi è focalizzata sul miglioramento delle performance commerciali: come realizzare un preventivo, rendere più efficace la prospezione, migliorare le vendite, aumentare la marginalità con negoziazione efficace, e migliorare le relazioni con i clienti.

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
SALES PERFORMANCE														
V1	Marketing Vincente: dalla Strategia all'Azione	2	2			5-6						22-23		
V12	La vendita Strategica e Relazionale	2	2		16-17					2-3				
V13	Innovare la relazione e l'esperienza del cliente	2	2				8-9				24-25			
V14	La Pianificazione Commerciale	1	2					22						1
V2	Organizzazione e Gestione dell'Assistenza Tecnica	2	2		23-24					21-22				
V3	Da venditori a Moderni Consulenti Commerciali	2	2					14-15					19-20	
V4	Value Selling	2	2			31	1						23-24	
V11	Creare una Proposta di Valore Efficace	1	2				30					9		
V5	La Negoziazione Commerciale Efficace	2	2						17-18			15-16		
V6	Organizzare e Gestire una Rete di Vendita	2	2					18-19					12-13	
V7	Dalla Customer Care alla Fidelizzazione del Cliente	2	2							15-16				16-17
V8	Come rendere efficace la presentazione commerciale a distanza	2	2			19-20					14-15			
V9	La preventivazione Commerciale e le modalità di Pricing	1	2						5					11
V10	L'uso di EXCEL per gestire e migliorare le attività di vendita e marketing	2	2			11-12					9-10			
V15	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività commerciali	1	2			10				10				



VAI ALLA PAGINA DELLA FORMAZIONE A CATALOGO DEL SITO



SVILUPPO MANAGERIALE

40 CORSI


In un contesto di complessità e velocità è essenziale sviluppare la capacità per la gestione dei propri collaboratori e la leadership per guidare il team di lavoro, anche interfunzionale, al raggiungimento degli obiettivi.

I corsi dell'offerta formativa sono focalizzati sullo sviluppo della leadership, sulla comunicazione, sulla capacità di gestire team di lavoro, sul time management e problem solving.

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
SVILUPPO MANAGERIALE														
COMUNICAZIONE														
C8	Ingegneria della comunicazione: stili ed efficacia comunicativa	2	2			2-3					30	1		
C30	PCM - Elementi base di Process Communication Model	1	2				3						30	
C9	Corporate Public Speaking: come migliorare la gestione della comunicazione	2	2			5-6				13-14				
C10	Migliorare i comportamenti e la comunicazione con l'Assertività	1	2		16						7			
C11	La negoziazione manageriale	2	2						22-23				19-20	
C12	Come gestire relazione e comportamenti con i propri clienti interni	1	2				13					2		
C13	Migliorare la gestione delle mail in azienda	1	2		20							9		
C31	Train The Trainer	2	2							27-28			3-4	
SVILUPPO DELLA LEADERSHIP														
C14	Fondamenti di Management	2	2			19-20					10-11			
C1	Costruire la Leadership: da Manager a Leader	2	2					28-29				15-16		
C4	La Gestione dei Conflitti e delle Critiche	1	2			25					23			
C15	Responsabile di nuova Nomina	2	2			16-17				8-9				
C16	Gestire con efficacia i propri collaboratori	2	2					4-5					26-27	
C32	Praticare il Riconoscimento tra il Leader ed il suo Team	1	2				17							9
C17	L'arte della Delega	1	2						17					14
C18	Costruire la motivazione	1	2		17								13	
P6	Capo in Produzione	2	2					26-27				8-9		
S7	Capo Team Tecnico	2	2			10-11			29-30					
C19	Agile Leadership	1	2				24					19		
C20	Change Management	2	2		23-24						22-23			
C29	Inclusive Leadership: Diversità, equità e accoglienza delle differenze	1	2		27				26					
C33	Women Power for Leadership	1	2					15						4
C34	L'uso dell'umorismo nella leadership	2	2			23-24					3-4			


 VAI ALLA PAGINA DELLA **FORMAZIONE A CATALOGO** DEL SITO


PROSEGUE DA PAGINA PRECEDENTE

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
SVILUPPO MANAGERIALE														
PERFORMANCE PERSONALE E DI TEAM														
C3	Time Management: Sapersi Organizzare per Migliorare i Risultati	2	2					13-14					5-6	
C2	Problem Solving & Decision Making	2	2						25-26		16-17			
C21	Decision making oltre i BIAS	1	2						4			23		
O5	Gestire un Team di Progetto	2	2				21-22				17-18			
C7	Leading Virtual Teams	1	2				23			9				
C5	Gestione delle Riunioni	1	2						18					2
C22	Creare un Team di collaboratori motivato e orientato ai risultati	2	2						29-30					17-18
C6	La Metodologia LEGO® Serious Play®: come Valutare Impact&Effort delle scelte Aziendali	1	2			17				21				
C23	8 passi per una Leadership Antifragile	1	2				30					28		
C24	Role Empowerment: sviluppare il proprio potenziale	2	2			12-13					17-18			
C25	Intelligenza emotiva per migliorare le performance	1	2				16		19					
C26	Mindfulness e Gestione dello Stress	2	2		18-19					23-24				
C27	Il potere di una Mente Concentrata	1	2					8					6	
C28	Il potere delle abitudini	1	2					20						15
C35	Accountability e Responsabilità	1	2					11					3	
C36	Recruiting: tecniche e strumenti di ricerca, valutazione e selezione del personale	2	2				23-24					20-21		
C37	Progettare l'Onboarding come Leva di Engagement e Appartenenza Organizzativa	1	2			31					14			



VAI ALLA PAGINA DELLA FORMAZIONE A CATALOGO DEL SITO

**SOSTENIBILITÀ**

3 CORSI



Lo sviluppo sostenibile dell'azienda è possibile solo con il coinvolgimento delle persone che la compongono e richiede la conoscenza dei principi di sostenibilità nei processi di ESG Governance.

L'offerta dei corsi sulla Sostenibilità ha l'obiettivo di sviluppare le competenze per Ruolo e le competenze Specialistiche, per conoscere i principi ESG e attivare processi interni e verso la catena di fornitura coerenti con i principi ESG.

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
SOSTENIBILITÀ														
E1	Impostare le strategie di sostenibilità aziendale e i processi prioritari all'interno delle funzioni aziendali	2	2		23-24							29-30		
E2	Implementare il processo di miglioramento continuo della sostenibilità aziendale seguendo le evoluzioni normative	2	2				9-10						26-27	
A22	Acquisti Etici e Sostenibili	2	2			16-17					28-29			



VAI ALLA PAGINA DELLA FORMAZIONE A CATALOGO DEL SITO



INTELLIGENZA ARTIFICIALE

8 CORSI



L'Intelligenza Artificiale non è più solo una tecnologia emergente, ormai è una leva strategica che sta trasformando in profondità i processi, le competenze e le responsabilità in azienda. Dalla gestione delle risorse umane al marketing, dalla produzione alla logistica, l'IA supporta le persone nel prendere decisioni più rapide ed efficaci, automatizza le attività ripetitive e libera tempo per compiti a maggior valore aggiunto.

L'introduzione dell'Intelligenza Artificiale nelle organizzazioni non può essere affrontata solo in termini di efficienza o potenzialità tecniche. Ogni tecnologia, in particolare l'IA, agisce non solo sulle attività, ma anche sulle persone, sulle relazioni e sui significati del lavoro stesso.

In questa sezione proponiamo percorsi formativi mirati a comprendere come integrare l'IA nelle diverse funzioni aziendali, con esempi concreti di applicazione e strumenti pratici da utilizzare subito nel proprio ruolo. L'obiettivo è sviluppare non solo competenze tecniche, ma soprattutto una nuova mentalità capace di sfruttare al meglio le opportunità di questa innovazione.

Sigla Corso	TITOLI CORSI	Durata (giorni)	N° Edizioni	Gen 26	Feb 26	Mar 26	Apr 26	Mag 26	Giu 26	Lug 26	Sett 26	Ott 26	Nov 26	Dic 26
IA INTELLIGENZA ARTIFICIALE														
IA1	Etica e Intelligenza Artificiale	2	2		25-26							20-21		
IA2	L'intelligenza artificiale (IA) per aumentare la produttività ed efficacia operativa	1	2			3				7				
IA3	Strategie e modalità per scrivere prompt efficaci o dialogare con l'intelligenza artificiale (IA)	1	2					6					18	
IA4	Analizzare dati con l'intelligenza artificiale (IA)	1	2						24					14
IA5	Creare contenuti e migliorare l'impatto della comunicazione scritta con strumenti di intelligenza artificiale (IA)	1	2				17				30			
A28	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività d'acquisto	1	2						30				10	
V15	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività commerciali	1	2			10				10				
O17	L'intelligenza artificiale (IA) a supporto delle attività di Project Management	1	2				1					6		



VAI ALLA PAGINA DELLA FORMAZIONE A CATALOGO DEL SITO



I CORSI DI FORMAZIONE PER AREA



COST MANAGEMENT



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

LA PAROLA AI PARTECIPANTI

"Corso molto chiaro ed esaustivo, perfettamente adeguato per la gestione dei costi aziendali che molte volte vengono tralasciati."

Nicholas Bellotto

Responsabile Controllo di Gestione VF MONTAGGI INDUSTRIALI SRL

"Corso utile e interessante anche per la presentazione di casi reali e esercizi."

Stefano Montoli

Responsabile di Stabilimento BREVETTI MONTOLIT SPA

"Esperienza del docente, materiale didattico ed esempi pratici sono stati di grande valore per la comprensione dei concetti affrontati durante il corso."

Marco Zini

Mech. Parts Cost Analysis CPT Plan & SCS G.D. SPA

"Overview esaustiva sulla gestione strategica dei costi in una sola giornata. Assolutamente consigliato a tutti coloro i quali vogliono mettere a sistema le proprie esperienze in breve tempo."

Marco Giussani

Head of Production and Maintenance Excellence ENERGIAN ITALY SPA

"Azioni concrete da implementare in azienda dopo il corso: Piano di riduzioni, Valutazione e analisi dei costi e istruzioni ai colleghi."

Andrea Lesi

Operations Manager VARVEL SPA

"Formazione molto utile grazie all'approccio pratico, all'esame di casi concreti e alla partecipazione del docente."

Alberto Crivellaro

Amministratore Delegato S&H SRL

"Azioni concrete da implementare in azienda dopo il corso: Catena del valore, Full Costing e Make Vs Buy."

Diego Belpinati

Direttore di Stabilimento DIVERSEY ITALY PRODUCTION SRL

"Azioni concrete da implementare in azienda dopo il corso: Analisi costo, Costi standard, Payback e Budget."

Vittorio Rovati

Controllo di Gestione RANCILIO GROUP SPA

"Corso molto interessante e centrato sui temi di interesse. Molto pratico ed utile!"

Milo Capponi

Cost Engineer CEBI ITALY SPA



G1 - LA GESTIONE STRATEGICA DEI COSTI

Definire la roadmap di ottimizzazione dei principali costi aziendali

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

12 giugno 2026 | 14 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

I costi rappresentano una variabile critica per l'impresa, specie in tempi di contrazione di vendite o margini reddituali. Le tecniche tradizionali di analisi dei costi si concentrano però prevalentemente sulla misurazione e sul calcolo, anziché sulle azioni di possibile intervento, trascurando l'analisi dei fattori che generano l'insorgenza dei costi, nonché delle relazioni tra sostenimento dei costi e capacità dell'azienda di generare valore per il cliente finale. Il corso Gestione Strategia dei Costi si focalizza su approcci finalizzati a supportare azioni di Cost Management in un'ottica strategica, con l'obiettivo di allineare l'acquisizione e l'impiego delle risorse economiche al perseguimento della strategia aziendale. Dopo un'illustrazione generale delle logiche e degli strumenti dello Strategic Cost Management (SCM), il corso si articola seguendo un'ottica per processi, illustrando il ruolo dello SCM a supporto di tutti i processi aziendali. I concetti di contabilità dei costi verranno ri-analizzati in un'ottica strategica attraverso un'analisi dei costi effettuata in un contesto più ampio, dove gli elementi strategici diventano più chiari e formali in quanto proiettati verso l'individuazione di un vantaggio competitivo.

A CHI È RIVOLTO

- Amministratori Delegati e Direttori Generali...
- Direttore Operations
- Direttore di Stabilimento
- Direttore Supply Chain/Acquisti
- Direttore Amministrazione e Finanza
- Controller di Gestione

APPRENDERETE A...

- Scoprire l'importanza di analizzare e gestire i costi
- Utilizzare Costing Activity-Based (ABC) e Activity-Based Management (ABM)
- Comprendere l'importanza del processo di determinazione dei costi e di allocazione dei costi
- Sviluppare strumenti importanti per la pianificazione e il processo decisionale
- Valutare e gestire le prestazioni attraverso la gestione strategica dei costi
- Effettuare analisi di make or buy
- Valutare economicamente soluzioni alternative e decidere la convenienza dei progetti
- Analizzare e ottimizzare la redditività del mix di prodotti
- Definire ed implementare un programma di riduzione dei costi

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Il posizionamento competitivo in termini di costi
- Il calcolo del costo dei prodotti: un caso di job order costing
- Le scelte di make or buy: produrre internamente o far produrre da terzi?
- Le scelte di mix di prodotti: il margine di contribuzione

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto, verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



G1 - LA GESTIONE STRATEGICA DEI COSTI

PROGRAMMA

La gestione strategica del valore dell'impresa attraverso la leva dei costi

- Il concetto di catena di valore
- Il concetto di posizionamento strategico
- Il concetto di determinante di costo

L'azienda come sistema di attività e le relazioni costo-valore

Il sistema di Cost Management: finalità e strumenti

- Costi variabili e costi fissi
- L'analisi del break even point e l'impatto dei costi sulle decisioni aziendali
- I principi dell'analisi full-cost
- L'allocazione dei costi indiretti e i sistemi per il controllo dei costi aziendali
- Costo del venduto e qualità progettata
- Prezzo e qualità percepita
- Il margine di contribuzione come segnale della posizione competitiva
- Il sistema di contabilità per i centri di costo e i centri di responsabilità
- I centri di costo come base per le scelte di gestione corrente, strategica e organizzativa

L'analisi dei processi aziendali attraverso l'Activity-Based Management

- Activity-Based Costing Systems (ABC)
- Analisi a valore aggiunto contro attività non a valore aggiunto
- Gestione basata sulle attività (ABM)
- Gestire la redditività del cliente
- Gestire la Qualità e il tempo per creare valore
- Tecniche di stima dei costi
- Valutazione e Gestione delle performance

La gestione dei costi attraverso il processo di sviluppo prodotti

La gestione dei costi del processo di acquisto: supply chain management accounting

La gestione dei costi del processo produttivo

La gestione dei costi per il processo di gestione del cliente

Strategia, Balanced Scorecard e Performance Measurement

- Le nuove metodologie di controlling: la balanced scorecard come cruscotto quadro per il governo dell'azienda
- Gli indicatori per le performances aziendali: dall'analisi per indici e flussi ai KPI

Cost management e snellimento dei processi aziendali

Decisioni di Cost Management

- Il processo decisionale
- Identificare i costi rilevanti
- Valutare Alternative
- Le decisioni di make or buy
- Aggiungere o Eliminare un prodotto/linee di prodotto
- Investimenti in produzione
- Decisioni di pricing per ordini speciali



G4 – DEFINIRE IL PIANO DI OTTIMIZZAZIONE DEI PRINCIPALI COSTI AZIENDALI

Implementare e monitorare un efficace piano di riduzione dei costi

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

20 febbraio 2026 | 30 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

I costi rappresentano una variabile critica per l'impresa, da monitorare, gestire e ottimizzare.

Il corso illustra i principali metodi e un approccio per definire e supportare azioni di Cost management, in un'ottica strategica ed operativa, con l'obiettivo di definire un piano concreto di riduzione dei costi.

A CHI È RIVOLTO

- Amministratori Delegati e Direttori Generali
- Direttore Operations, Direttore di Stabilimento, Direttore Supply Chain / Acquisti, Direttore Amministrazione e Finanza
- Responsabile di Produzione, Controller
- Buyer, Responsabile Ufficio Tecnico

APPRENDERETE A...

- Identificare i costi rilevanti
- Definire un piano operativo dei costi aziendali
- Creare e gestire un Team interfunzionale per l'analisi e la riduzione dei costi
- Utilizzare diverse tecniche di riduzione costi

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi dei principali costi aziendali e del loro trend
- Calcolo del margine di contribuzione
- Effettuare un benchmarking di costo rispetto ai competitor
- Redigere un piano per la riduzione dei costi

I PLUS:

- Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici



G4 – DEFINIRE IL PIANO DI OTTIMIZZAZIONE DEI PRINCIPALI COSTI AZIENDALI

PROGRAMMA

INDIVIDUARE LE AREE DI MIGLIORAMENTO

Identificare ed analizzare i costi rilevanti

- I risultati economici aziendali e le diverse configurazioni di costo
- Le principali voci di costo
- Calcolo del margine di contribuzione per ASA (Area Strategica di Affari)

Impostare un piano di riduzione dei costi aziendali

- I passi di un piano di riduzione dei costi aziendali
- Approcci al miglioramento continuo: Kairyo e Kaizen
- Identificare le azioni, definire le priorità e le tempistiche di implementazione
- L'utilizzo degli indicatori di produttività

TECNICHE E STRUMENTI PER LA RIDUZIONE DEI COSTI AZIENDALI

Sviluppo prodotto: progettare a costo target

- L'impatto delle scelte progettuali sui costi
- Design To Cost / Value Engineering
- Tecniche di Design For X

Acquisti: ridurre il Costo Totale d'Acquisto

- L'incidenza dei costi di acquisto
- Il Total Cost of Ownership (TCO)
- Saving commerciali e saving tecnici

Produzione: migliorare la produttività di persone e macchinari

- Il costo del personale di produzione
- L'analisi e il miglioramento della produttività in produzione

Logistica: analisi e miglioramento dei costi di magazzino e distribuzione

- I principali costi logistici
- Le leve per l'ottimizzazione dei costi logistici

I costi di struttura

DEFINIRE, IMPLEMENTARE E MONITORARE IL PIANO DI MIGLIORAMENTO DEI COSTI

La costituzione del Team di riduzione costi

- Partecipanti del Team
- Frequenza e struttura degli incontri

Definire e monitorare il piano di miglioramento

- Definire le azioni
- Stimare il loro impatto economico
- Definire priorità, ownership e tempistiche

Il metodo A3Thinking per i progetti di miglioramento

- Redigere un piano A3Thinking
- Utilizzare un piano A3Thinking per guidare il progetto di miglioramento dei costi



G2 - TARGET COSTING E STRATEGIE DI PRODUCT PRICING

Definire i costi di prodotto per orientare la politica commerciale

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

9 - 10 marzo 2026 | 6 - 7 luglio 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Un corso fondamentale per definire la propria politica di pricing di prodotto partendo oltre che da un'analisi di mercato da una definizione e calcolo affidabile dei costi di prodotto attuali e a target. La corretta attribuzione dei costi sul prodotto e il calcolo del prezzo corretto permette di orientare la strategia commerciale migliorando la redditività e la scelta del mix di prodotto più corretta per migliorare l'utile della azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Amministratori Delegati e Direttori Generali...
- Direttore Commerciale
- Direttore Operations
- Direttore di Stabilimento
- Direttore Supply Chain/Acquisti
- Direttore Amministrazione e Finanza
- Controller di Gestione

APPRENDERETE A...

- Calcolare il product costing e pricing
- Definire le strategie di pricing per il posizionamento di mercato dei prodotti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Il posizionamento competitivo in termini di costi
- Il calcolo del costo dei prodotti: un caso di job order costing
- Il pricing dei prodotti
- Le scelte di mix di prodotti: il margine di contribuzione

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto, verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



G2 - TARGET COSTING E STRATEGIE DI PRODUCT PRICING

PROGRAMMA

Introduzione

- Il concetto di costing del prodotto
- Il concetto di pricing del prodotto

Le fasi del processo di product pricing

- Determinare il costo del prodotto
- Determinare i costi di distribuzione
- Determinare cosa il mercato è disposto a pagare
- Bilanciare i propri costi con il prezzo di mercato

Determinare il costo di prodotto

- Sistemi direct e full costing: vantaggi, svantaggi, quando impiegare l'uno o l'altro
- Sistemi a costi storici e a costi standard
- Scegliere il sistema di rilevazione dei costi: process costing, operation costing e job order costing
- Activity Based Costing: quando e come utilizzarlo
- Le configurazioni di costo: dal costo primo variabile al costo pieno aziendale
- Determinare il costo dei prodotti e valutarne la marginalità
- Il margine di contribuzione come segnale della posizione competitiva
- Prezzo e qualità percepita

Target Costing

- Identificazione valutazione delle funzioni fornite dal prodotto in ottica cliente
- Sviluppare soluzioni alternative per l'erogazione delle funzioni che massimizzino il valore complessivo del prodotto
- Analisi di mercato
 - Caratteristiche del Prodotto e posizionamento competitivo
 - Dal Target Price al Target Cost
 - Cost Management
 - Raccolta ed Analisi dei Cost Driver
 - Modello e Sistema di Preventivazione
- Target Cost
 - Revisione e/o Progettazione del Prodotto e del Processo Produttivo
 - Miglioramento Continuo

Analisi della marginalità del mix di prodotti / linee di prodotti

- Metodi di analisi della marginalità del mix di prodotti
- Strumenti decisionali per massimizzare la redditività dell'azienda

Determinare il prezzo di vendita

- Sviluppare un sistema di calcolo dei prezzi
- Valutare il vostro processo di pricing
- Ridurre le perdite nel vostro processo pricing
- Implementare strumenti per ottenere il controllo dei prezzi
- Implementare analisi e sistema di controllo e gestione per ottimizzare i prezzi
- Come fare personalizzazione di prezzo attraverso la segmentazione della clientela
- Sviluppare previsioni accurate e modelli di mercato
- Creazione del Nuovo Listino Prezzi
 - trovare il livello di prezzo ottimale
 - determinazione della struttura di sconto corretto
 - ottimizzazione dei prezzi / volumi / marginalità
 - come gestire la reazione dei concorrenti
 - costruire un nuovo processo e sistema di calcolo dei prezzi dei prodotti

Definire le strategie di posizionamento di mercato

- Strumenti per definire il Competitive Pricing
- Difendersi dai nuovi entranti
- Definire efficaci strategie di prezzo competitivo
- Come evitare le guerre dei prezzi dannosi

Definire le strategie di pricing sul mercato

- Determinare il valore del vostro brand
- Mantenere la strategia focalizzata sul valore invece di prezzo
- Sviluppare il cambiamento culturale di pricing basato sul valore

Definire le strategie di vendita

- Come rimanere concentrati su una relazione basata sul valore
- Come negoziare con prezzi guidando clienti
- Come gestire le obiezioni dei prezzi
- Come comunicare aumenti di prezzo



G3 - CONTROLLO DI GESTIONE NEL MANUFACTURING

Controllare, gestire e migliorare i risultati aziendali

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

7 - 8 maggio 2026 | 16 - 17 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Le aziende operano in contesti sempre più perturbati, con rapidi cambiamenti del mercato, delle tecnologie, dei prodotti e dei concorrenti. È importante saper gestire al meglio le attività dell'azienda, controllando le performance e prendendo decisioni basate su valide valutazioni economico-finanziarie. Obiettivo di questo corso è presentare, con un taglio pratico e concreto, i principali concetti e strumenti del controllo di gestione per le aziende manifatturiere.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori di stabilimento
- Responsabili di produzione
- Responsabili e addetti al controllo di gestione
- Addetti amministrazione e finanza
- Tutte le persone delle aree Produzione, Logistica, Acquisti, Vendite, Ingegneria e Qualità che vogliono migliorare la loro conoscenza degli strumenti di controllo di gestione

APPRENDERETE A...

- Valutare l'affidabilità economico-patrimoniale di fornitori e clienti
- Implementare ed utilizzare un sistema di contabilità analitica per un corretto calcolo del costo dei prodotti
- Effettuare analisi di make or buy
- Valutare economicamente soluzioni alternative e decidere la convenienza dei progetti
- Analizzare e ottimizzare la redditività del mix di prodotti
- Definire ed implementare un programma di riduzione dei costi
- Migliorare la mutua comprensione ed efficace collaborazione tra la funzione Finance e le altre attività aziendali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Valutare l'affidabilità economico-patrimoniale di un fornitore
- Il calcolo del costo dei prodotti: un caso di job order costing
- Le scelte di make or buy: produrre internamente o far produrre da terzi?
- Le scelte di mix di prodotti: il margine di contribuzione
- Identificare cosa sta andando meglio o peggio rispetto a quanto previsto: l'analisi degli scostamenti
- Gli indicatori di performance di produzione

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto, verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



G3 - CONTROLLO DI GESTIONE NEL MANUFACTURING

PROGRAMMA

LA CONTABILITÀ GENERALE E LA CONTABILITÀ ANALITICA

Introduzione al controllo di gestione in produzione

- Attività ed obiettivi del controllo di gestione
- I sistemi di controllo di gestione

Fondamenti di contabilità generale e sue applicazioni nell'area operations

- Il bilancio di esercizio
- Il conto economico
- Lo stato patrimoniale
- Il rendiconto finanziario
- Utilizzare gli indici di bilancio per valutare l'affidabilità economico-patrimoniale di fornitori e clienti

Determinare il costo dei prodotti: la contabilità analitica

- Differenze tra contabilità generale ed analitica
- Gli obiettivi della contabilità analitica
- Centri di costo, centri di ricavo, centri di spesa e centri di profitto
- Il piano dei conti e il piano dei centri di costo
- Le modalità di classificazione dei costi
- I metodi di calcolo dei costi

Selezionare il sistema di contabilità analitica più adeguato alla propria realtà

- Sistemi direct e full costing: vantaggi, svantaggi, quando impiegare l'uno o l'altro
- Sistemi a costi storici e a costi standard
- Scegliere il sistema di rilevazione dei costi: process costing, operation costing e job order costing
- Activity Based Costing: quando e come utilizzarlo
- Le configurazioni di costo: dal costo primo variabile al costo pieno aziendale
- Determinare il costo dei prodotti e valutarne la marginalità

I SISTEMI DI DECISIONE

Le decisioni di breve termine

- I costi evitabili e i costi non evitabili
- Il margine di contribuzione e l'ottimizzazione del mix di prodotti
- Decidere le priorità in caso di risorse scarse
- Determinare il punto di pareggio (break even analysis)
- Le analisi make or buy: produrre internamente o acquistare

Le decisioni di investimento

- Le principali tecniche di valutazione d'investimento:
 - periodo di payback
 - net present value (valore attuale netto)
 - internal rate of return (tasso interno di rendimento)
 - indice di redditività
- Quale tecnica utilizzare e come
- La scelta tra soluzioni alternative e la scelta "lease" or "buy"
- Valutare progetti di saving

I SISTEMI DI CONTROLLO

Il Budget

- Le finalità del budget
- Il master budget
- I budget operativi
- Il budget degli investimenti
- Il budget finanziario

Controllare l'andamento con il budget: l'analisi degli scostamenti

- Le fasi del processo
- Identificare le aree sotto controllo e le aree critiche: il budget flessibile e l'analisi degli scostamenti
- Analizzare gli scostamenti per i centri di ricavo
- Analizzare gli scostamenti per i centri di costo

Gli indicatori di performance nel manufacturing

- Gli indicatori di efficacia
- Gli indicatori di efficienza per materiali, manodopera e macchinari
- La misura dell'efficienza dei macchinari: OEE (Overall Equipment Effectiveness)
- La misura della produttività del personale
- Utilizzare il work sampling per analizzare la produttività di manodopera e/o impianti

Come implementare un programma di riduzione dei costi operativi

- Analizzare gli sprechi e le opportunità di miglioramento
- Definire le attività e le responsabilità delle persone coinvolte nel programma
- Implementare un sistema per la realizzazione e il controllo del programma di miglioramento



G5 - CASH FOR GROWTH: MIGLIORARE LA SITUAZIONE DI LIQUIDITÀ (CASH) PER FINANZIARE LA CRESCITA DELLA VOSTRA AZIENDA (GROWTH)

Tecniche e strumenti per monitorare e migliorare la situazione della liquidità aziendale

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

8 aprile 2026 | 8 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

In una situazione complessa e complicata come quella odierna, l'attenzione e l'oculata gestione della liquidità finanziaria favorisce e consente lo sviluppo imprenditoriale e dà sostegno alla crescita aziendale.

Questo corso è un'occasione privilegiata per approfondire gli interventi da implementare per favorire il miglioramento della situazione di liquidità finanziaria e, più in generale, attuare politiche di creazione del valore in azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Amministratori Delegati e Direttori Generali
- Direttore Amministrazione, Finanza e Controllo
- Direttore Operations, Direttore di Stabilimento, Direttore Supply Chain / Acquisti, Direttore Commerciale
- Controller di gestione
- Responsabile logistica, Buyer, Responsabile di Produzione

APPRENDERETE A...

- Analizzare la situazione di liquidità
- Prevedere i flussi di cassa prospettici
- Utilizzare i principali strumenti di ottimizzazione della liquidità
- Comprenderne i vantaggi, svantaggi e le opportunità offerte

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi della situazione di liquidità aziendale
- Stima dei flussi di cassa prospettici
- Analisi e ottimizzazione delle scorte
- Valutazione dei principali strumenti di ottimizzazione della liquidità

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici



G5 - CASH FOR GROWTH: MIGLIORARE LA SITUAZIONE DI LIQUIDITÀ (CASH) PER FINANZIARE LA CRESCITA DELLA VOSTRA AZIENDA (GROWTH)

PROGRAMMA

DEFINIRE GLI OBIETTIVI, LE AREE DI MIGLIORAMENTO E LE MODALITÀ DI INTERVENTO

Capire i meccanismi chiave di generazione di cassa (liquidità)

- Richiami su Bilancio
- Il rendiconto finanziario
- L'equilibrio Fonti / Impieghi, Working Capital, Net Cash Flow

Controllare la situazione di liquidità

- Crescita e fabbisogno finanziario
- Gli indici di liquidità e di rotazione del capitale investito
- Liquidità e rischio di fallimento aziendale
- Il monitoraggio della situazione di liquidità

Analizzare i flussi di cassa prospettici

- L'utilizzo del budget e del rendiconto finanziario per definire i flussi di cassa prospettici
- Analizzare i flussi di cassa previsti
- Identificare i fabbisogni finanziari

Concepire le modalità d'intervento all'interno della vostra azienda

- Chi è coinvolto e quali sono le aree di intervento
- Identificare le principali leve operative sulle quali ciascuno deve agire
- Il piano d'azione e il monitoraggio dei risultati

LE AREE DI INTERVENTO E GLI STRUMENTI PER MIGLIORARE LA SITUAZIONE DI LIQUIDITÀ

Investimenti e progetti

- Determinare la priorità e l'impatto sulla tesoreria dei singoli progetti
- Definire il budget degli investimenti, controllare la sua implementazione e i risultati

Gestione delle scorte

- Ottimizzare lo stock di materie prime, WIP e prodotti finiti
- Procedere all'abbattimento e prevenzione degli obsoleti e alla riduzione dello slow moving
- Attuare logiche di supply chain evolute (es.: milk run, consignment stock, VMI, inventory finance)

Crediti clienti

- Stabilire uno stretto legame tra condizioni di pagamento e politica tariffaria
- Accelerare il processo di fatturazione a clienti
- Monitorare e gestire gli incassi ed insoluti
- Valutare soluzioni di assicurazione dei crediti
- Soluzioni finanziarie tradizionali (anticipo fattura, factoring tradizionale)
- Soluzioni innovative di supply chain finance (reverse factoring, purchase order finance, invoice auction)

Debiti Fornitori

- Migliorare la capacità negoziale (contratti, strumenti, procedure ed organizzazione)
- Analizzare la puntualità di consegna e ottimizzare le condizioni di pagamento
- Valutare soluzioni di supply chain finance (dynamic discounting, reverse factoring)
- Attuare una rigorosa gestione di consegne, garanzie, controversie, ...

Attività di produzione e gestione della "catena di produzione"

- Favorire la riduzione di immobilizzi (leasing, noleggi, sell&lease back...) e spese posticipabili
- Valutare l'outsourcing di attività non strategiche (scelte di make or buy)
- Migliorare la capacità previsionale e il sistema di programmazione della produzione
- Passare da una produzione spinta dall'offerta ad una trainata dalla domanda (approccio lean manufacturing)



G6 - L'USO DI EXCEL PER IL CONTROLLO DI GESTIONE

Utilizzare Excel in modo efficace ed efficiente per il Controllo di Gestione

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

26 - 27 febbraio 2026 | 14 - 15 luglio 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Nel controllo di gestione è fondamentale saper analizzare tempestivamente i dati, elaborarli e rappresentare i risultati delle analisi in modo efficace per supportare il management nella presa di decisioni. Excel è il software più utilizzato a livello aziendale ed in particolar modo nell'ambito del controllo di gestione. Spesso non viene utilizzato al meglio delle sue potenzialità, con dispersione di tempo e una condivisione non efficace di informazioni al management. Il corso affronta le principali funzionalità di Excel in ottica di controllo di gestione per l'analisi dei dati, il supporto nella presa di decisioni (analisi make or buy, valutazione progetti, ...), le analisi di sensitività e la condivisione dei risultati.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Amministrazione, Finanza e Controllo di Gestione
- Controller
- Addetti all'amministrazione, contabilità, finanza e controllo di gestione
- Tutti coloro che vogliono approfondire l'utilizzo di Excel per le attività di Amministrazione, Finanza e Controllo di Gestione

APPRENDERETE A...

- Utilizzare efficacemente le formule matematiche di Excel
- Acquisire la sintassi delle principali funzioni logiche e di ricerca
- Utilizzare le principali funzioni finanziarie di Excel
- Ottimizzare i tempi collegando dati tra più fogli e cartelle
- Utilizzare le tabelle pivot per le analisi
- Fornire rappresentazioni efficaci delle analisi svolte mediante l'utilizzo di tabelle e grafici avanzati
- Utilizzare Excel per dare valore al proprio lavoro

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercizi applicativi di Excel in ambito di controllo di gestione e finanza
- Valutazione finanziaria di un progetto
- Break Even analysis
- Utilizzo delle tabelle pivot per l'analisi delle marginalità dei prodotti

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi pratici
Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



G6 - L'USO DI EXCEL PER IL CONTROLLO DI GESTIONE

PROGRAMMA

Le principali caratteristiche di Excel

- La terminologia di Excel
- Le principali caratteristiche dei fogli Excel

Azioni su fogli e celle

- Inserire, cancellare, raggruppare e copiare i fogli
- Dividere un foglio, utilizzare le finestre multiple
- Formattare le celle, caratteri, bordi
- Utilizzare la convalida dei dati

Gestire i riferimenti di cella e collegamenti

- Riferimenti assoluti, relativi e misti
- Gestire i collegamenti tra vari file Excel

LE PRINCIPALI FUNZIONI DI EXCEL PER IL CONTROLLO DI GESTIONE

Funzioni di testo

ANNULLA.SPAZI, CONCATENA, DESTRA, SINISTRA, STRINGA.ESTRAI

Funzioni matematiche, statistiche e condizionate

SOMMA, SOMMA.SE, SOMMA.PIU'.SE, MEDIA, CONTA.SE, CONTA.PIU'.SE

Funzioni di data

ADESSO, DATA, SETTIMANA, MESE, TRIMESTRE, ANNO, ...

Funzioni di ricerca

CERCA.VERT, CERCA.ORIZZ, CONFRONTA, indice

Funzioni logiche

SE (semplice e a cascata), E, O, SE.ERRORE

La funzione SUBTOTALE

La funzione SUBTOTALE e l'utilizzo dei filtri

Funzioni finanziarie

AMMORT, AMMORT.COST, INTERESSE.RATA, RATA, TIR, COST, VAN

Funzioni informative

VAL.VUOTO, VAL.ERR, VAL.NON.DISP, VAL.TESTO, ...

ANALIZZARE I DATI E FORNIRE REPORTISTICHE EFFICACI

Tabelle e tabelle pivot

- L'utilizzo di tabelle
- Le tabelle pivot
- Filtri sulle tabelle pivot
- Campi calcolati

Utilizzare formattazioni e grafici efficaci

- Le principali modalità di formattazione condizionale
- I principali tipi di grafici
- Grafici su due assi
- Grafici pivot

APPLICAZIONI DI EXCEL IN AMBITO FINANZIARIO E DI CONTROLLO DI GESTIONE

Centri di costo e calcolo del costo orario

- Centri di costo
- Determinazione dei costi orari

Calcolo di costi e marginalità

- Calcolo dei costi di prodotti
- Analisi della marginalità

Costruzione di un conto economico prospettico e analisi di break even

- Riclassificazione di conto economico
- Calcolo del margine di contribuzione
- Analisi di break even
- Utilizzo della ricerca obiettivo

Valutazione economico-finanziaria di un progetto

- Definizione dei flussi di cassa differenziali
- Determinazione del periodo di payback, valore attuale netto e tasso interno di rendimento

I CORSI DI FORMAZIONE PER AREA



SVILUPPO PRODOTTO



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

LA PAROLA AI PARTECIPANTI

"Tutto molto interessante e da attuare immediatamente in azienda."

Alessandro D'Avino

R&D INDUSTRIA ITALIANA AUTOBUS SPA

"Mi è piaciuto molto questo corso, il docente è molto competente e interessante da ascoltare grazie ai tanti esempi anche di vita vissuta. Tanti spunti di riflessione e molto divertente e creativo anche la risoluzione degli esercizi. Un giorno in più sarebbe stato anche meglio!"

Tiziano Cocciarelli

HW System & Integration Engineer RHEINMETALL ITALIA SPA

"Azioni concrete da implementare in azienda dopo il corso: Sensibilizzazione della direzione sull'importanza delle analisi FMEA."

Serafino Verzeni

Responsabile Programmazione Elettronica BELOTTI SPA

"Azioni concrete da implementare in azienda dopo il corso: Standardizzazione gruppi, Integrazione tra più reparti per discutere su nuovi progetti, verifica dei gruppi più utilizzati ed adattare il VA-VE e Riduzione costi di gruppo."

Filippo Bergonzani

Divisione Packaging (Seamer) CFT SPA

"Ho partecipato a più corsi con VALEOin. Relatori molto formati, slide e tempistiche corsi ben strutturate."

Alessandro Pojer

Responsabile Tecnologia & Processi E-PHARMA TRENTO SPA

"Due giorni molto intensi ed estremamente ricchi di stimoli."

Ciro Raia

Product Design Manager RFT SPA

"Chiarezza degli argomenti trattati applicabili da subito in Azienda."

Francesco Nosotti

Project Manager SCOTSMAN ICE SRL

"Molteplici argomenti trattati con ottimi spunti di approfondimento da fare con dei libri suggeriti."

Alessandro Fasi

NPD Design Engineering Manager TEREX ITALIA SRL

"Metodologia impiegata molto diretta e coinvolgente."

Gian Paolo Travini

Direttore Tecnico INDEL B SPA



S4 - DIRETTORE PROGETTAZIONE

Innovare il prodotto e l'organizzazione del suo sviluppo in modo efficiente ed evoluto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

30 - 31 marzo 2026 | 6 - 7 luglio 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso, estremamente concreto, permette ai partecipanti di definire e implementare con successo le strategie e le tattiche di miglioramento delle performance della Direzione Tecnica, sia in termini di efficienza, quindi di costi di sviluppo e di prodotto, sia in termini di efficacia, quindi di Time To Market e qualità del Progetto.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori e Responsabili Progettazione
- Direttori Tecnici
- Capi Progetto/Industrializzazione
- Responsabili di Prodotto

APPRENDERETE A...

- Relazionarsi col cliente e comprendere le sue aspettative. Interagire con le altre funzioni aziendali, agendo nei vincoli di enti terzi, regolamenti e normative in continua evoluzione
- Identificare i fattori di successo per ottenere rapidamente un good & fast design
- Identificare know-how e le competenze necessarie a un progetto di sviluppo prodotto; migliorare competitività prestazionale e comprimere i tempi di rilascio
- Come coinvolgere i collaboratori con deleghe strutturate e stili motivazionali adattativi ai contesti e alla loro livello di maturità

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Check list di valutazione del proprio processo di progettazione
- Mappatura delle competenze (Matrice di Polivalenza) e stesura di un piano di crescita individuale e di squadra
- Definizione di modello organizzativo e di processo di progettazione
- Dalla progettazione tradizionale sequenziale alla progettazione in parallelo con il Concurrent Engineering
- Ciclo di sviluppo del prodotto con il Design to Cost e con il Quality Function Deployment
- Mappatura del bisogno-cliente con il metodo FAST

I PLUS:

Durante le giornate di incontro verrà richiesto ai partecipanti di sviluppare un piano strategico-tattico per la propria funzione. Questo dovrà coinvolgere sia la sfera delle competenze professionali qui condivise (personali e della propria squadra), sia quella più comportamentali (personale e della propria squadra).

Alla fine del corso, in sede di de-briefing, verranno discusse le esigenze di ogni partecipante e, conseguentemente, suggerite azioni di cambiamento.



S4 - DIRETTORE PROGETTAZIONE

PROGRAMMA

La funzione progettazione: obiettivi e fattori di successo

- Responsabilità della funzione progettazione rispetto a tempi, costi e qualità
- Strategie di innovazione tra paesi europei, USA e Far East
- Le 4C con cui la progettazione deve confrontarsi
- Struttura, ruoli e mansioni e relazioni con le altre funzioni aziendali
- Come monitorare prestazioni e produttività garantendo la qualità del prodotto
- Redigere un tableau de bord esaustivo di KPI per l'area progettazione

Il Piano di sviluppo prodotto (PSP)

- Stato attuale del proprio processo di sviluppo prodotto (nuovo/modificato)
- Il ciclo SCIP: dalle Specifiche, alla Concezione, all'Industrializzazione e la Produzione del prodotto
- Distribuzione ottimale di sforzi e rischi
- Passare da un approccio con sviluppo "sequenziale" a un approccio "sincrono": il Simultaneous Engineering di ESA e la sua "traduzione" in pratiche aziendali
- Coinvolgimento del fornitore nel processo di progettazione con il Co-design
- La gestione del team di progetto e dei suoi attori (leader, altre risorse)

Gestire un progetto di sviluppo prodotto

- Project management e risk management applicati al processo PSP
- La matrice attività/responsabilità di progetto
- Gestione e controllo dei costi di progetto (S-Curve e Line of Balance)
- Sistema di pianificazione e controllo industriale di progetto
- Milestones, fasi e sottofasi del programma
- Gestione del flusso delle informazioni lungo il ciclo di sviluppo del prodotto

Strumenti per la riduzione dei costi di sviluppo e dei tempi

- Lean Design
- Re-engineering del processo progettuale grazie alla rimozione sistematica delle inefficienze e delle attività inutili, non pagate dal cliente (azienda e cliente finale)

Value Engineering:

- Progettare e riprogettare in funzione della qualità percepita e misurata dal cliente, con un target cost di riferimento. BRP – Blue & Red Profile™ che sintetizza il confronto fra il prodotto ideale (Blue) e la prestazione attuale resa (Red). Avviare quindi design review funzionali sulle prestazioni maggiormente sparametrate

Design for Variety:

- Identificare grazie a semplici matrici di attributi d'uso e di schede tecniche gli elementi a distinta da "standardizzare" e rendere invarianti rispetto a forecast d'evoluzione prestazionale per differenti usi e/o futuri riposizionamenti di mercato del prodotto

Design for Manufacturing & Assembly:

- Principi costitutivi, matrici di selezione delle features da sottoporre a design review/standardizzazione
- Tecniche di creatività a supporto dello sviluppo di nuove soluzioni: Mind Maps, Creativity Templates, TRIZ con esempi presso aziende italiane ed estere

Gestione dei collaboratori e del team working di progetto

- Sviluppare il potenziale e le competenze dei propri collaboratori
- Mappare le competenze e definire un loro piano di sviluppo
- Coinvolgere efficacemente tutti i membri del team nel piano di sviluppo
- Pilotare il gruppo verso il risultato e la condivisione degli obiettivi
- Sviluppare la propria leadership, motivare e coinvolgere i collaboratori

Lesson Learned – Capitalizzare la conoscenza appresa lungo un progetto



S14 - CUSTOMER VOICE

Dalla Blue Ocean strategy, al Kano Model fino ad una VOC strutturata

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

18 - 19 febbraio 2026 | 7 - 8 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Viviamo un contesto competitivo dove l'offerta supera la domanda e dove le imprese si sforzano per ottenere un vantaggio competitivo duraturo nel tempo, cercando di battere la concorrenza con vere e proprie guerre di marketing per strappare quote di mercato ai propri rivali.

Le aziende concentrano tutti i loro sforzi nell'incessante benchmarking verso le imprese concorrenti, provando in ogni modo a replicare o superare la performance degli altri attori sul mercato.

In tale contesto è invece importante allontanarsi sempre di più da questa tendenza e cercare di porre il proprio focus principalmente sui consumatori finali per capire quali siano le loro vere esigenze e creare un prodotto o servizio adeguato.

A CHI È RIVOLTO

- Imprenditori
- Product Manager
- Addetti all'area Marketing e Vendite
- Marketing Manager/Director (o facenti funzione)
- Responsabili/Direttori Commerciali (o facenti funzione)
- Staff Area Marketing e Vendita
- Componenti della Direzione Commerciale
- Responsabili Comunicazione Aziendale

APPRENDERETE A...

- Ragionare sull'innovazione di valore
- Disegnare uno Strategy Canvas
- Analizzare il Framework delle 4 azioni
- Identificare i 6 principi per formulare la strategia di successo

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Attraverso un caso reale saranno affrontate tutte le fasi e gli strumenti della strategia Oceano Blu

I PLUS:

- Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti



S14 - CUSTOMER VOICE

PROGRAMMA

La Blue Ocean Strategy

- Il modello delle 5 forze competitive e le strategie competitive di Porter
- Innovazione di valore, trade-off tra costo e valore
- I principi della strategia: il quadro strategico (Strategy Canvas)
- Il framework delle quattro azioni
- La creazione di una strategia
- I 6 principi per formulare la strategia di successo
- I 4 ostacoli organizzativi da superare

Portafoglio di prodotti

- Ciclo di vita del prodotto
- Costruire il mix di prodotti di successo: la Matrice BCG
- Fattori condizionanti il successo di prodotto
- Creare una Qualità visibile per i Clienti
- Concetto di Voice Of the Customer (VOC)
- Il modello di Kano per il WOW Effect
- Uso dei canvass per interpretare le risposte

Benchmarking di Prodotto

- L'analisi competitiva SWOT
- Metodo dei profili
- Prodotto rivisitato vs. aumentato

Progettare la Qualità delle proprie soluzioni

- Il Quality Function Deployment di Akao
- La metodologia Hoshin Kanri e la X_Matrix
- QFD come "matrici" interconnesse per la minima distorsione informativa
- Il modello della "Casa della Qualità" e sue componenti significative
- Concetto di Voice Of the Process (VOP)
- Qualità come (VOC / VOP)
- La dispersione nei processi (sigma) e alcuni driver di capability (Cp,Cpk, Cpm)
- Organizzare le Customer Needs: F.A.S.T. Analysis
- Adattamenti progettuali ed extra-costi prestazionali
- Il Value Engineering di Prodotto (VA/VE) e sue applicazioni concrete



S15 - MODELLI AGILE E PLAN-DRIVEN NELLO SVILUPPO DI PRODOTTI

Modelli tradizionali dello SNP: Decision Stage (Stage & Gate) model

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
23 luglio 2026 9 dicembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il sistema Stage-Gate è un modello Plan-Driven in quanto l'obiettivo del progetto consiste nel migliorare l'efficienza e l'efficacia di un prodotto esistente o di sviluppare un prodotto con determinate caratteristiche. Si tratta di un modello sia concettuale sia operativo che permette di giungere alla realizzazione di un prodotto partendo dalla nascita dell'idea ed arrivando al suo lancio sul mercato. Si può applicare a qualsiasi contesto e settore industriale o di ricerca, indipendentemente dalla complessità del prodotto, ha quindi una valenza universale.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori e Responsabili Progettazione
- Progettisti
- Industrializzatori
- Product Manager
- Quality engineers
- Ufficio Tecnico
- Team leader
- Project Manager
- Manager coinvolti nella gestione dei progetti

APPRENDERETE A...

- Analizzare le fasi tipiche di un processo Stage-Gate
- Comprendere le differenze tra una metodologia Waterfall e una Agile
- Conoscere i 6 principi di SCRUM
- Analizzare l'organizzazione in logica Agile
- Identificare le attività time-boxed
- Saper utilizzare gli strumenti Scrum
- Conoscere i modelli ibridi Agile-Stage and Gate

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Attraverso un caso reale saranno affrontate tutte le fasi e gli strumenti del modello Plan-Driven

I PLUS:

- Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti



S15 - MODELLI AGILE E PLAN-DRIVEN NELLO SVILUPPO DI PRODOTTI

PROGRAMMA

ACCENNI ALLE CLASSICHE METODOLOGIE DI GESTIONE DEI PROGETTI A CASCATA

Il Modello Stage & Gate

- Idea Stage: Generazione e acquisizione di idee
- Gate 1: Selezione dell'idea
- Stage 1: Scoping e valutazioni preliminari
- Gate 2: Seconda selezione delle idee e analisi finanziarie
- Stage 2: Creazione del Business Case
- Gate 3: Inizio dello sviluppo del prodotto
- Stage 3: Lo Sviluppo
- Gate 4: Via ai test per la validazione
- Stage 4: Test e validazione finale
- Gate 5: Lancio del prodotto
- Stage 5: Implementazione del processo produttivo e lancio sul mercato

La metodologia AGILE: Scrum

- I 6 principi Scrum
- I principali elementi: Organizzazione, Attività e Strumenti
- L'organizzazione nel team Scrum
- Gli Sprint e le attività time-boxed
- Gli strumenti degli Sprint
- Il funzionamento dei singoli Sprint

I modelli Ibridi: Agile Stage & Gate

- Gestione Strategica, Tattica ed Esecutiva
- Le tre A: Adattabilità, Agilità e Accelerazione
- Lo Scrum nell'Agile-Stage-Gate
- Lo Stage-Gate nell'Agile project management



S7 - CAPO TEAM TECNICO

Saper comunicare, dirigere, decidere e motivare il proprio team, il proprio capo e altri colleghi

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

10 - 11 marzo 2026 | 29 - 30 giugno 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Questo corso è fortemente esperienziale. Nelle due giornate di incontro si darà applicazione immediata ai necessari concetti teorici con ben 15 fra casi di studio, simulazioni video, self-test. Con tali esercitazioni, tutte da situazioni reali, si permetterà ai partecipanti di testare off-line le proprie capacità di “capo”, verificando con de-briefing metodologici formali e informali da parte del docente esperto le migliori pratiche comportamentali. Al termine dell'incontro si definiranno delle aree di miglioramento personale, riassunte in una proposta di piano d'azione.

A CHI È RIVOLTO

- Team Leader
- Responsabili di Progettazione
- Direttori Tecnici di nuova nomina
- Responsabili di Servizi Tecnici e di Staff
- Capi Ufficio Tecnico

APPRENDERETE A...

- Mettersi in gioco, sperimentando in aula di persona, i migliori comportamenti e le più appropriate tecniche di gestione di un team di tecnici
- Comprendere il ruolo di direttore tecnico con enfasi all'ascolto, alla definizione di obiettivi, all'interazione con altri servizi e funzioni aziendali
- Comprendere il ruolo della delega, dell'esempio e dell'influenza con azioni di leadership “situazionale”
- Riuscire ad attivare nel gruppo la coesione, aiutando tutti a sviluppare il proprio potenziale

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- La gestione del tempo
- La comunicazione all'interno del team
- La motivazione dei collaboratori

I PLUS:

Nell'incontro saranno sviluppati assieme ai partecipanti più di 15 fra business cases, self test e simulazioni. Ciò consentirà a ognuno di verificare da subito le proprie capacità di leader e motivatore, nonché come gestire obiettivi e tempistiche delle attività di ogni progetto

Ogni sezione didattica avrà un de-briefing dedicato, da cui sintetizzare alla fine del progetto un piano di improvement personale e dei suggerimenti all'azienda



S7 - CAPO TEAM TECNICO

PROGRAMMA

L'ambizione come "motore" di una efficace guida della squadra

- Riuscire a parlare chiaro ai propri uomini e al proprio capo
- Vedere chiaro, senza fraintendimenti obiettivi, rischi e opportunità
- Gestire il tempo e la complessità del proprio spazio d'azione

Analizzare il ruolo di capo: competenze, capacità e atteggiamenti

- Individuazione propri punti di forza e di debolezza con metodo
- I profili opposti: capo "tecnico" e capo "gestore"
- Confronto con le 10 qualità di un capo e margini di azione personali

Saper assegnare le attività a sé e ai propri collaboratori

- Come essere leader, capace di lavorare efficacemente col gruppo
- Saper fare "funzionare" il gruppo e come invece no. Esempi
- Comportamento e stile comunicativo (fatti/opinioni/sentimenti)

Creare un clima propositivo che motiva il gruppo e ottiene risultati

- Saper "sorvolare" sulle qualifiche funzionali, rifocalizzando il gruppo
- Come prescrivere gli obiettivi e le aspettative prestazionali
- Pregiudizi e ostacoli al lavoro di gruppo. Verso il "vinci tu-vinco io"
- La delega come moltiplicatore di tempo. La matrice di Eisenhower

Allontanare la paura di dover gestire un conflitto interpersonale

- Favorire la corretta comunicazione con/tra i collaboratori
- Gestire fraintendimenti e incomprensioni: segnali e semplici rimedi
- La comunicazione non verbale come integratore di conoscenze

Saper condurre efficaci colloqui con i propri collaboratori

- Valutare obiettivi e risultati, predisponendo piani di sviluppo futuri
- Come assicurare la circolazione delle informazioni. Il feedback
- Essere sicuri di aver messo la persona giusta al posto giusto
- Saper identificare le differenti "personalità" e motivarli (T/I/G profile)

Come far diventare il capo un membro entusiasta del proprio team

- Sintonizzarsi con i suoi bisogni, problemi, prassi e metodi di lavoro
- Sostenere la circolazione delle informazioni nel team, con opportune comunicazioni, reportistiche e tableau de bord (KPI)



S5 - FORMAZIONE PRATICA PROGETTISTI

Innovare il prodotto e l'organizzazione del suo sviluppo in modo efficiente ed evoluto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

1 - 2 aprile 2026 | 9 - 10 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il Progettista efficace è chi, comprendendo le esigenze del Cliente, riesce a focalizzarsi sulle attività che generano valore aggiunto e migliorano le performance del prodotto (riduzione dei costi e miglioramento delle specifiche) in ottica di generazione di Valore per il mercato. Il corso offre l'opportunità di avere un quadro complessivo del processo di sviluppo prodotto con l'approfondimento di tecniche progettuali per migliorare immediatamente le proprie attività e garantire all'azienda un miglioramento concreto.

A CHI È RIVOLTO

- Progettisti e collaboratori dell'Ufficio Tecnico
- Ingegneri e tecnici di progettazione e modifica del prodotto
- Industrializzatori di prodotto

APPRENDERETE A...

- Come partecipare attivamente a progetti di sviluppo, garantendo qualità tecnica, pieno controllo dei costi, rispetto dei tempi di consegna previsti dal programma
- Padroneggiare l'organizzazione del lavoro e interagire con efficacia con tutte le funzioni aziendali coinvolte nel processo di progettazione
- Concepire il prodotto secondo logiche avanzate di team working interfunzionale come Lean Design e Target Costing
- Utilizzare metodi e strumenti efficaci di creatività e valutazione di nuove idee e soluzioni
- Saper comunicare efficacemente ad altri quanto progettato

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- I partecipanti approfondiranno con esercitazioni specifiche alcuni punti del programma condivisi come "must" dal gruppo
- Saranno sviluppate analisi FMEA su propri prodotti o procedure per evidenziare aree di miglioramenti sostanziali nel workflow
- Saranno condotte e simulate con il relatore esempi di FAST
- In Self Test: ricerca di sprechi nella procedura di sviluppo AS-IS

I PLUS:

- Seguirà un debriefing metodologico al termine del corso



S5 - FORMAZIONE PRATICA PROGETTISTI

PROGRAMMA

La Progettazione e l'azienda di oggi

- Innovare per la redditività: trend e strategie di innovazione europea a confronto
- Le 4C del Progettista (Creativity, Complexity, Choice, Compromise)

Progettare secondo una procedura robusta

- Perché progettare con metodo: il Processo Sviluppo Prodotto (PSP) e sue fasi
- Esempi di alcuni KPI di progetto e Matrice delle Responsabilità

Lean Design

- Sviluppo prodotto e sua revisione "value stream" con la caccia agli sprechi
- Principi di Lean Design e esemplificazione da progetti recenti

Concurrent Engineering

- Contrasto tra progettazione sincrona (concorrente) e asincrona (tradizionale)
- Tecniche a supporto della progettazione sincrona e fattori che la promuovono

Azione sui fornitori

- Criteri di utilizzo dei collaboratori e degli studi esterni di progettazione
- Segmentazione dell'albo fornitori per categorie merceologiche e piani di azione

Gestione armoniosa della commessa progettuale

- Coordinare al meglio risorse e attività necessarie al delivery dell'Ufficio Tecnico
- Uso del project management e simulazione di commessa (Gantt/PERT)

Scelta della soluzione progettuale

- Selezione multi-attributo del progetto migliore (metodo AHP)
- Criteri-guida per impatto, sforzo e rischio per la giusta scelta

Ruolo della Specifica

- Ciclo SCIP (Specifica Concezione Industrializzazione Produzione)
- Cosa deve individuare una specifica e quali informazioni deve contenere

Design for Value (VA/VE)

- Concetto di uso-cliente di un prodotto/impianto e calcolo del suo Target Cost
- VA/VE - Value Analysis/Engineering: principi di progettazione funzionale

Design for Performance

- VOC (Voice of the Customer) e VOP (Voice of the Process)
- Difetti e competitività: analisi FMEA a supporto di un buon progetto

Design for Variety (DFV)

- Gestire con metodo la complessità: ricerca di standard e moduli
- Standardizzare e semplificare il design con semplici indici di varietà (GVI/CI)

Industrializzare la soluzione

- Legame tra Progettazione e Industrializzazione.
- DFM&A (Design for Manufacturing & Assembly): obiettivi, fasi, check list

Verificare e validare la soluzione

- Ruolo delle prove e del riesame di progetto con le verifiche funzionali
- Sto progettando bene? Il DOE (Design Of Experiment) per "good design"

Gestire le modifiche

- Tipi di modifiche e flowchart delle possibili origini delle modifiche progetto
- Data collection e stratificazione delle cause di modifica

Aspetti di sicurezza di un progetto

- Verifica di avanzamenti e costi e definizione di eventuali azioni correttive
- Aggiornamento del programma e relative comunicazioni

KPI del processo di progettazione

- Come migliorare il processo progettuale
- Esempi di KPI per la progettazione



S2 - LA TECNICA FMEA/FMECA

Migliorare l'affidabilità del prodotto e processo

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

18 marzo 2026 | 18 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La tecnica FMEA è un approccio robusto per garantire l'affidabilità di un prodotto o di un sistema produttivo. Questa metodologia consente di progettare il prodotto e il processo produttivo studiando e prevenendo sistematicamente le modalità e gli effetti di guasti e non conformità sia degli impianti che dei prodotti e rimuovere le cause che li determinano.

A CHI È RIVOLTO

- Progettisti e Responsabili della Progettazione
- Responsabili Qualità
- Responsabili Manutenzione/Produzione
- Responsabili Industrializzazione
- Tutte le persone interessate a ottimizzare l'affidabilità dei propri prodotti e processi produttivi

APPRENDERETE A...

- Impostare un'analisi FMEA/FMECA efficace
- Completare un'analisi FMEA di prodotto e di processo e assicurarne i benefici
- Conoscere altre tecniche di analisi dei rischi (Fault Tree Analysis, HAZOP, ...) e scegliere quale è la più appropriata da utilizzare

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Calcolo degli indici di valutazione dei guasti (MTBF, MTTR, affidabilità, ...) in termini di frequenza di accadimento e magnitudo
- FMECA di prodotto: analisi delle funzioni e causali di non conformità del prodotto
- FMECA dei processi: scomposizione delle attività, definizione delle criticità
- Analisi dei mezzi di produzione: sviluppo e applicazione delle metodologie di analisi degli impianti e macchinari finalizzata ad un incremento dell'affidabilità

I PLUS:

- Approccio pratico e concreto
- Discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti



S2 - LA TECNICA FMEA/FMECA

PROGRAMMA

Introduzione alla tecnica FMEA/FMECA

- Principi ed obiettivi della tecnica FMEA
- I campi di applicazione
- Design Failure Mode and Effect Analysis (D-FMEA) e Process Failure Mode and Effect Analysis (P-FMEA)

Definire gli indici di valutazione del guasto in termini di frequenza e impatto

- M.T.B.F. (Mean Time Between Failure)
- M.T.T.R. (Mean Time To Repair)
- L'incidenza sull'affidabilità dei macchinari
- L'incidenza sulla qualità del prodotto
- Indice di individuabilità
- Il Risk Priority Number (RPN)

Utilizzare la tecnica FMECA per migliorare l'affidabilità e ridurre i costi di non qualità dei prodotti

- Le fasi per l'attuazione di una FMECA di prodotto
- L'analisi funzionale del prodotto e le ipotesi di riferimento (vita utile, condizioni d'uso, prestazioni attese, ...)
- L'analisi funzionale dei componenti: identificare le modalità di guasto che generano non conformità nel prodotto
- Quantificare gli effetti di ogni non conformità
- Identificare le cause che generano le non conformità
- Pianificare e implementare azioni correttive per ridurre la criticità
- Utilizzare la tecnica FMEA nello sviluppo di nuovi prodotti

L'analisi FMECA di processo

- L'analisi del processo di officina
- L'analisi del processo di assemblaggio/montaggio
- Definire le attività critiche
- Analizzare le conseguenze sul prodotto
- Pianificare e implementare azioni correttive per incrementare l'affidabilità del processo

Utilizzare la tecnica FMECA per migliorare l'affidabilità dei macchinari/impianti

- L'analisi delle singole macchine del processo produttivo
- La scomposizione delle macchine in componenti critici
- L'analisi delle modalità, cause ed effetti di malfunzionamenti e fermate
- Quantificare le criticità e priorità d'azione
- Pianificare e implementare azioni correttive per ottimizzare l'affidabilità di macchinari e impianti

Cenni ad altre modalità di gestione dei rischi: differenze con FMEA/FMECA e quando utilizzarle

- Fault Tree Analysis (F.T.A.)
- Event Tree Analysis (E.T.A.)
- Hazard and Operability studies (HAZOP)



S12 - APPLICARE AIAG VDA FMEA

Il nuovo approccio integrato di progettazione robusta di un prodotto Automotive

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
8 maggio 2026	18 dicembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Gli Enti AIAG e VDA hanno rilasciato un comune format di FMEA, capace di integrare le rispettive best practice. Questo nuovo approccio sostituisce l'attuale AIAG FMEA 4th Edition.

Nella nuova proposta metodologica sono state apportate modifiche significative a DFMEA e PFMEA, oltrechè proposto un modello opzionale di DFMEA orientata alla User Experience (FMEA MSR).

Per professionisti del settore Automotive è questa una indispensabile conoscenza da padroneggiare, altrettanto utile per tecnici esperti operanti in altri settori che vogliano meglio definire e garantire le Customer Needs.

A CHI È RIVOLTO

- Progettisti di prodotto / processo
- Ingegneria di produzione / manutenzione
- Quality engineers

APPRENDERETE A...

- Comprendere i punti più rilevanti della AIAG & VDA FMEA del 2019 e i rispettivi benefici in termini di "robustezza", "prestazioni", "efficacia" ed "efficienza" del "processo di costruzione" della FMEA
- In sede di incontro si condivideranno i principali cambiamenti indotti all'approccio tradizionale della FMEA (di progetto, di processo) dal nuovo approccio "funzionale" richiesto dalla AIAG VDA FMEA del 2019 e come applicarli alla propria realtà grazie a dei case studies

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Per ogni punto del programma vi saranno esemplificazioni
- Si condivideranno matrici e tools di supporto utili alla compilazione della FMEA corrispondente

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici

Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



S12 - APPLICARE AIAG VDA FMEA

PROGRAMMA

Introduzione

- Il processo di Sviluppo della FMEA
- Analisi funzionale (FAST) per identificare le funzioni di un componente / attività
- Identificare le modalità di guasto che potrebbe un componente / attività a NON svolgere la funzione prevista
- Sviluppare un "profilo di rischio" grazie alla stima della gravità di ciascuna modalità di guasto e la "robustezza" dei controlli di prevenzione e di rilevamento correnti
- Utilizzare il "profilo di rischio" come base per un migliore processo decisionale e intraprendere le azioni appropriate per soddisfare le aspettative desiderate

I principali cambiamenti indotti dalla AIAG&DVA FMEA

- Approccio "7 Steps" per DFMEA, PFMEA e DFMEA-MSR
- Il processo "7 Steps"
 1. Scope Definition
 2. Structural Analysis
 3. Functional Analysis (FAST)
 4. Elements of FMEA
 5. Failure Analysis
 6. Risk Analysis
 7. Optimization and Communication
- Sua utilità per una rigorosa documentazione e comunicazione dei rischi "tecnici"

Miglioramento della "Pianificazione e Preparazione" della FMEA

- Uso del "Boundaries Diagram" per definire i limiti dell'analisi (cosa è incluso e cosa no)
- L'uso dei 5T (FMEA inTent, Timing, Team, Task, Tools)
- Preparazione di una FMEA "baseline" utile benchmark da aggiornare man mano che si acquisiscono informazioni (es: lesson learned)
- Definizione di ruoli e responsabilità (Management, Technical lead, Facilitator, Team Members)

Aumento dei "Criteria Specificity"

- Specificità nei criteri di scelta per [Severity, Occurrence e Detection]
- Efficacia dei controlli preventivi e correttivi
- Uso di conoscenze più puntuali per prodotto e processo
- Uso di conoscenze più puntuali dai metodi di rilevamento

"Action Priority" (AP) a sostituzione del punteggio RPN - Risk Priority Number

- AP e livelli di Severity, Occurrence e Detection
- Livelli gerarchici di rischio [High;Medium;Low]

Creazione (opzionale) della DFMEA-MSR (Monitoring and System Response)

- Utilità della DFMEA-MSR per meglio definire Customer Needs da garantire
- Simulazione di failures da utilizzi particolari da parte del Cliente (effetti sul veicolo)
- Guasti individuabili o meno dal sistema oppure dal Cliente
- Failure e User Experience / Alert
- DFMEA-MSR come link fra DFMEA e la Functional Safety (ISO 26262-1:2018)



S3 - DESIGN TO COST

Progettare a tempi e costi target

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

8 - 9 giugno 2026 | 5 - 6 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il Design to Cost è una metodologia innovativa ed efficace indispensabile per conseguire importanti traguardi sia in termini di soddisfazione del cliente, velocità di sviluppo, reattività ai cambiamenti del mercato, sia in termini di efficienza e quindi di riduzione dei costi globali di prodotto/processo. Il corso ha un taglio estremamente concreto, orientato ai risultati e alla immediata applicabilità.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori e Responsabili Progettazione
- Progettisti
- Industrializzatori

APPRENDERETE A...

- Ridurre in modo significativo il costo globale di vita del prodotto (Life Cycle Cost) sin dalle fasi di concepimento e progettazione
- Analizzare e definire il bisogno del cliente in modo scientifico attraverso l'analisi funzionale
- Ottimizzare le funzionalità del prodotto analizzando con precisione le aspettative del cliente, senza pregiudicarne la producibilità, la sicurezza e la qualità
- Ridurre notevolmente il time to market, perseguendo una progettazione in team, in cui la collaborazione interfunzionale e la condivisione di tempi e costi target permettono di anticipare extra costi, modifiche e ritardi nel processo di sviluppo
- Avvalersi delle tecniche di analisi del prodotto e del processo per individuare e ridurre i costi superflui e tutte le cause di inefficienza produttiva
- Ottimizzare i costi e i tempi di industrializzazione, produzione e post vendita già nel progetto del prodotto, concentrando subito le competenze e le risorse interfunzionali nelle fasi iniziali del time to market
- Valutare il miglior compromesso tra la performance e il costo di ciascuna funzionalità del prodotto richiesta dal mercato

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- L'analisi funzionale FAST: come identificare e caratterizzare il bisogno del cliente e tradurlo in funzionalità e attributi del prodotto
- Valutazione dell'importanza di ciascuna funzione dal punto di vista del cliente
- Costruzione della distinta funzionale a partire dalla distinta base: la scomposizione del prodotto in sottoparti e gruppi funzionali
- Calcolo dei costi funzionali del prodotto: come calcolare il costo attuale e il costo target di ciascuna funzione
- Analisi delle performance del prodotto: come definire il giusto livello di prestazione per ciascuna funzione del prodotto
- Definire e implementare con successo un piano di riduzione del costo del prodotto

I PLUS:

Ai partecipanti saranno consegnati moduli in formato elettronico ed eseguibili per l'analisi funzionale FAST, la valutazione parametrica delle funzioni (AHP), lo sviluppo della distinta funzionale e dei costi funzionali

Buona parte del corso è dedicato a esercitazioni operative e alla applicazione degli strumenti di Target Costing e Concurrent Engineering esposti in teoria



S3 - DESIGN TO COST

PROGRAMMA

La progettazione simultanea a costi e tempi obiettivo: l'evoluzione di strumenti, tecniche e organizzazione

- Design to Cost: lo strumento più evoluto per l'ottimizzazione delle performance e dei costi del nuovo prodotto, dal suo concepimento sino alla fase di produzione e post vendita
- Concurrent Engineering e ottimizzazione del Time to Market: come ridurre i tempi di sviluppo attraverso la progettazione in parallelo (simultanea) anziché sequenziale
- Il re-engineering del prodotto esistente: come ottimizzarne le funzionalità e i requisiti richiesti al minimo costo

Il percorso di applicazione del Design to Cost

- Definire e interpretare il bisogno del cliente: la determinazione delle funzioni del prodotto e della priorità per il cliente
- Identificare i gruppi, sottogruppi e componenti funzionali del prodotto a partire dalla distinta base: la costruzione della distinta base funzionale
- Calcolare il costo di ogni funzione del prodotto
- Definire la prestazione obiettivo di ciascuna funzione del prodotto: benchmarking funzionale e assessment competitivo

Il metodo FAST e l'analisi funzionale del prodotto

- I passi fondamentali dell'analisi
- Il metodo dell'albero
- Le tabelle di supporto

Analisi e ottimizzazione del costo globale del prodotto (Life Cycle Cost)

- Analizzare e tradurre i dati della contabilità industriale e della distinta base in costi funzionali del prodotto
- Metodi e tecniche per isolare gli extra-costi superflui lungo tutto il ciclo di vita del prodotto
- La gestione ed il controllo del Life Cycle Cost attraverso il Design to Cost

Il Value Plan e lo sviluppo di soluzioni che ottimizzano performance e costi di prodotto

- La scelta delle aree di miglioramento
- La definizione di costi e performance obiettivo
- Lo sviluppo e la valutazione delle idee e delle alternative
- La pianificazione e il controllo

Implementare con successo un progetto di Design to Cost

- Come costruire e gestire un piano operativo di DTC, finalizzato al raggiungimento degli obiettivi funzionali, economici e temporali del prodotto
- Preparare il gruppo di Design to Cost
- Preparare e organizzare le sessioni di Design to Cost
- Condurre efficacemente le riunioni
- Migliorare l'interscambio di know how e informazioni tra funzioni in una logica di sviluppo di gruppo
- Affrontare la resistenza ai cambiamenti da parte del personale coinvolto



S11 - STANDARDIZZAZIONE E MODULARITÀ NELLA PROGETTAZIONE DEI PRODOTTI

Razionalizzare l'architettura prodotto per minimizzare futuri redesign

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
2 - 3 marzo 2026	16 - 17 novembre 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Condividere le metodiche più utili a R&D / Progettisti per sviluppare ex-novo / modificare prodotti complessi (piccola o grande serie) soddisfacendo specifiche Cliente (Customer Needs) possibilmente VARIANDO architetture "base" del prodotto, non impazzendo ed ingolfando l'Azienda con nuovi componenti / gruppi, ovvero mirando a sviluppare distinte di progetto fatte di pochi "standard" (a disegno, proprietari, e commerciali).

A CHI È RIVOLTO

- Progettisti di prodotto
- Industrializzazione
- Product Manager
- Quality engineers
- Ufficio Tecnico

APPRENDERETE A...

- Sviluppare prodotti con minori necessità di modifiche
- Soluzioni con montaggio / testabilità / manutenibilità facilitata

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Identificare gli elementi a distinta da "standardizzare", da rendere "invarianti" rispetto a forecast d'evoluzione prestazionale futuri rispetto il primo rilascio di release (per differenti usi e/o futuri riposizionamenti di mercato del prodotto, ...)
- Sviluppare semplici "matrici" di attributi d'uso e check list utili a queste analisi

I PLUS:

- Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici
- Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



S11 - STANDARDIZZAZIONE E MODULARITÀ NELLA PROGETTAZIONE DEI PRODOTTI

PROGRAMMA

Standardizzazione e Modularità

- Inquadramento della tematica fra le metodiche progettuali
- Standardizzazione: di cosa si tratta?
- Carry over dalla semplificazione di progetti / disegni
- Carry over vs. customizzazione
- Test: quali vantaggi per la vostra Azienda?
- Linea, gamma, mix di prodotto, piattaforma: Definiamole per bene

Progettare per "piattaforme": Perché?

- Esempi recenti dal mondo Automotive e sue ricadute nelle Aziende
- Varietà e architettura prodotto
- Architetture modulare vs. integrale: Pro e contro
- Scopo della creazione di moduli. Esempi
- Importanza delle interfacce nella modularizzazione
- Interfacce accoppiate vs. disaccoppiate

Modularizzare con metodo

- Il Metodo GVI/CI (Martin,Ishi)
- Driver GVI per anticipare "spinte esterne" alla variazione di configurazione
- Driver CI per anticipare "effetti di propagazione" interna alla distinta
- Dove agire per standardizzare? Un esempio "passo-passo"
- Tre vie per progettare "modularizzando" (eliminare / congelare / sofisticare)
- Altri metodi (Grafì, Design Structure Matrix)
- Regole "pratiche" per ricercare la modularità di un prodotto

Modularità a vantaggio della Montabilità (Smontabilità, ...)

- Ricordarsi di progettare (anche) per l'Azienda e il Fornitore
- Definire il grado di montabilità / ridefinire processi, materiali, geometrie (DFA)
- Ottimizzare i costi di fabbricazione dei componenti da assemblare (DFM)
- Esempi di distinte ottimizzate con DFM/A
- Tempi di montaggio dell'assieme vs. impegno relativo per i diversi gruppi
- Alcune regole per un migliore assemblaggio (Hitachi)
- Limitare il numero dei componenti manipolati. Esempi
- Facilitare la manipolazione. Esempi
- Facilitare l'inserimento. Esempi
- Simulare cicli complessi di assemblaggio
- Logiche Poka-Yoke per limitare reworks / ridurre i tempi di montaggio
- Stimare il grado di montabilità di un assieme. Esempi di checklist



S13 - DESIGN FOR SERVICE & MAINTENANCE

Progettare l'asset management e l'assistenza agli impianti secondo logiche evolute

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

20 - 21 aprile 2026 | 22 - 23 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Illustrare con esempi pratici gli strumenti e le logiche alla base di una progettazione integrata di un servizio tecnico di assistenza partendo dalla corretta definizione del grado di manutenibilità dell'asset.

Definire una strategia di prodotto che integri gli aspetti di manutenibilità e assistenza per minimizzare i costi di sua gestione. Identificare le esigenze di manutenibilità ed inserirle nello sviluppo del prodotto e delle sue attrezzature diagnostiche.

A CHI È RIVOLTO

- Service Manager
- R&D e Progettazione
- Ingegneria di Manutenzione
- Assistenza Tecnica
- Process Engineers
- Industrial Engineers

APPRENDERETE A...

- Apprendere con esempi pratici gli strumenti e le logiche alla base di una progettazione integrata di un servizio tecnico di assistenza partendo dalla corretta definizione del grado di manutenibilità dell'asset
- Definire una strategia di prodotto che integri gli aspetti di manutenibilità e assistenza per minimizzare i costi di sua gestione. Identificare le esigenze di manutenibilità ed inserirle nello sviluppo del prodotto e delle sue attrezzature diagnostiche

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Ottimizzazione di un ciclo di intervento assistenza tecnica
- Calcolo di OEE nelle due formulazioni e studio di metodi, attrezzature, ergonomia, layout e flussi di lavoro
- Applicazione del MTTR come driver Cliente da ottimizzare nelle sue componenti
- Esempi di Service Blueprinting

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici. Gli strumenti presentati, inoltre, sono di applicabilità immediata.



S13 - DESIGN FOR SERVICE & MAINTENANCE

PROGRAMMA

Supportare un service d'eccellenza con la progettazione di prodotto e d'impianto

- L'esperienza del Cliente verso il service di prodotto
- I modelli di Womack del "lean service" e di Seddon per la "failure demand"
- Esempi di design review per miglioramento di assistenze, ispezioni, modifiche on-site
- L'uso del Service Blueprint per modellizzare un processo di service "a valore"
- Evidenza di lacune e perdite originate dal progetto e dalla gestione del servizio

Verso una assistenza di un impianto progettata e ottimizzata

- Il concetto di Manutenibilità come requisito "moderno" di progetto
- Cenni di affidabilità, riparabilità, disponibilità
- Il rendimento globale d'impianto OEE per i macchinari più "critici"
- Formulazioni di OEE secondo Joeng-Phillips e Nakajima e loro comparazioni tecnico-gestionali
- Perdite di processo vs. perdite gestionali
- L'approccio "6 Big Losses" di Nakajima vs. "16 Big Losses" di Walcott

Strategie di Ingegneria Manutentiva a vantaggio di Manutenibilità e Disponibilità

- Dall'intervento "al guasto" in campo alla Service Excellence remotata (RxM)
- Focus sulla Riparabilità (MTTR) secondo IEC61508
- Progettare / migliorare la riparabilità a minimo MTTR
- Soddisfare i bisogni Cliente con idonee "combinazioni" di "work packages" degli interventi

Criteri di progettazione modulare per la Criteri di progettazione modulare par la manutenibilità

- Soddisfare i bisogni Cliente con idonee "combinazioni" di "work packages" specialistici per gli interventi
- Trade-off fra progettazione integrale e modulare per garantire prestazioni ottimali degli asset
- Impostare il processo di ottimizzazione prodotto / processo coinvolgendo i fornitori (Kraljic)
- Progettare accessi / recessi dall'impianto
- Ottimizzare la visibilità e l'operabilità delle zone di massima interazione uomo-macchina a fini manutentivi
- Rendere rapidi pulizie, controlli e ispezioni con logiche progettuali a minimi costi indiretti
- Stimare il grado di assistenza attuale / desiderato con checklist dedicata
- Soddisfare i bisogni Cliente con idonee "combinazioni" di prestazioni della componentistica

Il ruolo del service report e delle lesson learned

- Le sette "regole d'oro" per ricercare la manutenibilità
- Sostenere lo sviluppo di un service di eccellenza con lo sviluppo di prodotto partecipativo (CE)
- Rafforzare i collegamenti informativi con la diffusione sistematica di service report

Team working e coinvolgimento funzionale

- La scelta e la costituzione del gruppo di lavoro multidisciplinare
- Assegnare le responsabilità ai vari settori Aziendali
- Guidare e motivare un gruppo di progetto vincente con la Obeya Room



S6 - COST ENGINEERING E SHOULD COST PER LA CORRETTA STIMA DEI COSTI DI PRODOTTO E COMMESSA

Strumenti e metodologie per definire i target cost

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

11 - 12 maggio 2026 | 29 - 30 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il Cost Engineering identifica la gestione dei costi dei prodotti sul loro intero ciclo di vita, volto ad offrire i maggiori vantaggi per il cliente riducendo, al contempo, i costi: è l'insieme di metodologie e tecniche per definire i target cost in fase di sviluppo prodotto.

Il Cost Engineering deve definire i costi in modo chiaro, coerente e completo.

Lo Should Cost, cioè il costo che realisticamente un fornitore potrebbe quotare per la fornitura di un determinato bene o servizio, è una tecnica utile agli Acquisti quando non è disponibile un prezzo di mercato di riferimento, o non si ha il tempo per richiedere dei prezzi ai fornitori tramite una richiesta di offerta; è molto utile quando ci si trova ad avere fornitori vincolati e/o in situazioni di negoziazioni complesse.

Il corso illustra i passi della metodologie Cost Engineering e Should Cost che permettono stimare il breakdown di costo ed i driver che lo influenzano, così da poter avere elementi oggettivi sui quali definire i target cost/price ed impostare la negoziazione con i fornitori impostando piani di miglioramento coordinati con il fornitore.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori e Responsabili Progettazione, Progettisti
- Cost Engineer, Analista Costi, Industrializzatori
- Responsabili Acquisti, Category Buyer, Buyer

APPRENDERETE A...

- Rendere i costi trasparenti sull'intero ciclo di vita dei prodotti/commesse
- Applicare gli step per costruire il modello economico a supporto della valutazione dello should cost
- Definire con maggiore precisione i costi, grazie all'impiego di efficaci modelli di costo
- Ridurre al minimo i costi dei prodotti anche con il coinvolgimento dei fornitori
- Definire un modello di knowledge management dei Cost Drivers per la stima corretta dei costi

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicabilità del modello di Cost Engineering al proprio contesto aziendale
- Applicazioni su Should Cost e target price di componenti a disegno
- Come ridurre la probabilità di caduta di efficacia della negoziazione
- La check list per l'applicazione corretta dello Should Cost

I PLUS:

- La metodologia utilizzata è attiva, con l'illustrazione di numerosi casi e la condivisione di casi portati dai partecipanti



S6 - COST ENGINEERING E SHOULD COST PER LA CORRETTA STIMA DEI COSTI DI PRODOTTO E COMMESSA

PROGRAMMA

CONOSCERE I COSTI PER GOVERNARLI

I vari tipi di costo e la definizione del prezzo

- Il concetto di costing e pricing di prodotto e commessa
- Classificazione dei costi: variabili e fissi, diretti e indiretti
- Attribuzione dei costi diretti e delle quote di struttura
- I costi variabili e i costi non ricorrenti (investimenti)

Determinare il costo di prodotto: i sistemi direct e full costing (vantaggi, svantaggi, quando impiegare l'uno o l'altro)

STRUMENTI E TECNICHE DI DEFINIZIONE DEI COSTI E DEL PREZZO DEI PRODOTTI

Should Cost Analysis e Target Costing

- Raccolta ed analisi dei Cost Drivers
- Il calcolo dei principali Cost Drivers:
 - Il costo della Materia Prima
 - Il costo del ciclo di lavorazione: tempi cicli e costi ora impianto e manodopera
 - I costi indiretti
 - Il margine di contribuzione
 - Il calcolo dei costi non ricorrenti
- Determinazione del target cost e del target price in funzione della tipologia di fornitore
- Il processo di Should Cost Analysis
- I vantaggi resi possibili dalla determinazione dello should cost

Modelli e Sistema di Preventivazione

- Perché sviluppare un Modello e Strumento di Preventivazione e calcolo dei costi di prodotto

L'utilizzo del sistema di preventivazione:

- Definire i costi per la preventivazione commerciale
- Definire i costi MAKE
- Definire i Target Cost per il Buy
- I modelli di preventivazione:
 - Market: analizzare e confrontare i prezzi di mercato
 - Cluster: analisi della linearità dei prezzi per cluster di prodotti omogeni
 - Cost Breakdown: calcolo dei cost drivers del prodotto e definizione del prezzo
- La creazione di un DB per la gestione dei Cost Drivers di prodotto

TECNICHE E STRUMENTI DI COST ENGINEERING

Le tecniche per l'ottimizzazione dei Costi di Prodotto

- Value Engineering: per l'ottimizzazione del valore di un prodotto in fase di sviluppo
- Value Analysis: per l'incremento del valore di un prodotto già sviluppato
- Value Management: per incrementare l'efficienza del Modello di Technical Saving
- Il Design to Cost: lo strumento più evoluto per l'ottimizzazione delle performance e dei costi del nuovo prodotto e commessa
- Il re-engineering del prodotto esistente: come ottimizzarne le funzionalità e i requisiti richiesti al minimo costo

Le 10 regole per ridurre il costo del prodotto in fase progettuale

LA STRATEGIA NEGOZIALE NELLA FASE DI DEFINIZIONE DEI COSTI CON IL FORNITORE

Il processo negoziale con riferimento alle fasi di sviluppo prodotto

- Il ruolo della Direzione Tecnica per migliorare l'efficacia e i risultati negoziali
- La negoziazione in team con gli acquisti
- Il processo di sviluppo prodotto e il processo d'acquisto: come definire strategie e tecniche negoziali nei confronti dei fornitori
- Il Cooperative Purchasing: un modello d'acquisto in team
- La Technical Negotiation con il fornitore: definire il Should Cost e creare la Scheda Trattativa Tecnica
- Definire gli obiettivi di Target Price con riferimento al ciclo di vita del prodotto

I modelli organizzativi per il Cost Engineering

- Modelli di strutture organizzative e valutazione delle alternative: da progetto a processo per consolidare e mantenere nel tempo i risultati
- Il Modello Stage-Gate: dall'Ideazione allo Start of Production
- Ruolo e responsabilità delle figure coinvolte nel processo: Progettazione, Acquisti, Cost Engineering, Analisi Costi
- Il coinvolgimento del fornitore nelle azioni di Technical Saving
- Le figure professionali nel processo di Technical Saving: Progettista, Project Buyer, Cost Engineer

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



S10 - TEARDOWN ANALYSIS

Una metodologia per definire i costi obiettivo dei propri prodotti ed analizzare i costi dei prodotti concorrenti

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 - 17 febbraio 2026 | 19 - 20 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La Teardown Analysis è un metodo giapponese inventato da Yoshihiko Sato. Questa metodologia è molto strutturata ed analitica perché attraverso lo "smontaggio" di ogni prodotto in ogni suo componente è utilizzato come supporto all'analisi del Valore per l'ottimizzazione del costo del prodotto. Inoltre la teardown analysis è un processo comparativo per analizzare completamente tutti gli aspetti del costo dei tuoi prodotti con quelli dei tuoi concorrenti. L'attenzione ai minimi dettagli è una parte importante di questa metodologia. Indipendentemente dal costo, è importante notare che in quasi ogni componente possiamo trovare qualche vantaggio studiando e comprendendo quelle stesse parti dei nostri concorrenti.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori e Responsabili Progettazione
- Direttori Tecnici
- Product Manager
- Cost Engineer, Analista Costi, Industrializzatori
- Direttori di Stabilimento
- Direttori Acquisti

APPRENDERETE A...

- Comprendere Tecniche e Strumenti per l'applicazione della Teardown Analysis
- Definire Il modello di costing corretto per stimare i costi dei componenti del prodotto analizzato
- Imparare ad utilizzare strumenti analitici per la determinazione dei principali fattori di costo
- Definire con maggiore precisione i costi e i prezzi target del prodotto analizzato
- Impostare il processo di ottimizzazione prodotto/processo coinvolgendo i fornitori
- Definire un modello di Knowledge Management dei Cost Drivers per la stima corretta dei costi

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Come scomporre il prodotto e creare una Distinta Base (BOM)
- Definire il modello corretto di calcolo dei componenti della Distinta Base con riferimento alle specifiche funzionali ipotizzate
- Applicazioni e calcolo Sholud Cost dei componenti analizzati
- Calcolo del costo di prodotto
- La check list per l'applicazione corretta della Teardown Analysis

I PLUS:

La metodologia didattica utilizzata è interattiva, con l'illustrazione di numerosi casi e la condivisione di casi portati dai partecipanti. A fine corso il partecipante definirà un piano d'azione per identificare le principali opportunità ed idee emerse da implementare nella propria attività e realtà lavorativa.



S10 - TEARDOWN ANALYSIS

PROGRAMMA

Teardown Analysis

- Cosa è
- Quali sono gli obiettivi
- Il Processo interfunzionale della Teardown Analysis
- Ottimizzare i costi del prodotto dell'azienda
- Analisi dei costi e funzionalità (performance) dei prodotti della concorrenza
- Individuare idee e spunti dall'analisi dei prodotti della concorrenza per ottenere vantaggi

Integrare la Value Analysis con il Teardown

- Il contributo della VA al processo di Teardown
- Focus sulle specifiche funzionali e costi
- Come applicare la VA alla Teardown Analysis
- Alcuni esempi applicativi

Le 6 tecniche di Teardown: cosa sono, quando e come applicarle

1. **Dynamic Teardown:** applica il principio dell'analisi comparativa al processo di assemblaggio. L'esame di tutte le caratteristiche progettuali che contribuiscono al tempo e al costo di assemblaggio del prodotto in produzione. Per ottenere migliori risultati è possibile integrare il Design for Assembly (DFA) al metodo Dynamic Teardown
2. **Cost Teardown:** l'obiettivo è valutare il costo totale per commercializzare il prodotto, meno le spese generali. Con questa metodologia i confronti e le differenze di prodotto vengono identificati misurati con stime dei costi
3. **Material Teardown:** si concentra sul risparmio di materiali e costi di manodopera modificando il materiale, le specifiche, il trattamento superficiale, sfridi, ...
4. **Matrix Teardown:** si concentra sull'analisi e confronto dei prodotti di un'azienda per cercare ove possibile di standardizzare l'obiettivo è ridurre i codici e impedire la creazione di nuovi codici che non sono necessari
5. **Process Teardown:** l'obiettivo è simile al Matrix Teardown, tranne per il fatto che si concentra sulla standardizzazione e semplificazione dei processi interni di fabbricazione e assemblaggio
6. **Static Teardown:** è il metodo originale e comunemente utilizzato, obiettivo è la visualizzazione dei prodotti scomposti in gruppi/ componenti di un'azienda e di quelli dei suoi concorrenti che permette di raccogliere informazioni ed idee per il miglioramento del valore del prodotto

Definire i Costi dei Componenti e del Prodotto analizzato in funzione delle specifiche funzionali

- Le criticità nel processo di target costing: processi e strumenti inefficienti rendono più difficile ottenere un target di costo
- Definire il Modello di Costing Corretto
- Il concetto di costing e pricing di prodotto
- Le configurazioni di costo: dal costo primo variabile al costo pieno aziendale
- Il modello FULL COST per la determinazione del Costo del Prodotto

I modelli per stimare i costi dei componenti e del prodotto

- **Market:** analizzare e confrontare i prezzi di mercato per i Codici Commerciali e a Disegno
- **Cluster:** Analisi della linearità dei prezzi per cluster di prodotti omogenei per i Codici Commerciali e a Disegno
- **Should Cost:**
 - a. Calcolo dei cost drivers del prodotto e definizione del prezzo per i Codici a Disegno
 - b. Determinazione dei fattori di costo: definizione dei modelli di preventivazione per ogni Cost Driver: Materia Prima, Processo Produttivo, i Costi Indiretti, Il margine di contribuzione, il calcolo dei costi non Ricorrenti

Aspetti Organizzativi per rendere efficace il processo di Teardown Analysis

- Creare del Team Interfunzionale dedicato a progetti di Teardown
- Il ruolo della Direzione Tecnica e della Funzione di Cost Engineering
- Coinvolgere i fornitori nel processo di Teardown con l'obiettivo di determinare ed ottimizzare i costi dei componenti
- L'implementazione di sessioni di miglioramento Prodotto e Processo: la Metodologia TE.C.O. (Technical Cost Optimization)
- Utilizzare gli strumenti di Visual Management per il processo di Teardown:
 - o Creare uno spazio dedicato per la scomposizione dei prodotti
 - o Cartellonistica per la comunicazione di progetto

Sviluppare un sistema integrato di gestione dei costi per famiglie tecnologiche

- Definire le informazioni di costo da gestire in un DataBase: materiali, processo, costi fissi, logistica, utile
- Creare uno strumento di condivisione dei Cost Drivers all'interno dell'azienda
- Definire le modalità di aggiornamento ed utilizzo

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



S8 - DOE - DESIGN OF EXPERIMENT

L'uso della Statistica per garantire minori costi, tempi di sviluppo, produzione e collaudo

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
23 - 24 febbraio 2026 21 - 22 luglio 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

L'80% dei costi totali di sviluppo di un prodotto / processo sono "impegnati" prima di aver fabbricato il primo pezzo "buono". Funzioni maggiormente responsabili sono la Ricerca & Sviluppo, la Progettazione con i relativi test. Enti che traducono i requisiti prestazioni del Cliente in specifiche funzionali e di prodotto. È quindi importante "ottimizzare" al massimo questi step di sviluppo per ottenere le migliori performance, riducendo collaudi ed esperienze a un numero minimo, che consenta di fornire vera informazione agli specialisti. DOE è quindi la metodologia statistica più strutturata per garantire di raggiungere questi obiettivi. Il corso proposto, ricco di esempi applicativi e di interazioni docente-partecipante, consentirà di prendere confidenza con questo approccio "razionale" di sperimentazione e parameter setting, grazie all'uso di SW statistici professionali e MS Excel.

A CHI È RIVOLTO

- Progettisti di prodotto/processisti
- Ingegneri di processo/di manutenzione
- Responsabili del processo produttivo
- Responsabili Testing/Collaudo
- Quality Managers

APPRENDERETE A...

- Fornire ai partecipanti l'opportunità di poter confrontarsi su come progettare le prove, e combinazioni migliori per il settaggio di un processo, per gli elementi di una ricetta, che rendono "ottimale" la prestazione "chiave"
- Minimizzare gli elementi di disturbo/sovraspecifiche
- Semplificare le prove inizialmente lunghe, molto costose, grazie a DOE possono essere rese più snelle, semplificate, massimizzando il ritorno informativo
- Attraverso esempi e "case study" ogni partecipante potrà "praticare" il DOE nei suoi aspetti più caratteristici, chiarendone le potenzialità, i criteri di utilizzo e le possibili applicazioni nel proprio contesto di lavoro

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Procedendo da iniziale richiamo di Statistica Descrittiva e Inferenziale, cui seguiranno i principali Piani Multifattoriali e le relative tecniche di ricerca della "economia" sperimentale limitando il numero di prove, ogni partecipante realizzerà per ognuno di questi passi più analisi dei dati con de-briefing metodologico da parte del relatore

I PLUS:

Il corso prevede un uso esteso e interattivo di simulazioni statistiche su "casi aziendali" dove DOE ha dato notevoli vantaggi. Ciò sarà svolto direttamente dai partecipanti elaborando dati forniti dal relatore e con supporto software di Minitab™ o equivalenti



S8 - DOE - DESIGN OF EXPERIMENT

PROGRAMMA

1. RICHIAMI DI STATISTICA INDUSTRIALE

Pensare in modo statistico in Azienda

- Definire il problema e l'area di indagine
- Modello "black-box": risposta, fattori di input e disturbo (Causa-Effetto)

Dati... Ma per farne cosa?

- Tipi di dati/tipi di raccolte dati (dati discreti vs. dati misurabili)
- Tecniche e procedura di raccolta dati

Conoscere/riconoscere la distribuzione statistica dei dati

- Le distribuzioni di frequenza (dati discreti vs. dati misurabili)
- Indicatori di "centralità": media, mediana e moda
- Indicatori di "dispersione": range, sigma e coeff. di variazione
- La "fotografia" di un fenomeno "discreto": diagrammi di frequenza (Pareto,...)

Comprendere e stimare la probabilità (rischio) di un dato evento

- Concetto di variabile casuale
- Distribuzioni "notevoli", utili alla stima e loro riconoscimento in una data realtà operativa: Normal Probability Plot, Log Normal, Weibull
- La "fotografia" di un fenomeno "misurabile": Istogramma/Box-Whiskers Plot

Process Capability

- Prestazione attese da un processo (standards) vs. prestazioni fornite
- Concetto di capability Cp,Cpk,Cpm, ...)
- Concetto di stabilità di un processo "a target" (Carte di andamento, ...)

Caratterizzare le "condizioni" di lavoro e suggerire cambiamenti

- Concetto di "ipotesi statistica" - ciclo PDCA & DMAIC per risolvere un problema
- Errori statistici di I° e II° tipo

Comparazione fra più modi di operare

- Uno schema di sintesi delle possibili situazioni in cui ci si può trovare
- Comparazione "parametrica": ANOVA e il "modello" della media per un processo

Correlazione e regressione di variabili in un fenomeno

- Concetto di correlazione/coefficiente di correlazione (Scatterplot)
- Correlazione semplice e multipla
- Concetto di regressione e differenza con la correlazione
- Modelli di analisi di regressione (lineare, polinomiale) (Scatterplot)

2. SPERIMENTARE PER MEGLIO CONOSCERE E POTER SCEGLIERE

Gli obiettivi della "sperimentazione"

- Definizione di "sistema" e caratteristiche funzionali
- Fattori di controllo e di disturbo

I principi sperimentali di Fisher e la modellazione

- Introduzione ai modelli fattoriali e regressivi
- Stima degli effetti/Non linearità della risposta
- Randomizzazione, replicazione, blocking dei fattori

3. METODI PER ANALIZZARE I RISULTATI SPERIMENTALI

Modelli "fattoriali"

- Analisi delle medie (ANOVA) con un fattore sperimentale
- Errori del 1° e del 2° tipo - Potenza del test
- Il concetto di interazione tra fattori
- Il Diagramma di Hasse per stimare i gdl delle diverse componenti della media
- ANOVA multifattoriale. Quando ricorrere al blocking
- Casi sperimentali "a effetti fissati" e "a effetti casuali"
- Check delle ipotesi di Fisher: analisi dei residui (grafici e non)
- Assenza di "memoria" del sistema, assenza di "outliers"

Modelli "regressivi"

- Regressione lineare semplice
- Stima dei parametri del modello
- Controlli di ipotesi sulla significatività del modello
- Regressione lineare multipla
- Check delle ipotesi di Fisher: Analisi dei residui (grafici e non)
- Assenza di "memoria" del sistema, assenza di "outliers"

4. PROGETTARE LE PROVE IN MODO OTTIMALE

- Piani di prove per modelli fattoriali completi/ridotti (PFC/PFR)
- Numero minimo di prove/Confounding e Aliasing
- Ottimizzazione con stima della risposta sul PFC
- Esperimenti di screening fra molti fattori (Plackett-Burman)
- Piani ruotabili (FCCCD, Box-Behnken)
- Piani ortogonali (Taguchi)



S9 - SVILUPPO DELLA CREATIVITÀ NEI TEAM DI SVILUPPO PRODOTTO E DI PROGETTO

Sviluppare il pensiero creativo e tradurlo in idee ed azioni

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

15 maggio 2026 | 30 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il mercato di oggi, detto VUCA "volatile, incerto, complesso e ambiguo", necessita di soluzioni fluide e creative per poterlo affrontare a tal punto che creatività, problem solving e pensiero critico sono le 3 competenze più richieste nel mondo lavorativo (dopo le competenze tecniche specifiche inerenti la propria attività).

Questo seminario attraverso esercitazioni e mental jogging si pone l'obiettivo di fare scoprire ed utilizzare le proprie capacità creative per agire in modo creativo, sviluppando un atteggiamento mentale aperto e curioso. Un altro obiettivo è il saper trovare le origini della motivazione e dell'energia positiva individuale sviluppando una grande flessibilità.

A CHI È RIVOLTO

- Team leader
- Project Manager
- Manager coinvolti nella gestione dei progetti
- Responsabili dell'area che gestiscono gruppi di lavoro
- A coloro che fanno parte di un team
- A coloro che hanno un team da gestire
- HR

APPRENDERETE A...

- Superare i propri blocchi emotivi, percettivi e culturali sviluppando il proprio potenziale di "generatore di idee"
- Sviluppare una grande flessibilità, un atteggiamento aperto ed una disponibilità all'ascolto attivo
- Diventare promotore di creatività e saper individuare, analizzare e risolvere i problemi, eliminando soluzioni note e trovando rapidamente alternative efficaci

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Attraverso l'uso pratico degli strumenti ed esercitazioni, si attraverseranno i 3 temi principali del corso

I PLUS:

- Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici
- Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata
- I partecipanti effettueranno un'autodiagnosi del proprio profilo creativo



S9 - SVILUPPO DELLA CREATIVITÀ NEI TEAM DI SVILUPPO PRODOTTO E DI PROGETTO

PROGRAMMA

Introduzione

- La creatività come processo strutturato: serve un metodo anche per generare idee
- Il mercato VUCA "volatile, incerto, complesso e ambiguo" e le soluzioni fluide e creative
- Creatività, problem solving e pensiero critico: le 3 competenze più richieste nel mondo lavorativo (dopo le competenze tecniche specifiche inerenti la propria attività)

Creatività e innovazione

- La creatività per gestire volatilità e complessità ed incertezza
- Ostacoli alla creatività
- I rischi del non saper innovare
- Creatività vs Ripetitività: vantaggi e svantaggi

Esercizi di creatività

- Pensiero laterale
- Pensiero creativo
- Brainstorming inverso
- Autodiagnosi del proprio profilo creativo
- Mental jogging

La creatività come processo strutturato

- Le fasi del processo creativo
- Tecniche di pensiero creativo
- Da creatività personale a creatività in azienda per creare un valore aggiunto per il Team

I CORSI DI FORMAZIONE PER AREA



ACQUISTI



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

LA PAROLA AI PARTECIPANTI

"Il corso ha soddisfatto le nostre aspettative e si è rivelato importante per la nostra crescita professionale. È stato innovativo anche per alcuni aspetti e analisi proposte."

Chiara Gandolfo

Junior Buyer GIONA HOLDING SRL

"Ottimo corso, docente molto preparato e disponibile a valutare insieme casi precisi della propria realtà lavorativa; Catalogo e corsi molto interessanti, anche innovativi."

Stefania Amato

Purchasing Supervisor G.D. SPA

"Contenuti in linea con le aspettative, ottimo poter interagire con il docente e portare in analisi alcuni casi concreti aziendali. Talmente ampia la materia che forse sarebbe stata necessaria una durata più lunga!"

Valeria Di Lalla

Corporate Marketing Purchasing Manager MAPEI SPA

"Corso molto interessante che aiuta a sviluppare delle strategie di acquisto e ad analizzare le categorie merceologiche con il fine di migliorare gli acquisti."

Giuseppe Merenda

Category Manager A&T EUROPE SPA

"Grazie per aver reso stimolante un corso/argomento che rispecchia la mia quotidianità."

Erika Brignani

Ufficio Acquisti COBO SPA

"Corso esaustivo ricco di esempi pratici e reali. Ha trasmesso il feedback che quanto visto e sentito sia realmente e dovutamente applicabile al rientro in azienda."

Daniele Manfredini

Purchasing Manager ESSECO SRL

"Corso formativo utile e molto interessante che fornisce vari strumenti da poter replicare nel proprio lavoro. Importante la formazione in presenza."

Ilaria Galeazzi

Site Buyer Indirects SYNTHOMER SRL

"Il corso è stato molto utile e mi ha fornito ottimi spunti per migliorare la gestione del processo d'acquisto e riuscire ad organizzare al meglio il mio tempo."

Giuliana Calcagni

Procurement Assistant ENARTIS SRL

"Ritengo che questo corso sia di fondamentale importanza per chi si occupa di procurement/acquisti."

Sandro Dolcini

Supply Chain Director SAVIO INDUSTRIAL SRL



A1 - DIRETTORE ACQUISTI

Strategie e tattiche per la riduzione del Costo Totale d'Acquisto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

11 - 12 maggio 2026 | 9 - 10 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La figura del Direttore Acquisti è determinante sia per la gestione della maggiore quota dei costi totali dell'azienda sia per l'importanza strategica e il vantaggio competitivo che può generare. Gli obiettivi e le responsabilità sono molteplici:

- garantire la sicurezza contrattuale e d'approvvigionamento
- garantire e migliorare la qualità dei prodotti/servizi acquistati
- ridurre i costi totali d'acquisto ed attivare il miglioramento costante delle prestazioni dei fornitori
- garantire la "Internal Customer Satisfaction"

Questo corso sviluppa le competenze per garantire all'azienda i target sulle responsabilità assegnate, attraverso un approccio concreto basato sull'applicazione di tecniche e metodologie che permettono di sviluppare tutte le azioni di miglioramento delle Performance d'Acquisto.

La possibilità di sperimentare in aula esercizi, casi aziendali e applicazioni di strumenti permette di consolidare l'apprendimento della teoria illustrata; la stesura del Piano d'Azione personale consente al partecipante di definire le azioni di miglioramento da implementare al rientro in azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti e Commodity Manager

APPRENDERETE A...

- Sviluppare le competenze dei buyer
- Creare un Piano Strategico ed Operativo degli Acquisti per ridurre il TCO
- Definire le strategie negoziali
- Utilizzare strategie per la gestione dei Team Interfunzionali d'acquisto e del Cliente interno
- Valutare il mercato, le offerte e determinare il target price negoziale
- Utilizzare tecniche di Scomposizione Costi e definizione TCO
- Analizzare e valutare le performance del fornitore
- identificare i KPI e sviluppare il Reporting d'Acquisto
- Sviluppare la Purchasing Leadership all'interno dell'azienda

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Costruzione di un piano strategico ed operativo degli acquisti
- Riorganizzazione della Direzione Acquisti
- Marketing d'acquisto e strategic sourcing
- Riduzione del costo totale d'acquisto con il Category Plan

I PLUS:

- Realizzazione del Piano Strategico ed operativo degli Acquisti per la propria azienda



A1 - DIRETTORE ACQUISTI

PROGRAMMA

ORGANIZZARE LA DIREZIONE ACQUISTI

La funzione acquisti come centro di profitto

- Gli acquisti come leva strategica
- Acquistare Valore dal Mercato dei Fornitori
- La gestione del Costo Totale d'Acquisto (TCO)
- Definizione di Acquisti ed Approvvigionamenti
- Definizione dei ruoli e responsabilità
- Nuovi skill professionali richiesti
- Ruolo dei team interfunzionali d'Acquisto e loro gestione
- Focalizzarsi sulle attività a valore aggiunto e ridurre gli sprechi nel processo d'acquisto
- Organizzare meglio le attività e gestire le loro priorità

Organizzazione

- Modelli di strutture organizzative e valutazione delle alternative
- Profili professionali e principali responsabilità
- Il Cooperative Purchasing: un modello d'acquisto in team

Il Piano strategico degli Acquisti

- Acquisti e Strategia Aziendale
- La strategia degli Acquisti: il Piano Strategico degli Acquisti
- Il Piano strategico ed operativo per le Famiglie Merceologiche: il Category Plan

Controlling & reporting

- Definizione target e misura performance
- Stesura del piano di revisione del budget
- Stabilire un MBO
- Reporting KPI performance d'acquisto

Il processo d'acquisto

- I principali processi con riferimento alle Categorie Merceologiche: Marketing d'acquisto, selezione e valutazione fornitori e offerte, price analysis, negoziazione, contratti

DEFINIRE LE STRATEGIE D'ACQUISTO

Acquistare Valore dal Mercato dei Fornitori

Il piano strategico ed operativo per le Famiglie Merceologiche: il Category Plan

- Acquisti e Strategia Aziendale
- La strategia degli Acquisti: il Piano Strategico degli Acquisti
- Il Piano strategico ed operativo per le Famiglie Merceologiche: il Category Plan

Le fasi del processo d'acquisto e gli strumenti necessari, per le differenti famiglie d'acquisto, per migliorare le performance d'acquisto

- Marketing d'acquisto e strategic sourcing
- Selezione, valutazione ed omologazione dei fornitori (anche in ottica di Risk Management)

- Gestione del processo di lancio e valutazione dell'offerta
- Price analysis e gestione dell'approccio a Costo Totale d'Acquisto (TCO)
- Negoziazione e trattativa d'acquisto
- Gestione dei contratti
- Valutazione delle performance dei fornitori

Strategic sourcing

- Stesura piano d'azione per Categoria Merceologica
- Lancio di azioni di Strategic Sourcing
- Implementazione strategie, piani di Commodity

I Commodity team per ridurre il costo totale d'acquisto

- Struttura dei Commodity Team, principali obiettivi
- Misurarne le performance: Cost Savings e Costi evitati
- Piano di lavoro per Commodity

RIDURRE IL TCO PER CATEGORY: LE LEVE

Agire sui Fornitori

- Marketing d'acquisto e messa in concorrenza
- Stabilire obiettivi di contenimento costi con i fornitori
- Strumenti di analisi e controllo dei costi totali d'acquisto
- La metodologia "Tender for negotiation"
- Aste on line: come utilizzarle
- Percorsi creativi di riduzione dei costi
- Contratti a lungo termine

Lavorare in anticipo sul Prodotto

- Acquistare a costo target
- Migliorare le specifiche del prodotto
- Strumenti analitici per capire i cost driver, il target price
- Learning curve, quantity discount

Cooperare con i Clienti Interni

- Technical Saving: design review, reengineering di prodotto, process improvement
- Le specifiche di prodotto/acquisto e del fabbisogno
- L'Acquisto in Team

Strategie e tattiche negoziali

- Planning negoziale e scheda trattativa
- La Strategia della Scacchiera
- Consolidare il proprio stile negoziale
- Definizione del target price per la negoziazione

Aspetti contrattuali nei rapporti col fornitore

- I principi contrattuali di acquisto e loro struttura
- La check list per la stesura di un buon contratto

SVILUPPARE LA LEADERSHIP DEGLI ACQUISTI

- Essere manager e leader
- Il proprio stile manageriale
- La gestione dei collaboratori
- Dalla delega all'empowerment



A25 - DEFINIRE IL PIANO STRATEGICO DEGLI ACQUISTI

Come costruire una roadmap di miglioramento delle performance d'acquisto

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 giugno 2026 | 15 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La consapevolezza dei punti di forza e debolezza della Funzione Acquisti in relazione agli obiettivi strategici aziendali è la prima condizione per valutare le opportunità di miglioramento.

Lo sviluppo di un piano strategico degli acquisti e l'implementazione di azioni per ogni famiglia merceologica attraverso i category plan: sono queste le condizioni necessarie per ottenere una riduzione dei costi totali d'acquisto nel breve, medio e lungo periodo.

Perché un progetto di miglioramento conduca ai risultati sperati, è necessario poter contare su di un'organizzazione efficace, su adeguati strumenti di supporto al processo d'acquisto e su persone competenti e motivate che garantiscano l'implementazione delle azioni previste.

Il corso ha un taglio applicativo con l'obiettivo che ogni partecipante apprenda praticamente come impostare, costruire un Piano Strategico degli Acquisti e definire una roadmap di miglioramento delle performance.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager

APPRENDERETE A...

- Analizzare i punti di forza e debolezza della funzione acquisti
- Definire un Piano Strategico degli Acquisti con orizzonte triennale
- Implementare una Roadmap di miglioramento delle performance d'acquisto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Strumenti applicativi per ogni fasi di analisi degli Acquisti
- Condivisione di casi applicativi
- Piani Strategici degli Acquisti realizzati

I PLUS:

- Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi pratici



A25 - DEFINIRE IL PIANO STRATEGICO DEGLI ACQUISTI

PROGRAMMA

Identificare le priorità strategiche degli Acquisti

- Integrare gli Acquisti alla strategia aziendale
- Quale coerenza tra Acquisti strategici e posizionamento organizzativo
- Definire le priorità strategiche degli Acquisti
 - Analisi dei Fattori Critici di successo e vantaggio competitivo degli acquisti
 - Obiettivi strategici ed indicatori di prestazione
- Il piano prodotto: i prodotti attuali. I Nuovi Prodotti, Volumi & Mix, Il ciclo di vita dei prodotti

Analisi della situazione attuale degli acquisti

- **Organizzazione:** organigramma, responsabilità, attività e processi
- **Risorse Umane:** dimensionamento, competenze, motivazione, percorso di crescita professionale
- **Strumenti e metodologie** per la gestione del processo d'acquisto
- **Categorie Merceologiche:** analisi e gestione delle singole Categorie Merceologiche:
 - Spend Analysis ed andamento dei prezzi e dei cost drivers
 - Analisi del mercato
 - Analisi del Valore Aggiunto degli Acquisti
 - Analisi dei Vincoli d'acquisto
 - Analisi Rischio/Profitto
 - Segmentazione dei fornitori
 - Analisi dei Rischi e delle Mono forniture
 - Analisi delle criticità d'acquisto

Definire la Roadmap di miglioramento delle performance d'acquisto

- Definizione della strategia d'acquisto
- Definizioni degli obiettivi di miglioramento
- Definizioni delle azioni di miglioramento a breve medio e lungo periodo:
 - Politica di gestione degli Acquisti e di Gestione Fornitori
 - Modello di Governance e Policy Acquisti
 - Modello Organizzativo
 - Struttura e competenze delle persone
 - Sviluppo di strumenti e metodologie di miglioramento delle performance
 - Implementare i Category Plan per definire le strategie e le azioni di riduzione dei costi
- Le fasi della Roadmap di miglioramento delle performance d'acquisto

La stesura dell'Action Plan annuale per ridurre i Costi Totali d'Acquisto

- Budget ed obiettivi di miglioramento
- Sviluppare un piano per Famiglia Merceologica
- Sviluppare obiettivi e piani d'azione
- Implementare la strategia
- Controllare i risultati

Governance degli Acquisti

- Controlling & reporting: come gestire e migliorare le performance d'acquisto
- Come valutare le performance degli acquisti
- La gestione del progetto di miglioramento negli Acquisti
 - Impostazione ed organizzazione del progetto
 - Definizione degli obiettivi e creazione dei team
 - Il controllo dei risultati ottenuti e il miglioramento continuo
 - La cartellonistica e il visual control negli Acquisti
 - Il coinvolgimento e la responsabilizzazione delle persone sui risultati del progetto
- Il Communication Plan per sviluppare il Marketing interno
- **Case Study:** case studies su Piani Strategici degli Acquisti realizzati



A26 - LA COSTRUZIONE DEL BUDGET DEGLI ACQUISTI

Come definire il piano annuale di Budget: volumi, prezzi, obiettivi ed azioni di miglioramento

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 marzo 2026 | 25 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La creazione e stesura di un budget rappresenta il momento di aggregazione dei contributi dei diversi enti aziendali, ognuno dei quali, per la propria parte, definisce obiettivi e risultati in accordo e a supporto della strategia complessiva. L'impostazione del Budget e la definizione degli obiettivi degli Acquisti è di fondamentale importanza per impostare le azioni con tutta la struttura Acquisti per raggiungere gli obiettivi definiti.

Il corso ha un taglio applicativo con l'obiettivo che ogni partecipante apprenda praticamente come impostare e costruire un Budget degli Acquisti, come definire un piano di attività a supporto degli obiettivi di budget e come monitorare i risultati progressivamente raggiunti, così da poter intervenire tempestivamente con opportune azioni correttive.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager

APPRENDERETE A...

- Elaborare il budget degli acquisti per i materiali diretti ed indiretti/servizi acquisendo i criteri e la metodologia per la sua costruzione
- Utilizzare strumenti e metodologie per la gestione delle modifiche del budget degli acquisti
- Gestire con attenzione le variazioni positive e negative rispetto ai prezzi e alle condizioni ottenute nel corso del periodo di validità del budget

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Individuare i trend delle principali Materie Prime e calcolare l'impatto che hanno sul costo del prodotto acquistato
- Valutare i saving & loss negli Acquisti
- Impostazione del Budget degli Acquisti
- Gestire le variazioni di budget

I PLUS:

- Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici



A26 - LA COSTRUZIONE DEL BUDGET DEGLI ACQUISTI

PROGRAMMA

Il budget aziendale e il budget degli acquisti

- Il budget aziendale e i suoi obiettivi
- Budget operativo, budget degli investimenti e budget finanziario
- Il budget delle vendite
- Il budget delle scorte: materie prime e prodotti finiti
- Dal budget delle vendite al budget degli acquisti
- L'impatto delle attività degli Acquisti sul bilancio aziendale

Pianificazione degli acquisti e l'analisi dello spending

- Obiettivi della pianificazione
- La pianificazione degli Acquisti
- La classificazione merceologica
- L'analisi dello spending

Il budget degli acquisti

- Obiettivi della pianificazione
- Il budget e le politiche di acquisto
- Le diverse tipologie di budget (materiali, investimenti, ...)
- Cenni sull'analisi dei costi e loro definizione
- Le fonti prezzo, le banche dati
- Concetti generali di programmazione e pianificazione della domanda
- L'analisi dei trend dei prezzi
- La stima dei prezzi futuri
- La gestione delle variazioni
- Budget statico e budget flessibile

La costruzione del Budget degli Acquisti

- Generalità sulla costruzione del budget degli acquisti:
- Struttura e modalità di preparazione di un budget
- Criteri per la costruzione di un budget dei prezzi e dei costi totali di fornitura

Il processo di budgeting dell'azienda ed il ruolo degli Acquisti

- Definire gli obiettivi del Budget degli Acquisti
- Il contributo della Funzione Acquisti ed altre funzioni nel processo di budgeting
- Identificazione del processo di formazione del budget di acquisti (da chi arrivano gli input e quali output devono essere generati)

La definizione degli obiettivi di miglioramento che impattano sul Budget Acquisti

- Creazione di un piano preliminare di azioni di miglioramento che impattano sui prezzi d'acquisto
- Definire le azioni a supporto del raggiungimento dei risultati di budget
- Definire un piano di controllo per la verifica dell'implementazione e realizzazione del budget

La misurazione degli scostamenti del Budget e la definizione di azioni correttive

- Il concetto di varianza ai prezzi standard
- I criteri per la misurazione del saving&loss degli acquisti
- Quando considerare i valori di budget: quale riferimento per la misura del saving della funzione acquisti
- Definire le azioni in corso d'opera in caso di variazioni sfavorevoli
- Il Total Cost of Ownership
- Saving tecnici e saving commerciali



A15 - MARKETING D'ACQUISTO ED ACQUISTI INTERNAZIONALI

Definire ed implementare la strategia di sourcing all'estero

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

9 - 10 aprile 2026 | 21 - 22 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Oggi acquistare significa operare in un mercato globale: se questo da una parte può assicurare maggiori risparmi e libertà di acquisto, dall'altra parte può comportare rischi di forti perdite se non è gestito conoscendone bene le regole e la complessità.

L'obiettivo di questo corso è fornire al partecipante gli strumenti per operare in maniera più sicura sul mercato globale e coglierne le maggiori opportunità, per padroneggiare gli aspetti legali e doganali, conoscendone i rischi connessi e i metodi per mitigarli.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Acquisti
- Category Buyer
- Buyer specializzati negli acquisti all'estero

APPRENDERETE A...

- Cogliere le possibilità di risparmio e maggiore scelta offerte dalla globalizzazione dei mercati
- Capire vantaggi e svantaggi di Global Sourcing
- Come costruire una strategia di global sourcing, quali fattori considerare e quali strumenti utilizzare
- Come quantificare i benefici ottenibili. Come conoscere i rischi e come gestirli e mitigarli
- Affrontare i mercati internazionali minimizzando i rischi e massimizzando i vantaggi
- Saper considerare aspetti tecnici ed economici nella valutazione dei fornitori internazionali
- Saper sfruttare le possibilità offerte dalla globalizzazione dei mercati, soprattutto in termini di offerta diversificata ed opportunità di risparmio
- Capire le regole fondamentali per scrivere un contratto internazionale
- Capire quali sono gli aspetti doganali fondamentali per l'acquisto all'estero

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- L'impostazione della strategia di Global Sourcing
- L'applicazione della SWOT Analysis per categoria merceologica
- L'applicazione del Modello TCO Global Sourcing
- Utilizzo della griglia di quantificazione dei rischi e dei costi per Paese
- La Check List Contrattuale per gli acquisti internazionali
- La Check List Doganale per gli acquisti internazionali

I PLUS:

- La metodologia utilizzata è attiva, verranno discussi anche i casi presentati dai partecipanti



A15 - MARKETING D'ACQUISTO ED ACQUISTI INTERNAZIONALI

PROGRAMMA

I nuovi scenari dei mercati di sourcing

- I mercati emergenti e le diverse opportunità di riduzione del costo di acquisto
- Acquisti Global to Local o Local to Local: quale strategia?
- Il nearshoring per la ricerca di competitività
- Il nuovo paradigma dell'eccellenza nel global sourcing: da Low Cost Countries Sourcing a Best Value Country Sourcing

Definire la Strategia di categoria merceologica

- Identificare i punti di forza e debolezza nei confronti del mercato attraverso la SWOT analysis

La definizione delle strategie sui fornitori (Supplier Strategy)

- Segmentazione e razionalizzazione dei fornitori
- Definizione del tipo di relazione/alleanza sviluppare
- Strategic & Global sourcing

Il marketing d'acquisto internazionale

- Vantaggi e svantaggi dell'acquisto all'estero
- La valutazione del rischio paese
- Il global sourcing: valutazione, selezione e qualificazione dei fornitori
- La scelta tra acquisto diretto tramite intermediari: rischi e vantaggi
- Organizzazione della funzione acquisti
- Evoluzione dei ruoli professionali dei manager del global sourcing
- Conoscere e gestire i tempi di avvio di un progetto di acquisto internazionale

La valutazione economica di convenienza ed il modello decisionale

- Valutazione delle opportunità di riduzione dei costi totali d'acquisto nei principali Paesi low cost: il calcolo del TCO (Total Cost of Ownership) Global Sourcing per la valutazione della convenienza economica
- Il modello decisionale per l'acquisto all'estero: i parametri di rischio e opportunità da tener in considerazione

Ricerca di fornitori esteri potenziali

- Come scegliere i mercati sui quali muoversi
- Piano di marketing degli acquisti internazionali
- Individuare e valutare i fornitori potenziali: international scouting

International scouting e strategie di riduzione del rischio: acquisti nei Paesi low cost

- Localizzazione dei fornitori esteri strategici
- Trovare le giuste informazioni
- Valutazione e selezione dei fornitori
- Come strutturare un'azione di scouting internazionale
- Valutazione e omologazione di un fornitore internazionale
- Risk management nell'international scouting
- La corretta valutazione dei rischi e delle opportunità legate al singolo Paese

Aspetti contrattuali degli acquisti internazionali

- Contratti e importazioni: redigere i contratti di acquisto internazionale ed assicurarsi il rispetto delle norme di sicurezza
- Condizioni generali del contratto: accorgimenti e precauzioni particolari
- Normativa applicabile e possibili deroghe
- Passaggio del rischio dell'acquirente e rapporti con i responsabili della perdita, distruzione o indebita consegna
- Rimedi esperibili in caso di inadempimento o ritardo
- Responsabilità e sanzioni
- Piaga della contraffazione: come difendersi
- Mezzi di pagamento internazionali: regolamenti valutarî, rimessa diretta, incasso documentario, credito documentario; garanzie bancarie internazionali e sistemi di pagamento specifici
- Il rischio di cambio: possibili soluzioni

Aspetti doganali degli acquisti internazionali

- Cenni sulle procedure doganali e fonti normative comunitarie e nazionali: questioni di applicabilità e di compatibilità; accertamento doganale e documentazione
- Uso della tariffa doganale
- Determinazione della base imponibile
- Certificazioni di origine
- Gli Incoterms nella prassi degli acquisti internazionali
- Il trasporto: assicurazione e protezione delle merci e i costi connessi
- Fatture e documenti di trasporto: patologie (errori, irregolarità, omissioni, contestazioni) e rimedi; controlli della dogana italiana, Made in Italy, marchi, contraffazioni; contestazioni, procedimenti amministrativi e penali, recupero dei diritti dovuti

Chiusura del Corso di Formazione

- Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



A27 - NEARSHORING E GESTIONE DEL RISCHIO DI FORNITURA

Come definire un modello decisionale per la strategia di sourcing in logica Costi Totali d'Acquisto (TCO) e Rischi di fornitura

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

24 febbraio 2026 | 25 giugno 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

I mercati internazionali di acquisto di materie prime e materiali sono negli ultimi anni soggetto ad aumento di costi e rischi di fornitura.

Gli aumenti di materie prime e costi logistici, il rischio paese d'origine, le politiche aziendali sempre più sostenibili portano a riconsiderare la strategia d'acquisto da paesi extra UE in ottica di riduzione del Rischio e Costi Totali (TCO).

L'obiettivo è sempre più considerare una strategia di NEARSHORING o NEAR SOURCING per garantire la sicurezza d'approvvigionamento rendendo competitiva la filiera di fornitori italiani-europei.

Il corso ha un taglio applicativo con l'obiettivo che ogni partecipante apprenda un modello decisionale della strategia di sourcing, valutando la soluzione che permetta di garantire il raggiungimento degli obiettivi strategici e generare vantaggio competitivo.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager

APPRENDERETE A...

- Analizzare i punti di forza e debolezza della propria catena di fornitura
- Calcolare l'indice di Rischio e i Costi Totali della propria catena di fornitura
- Definire una strategia di sourcing coerente agli obiettivi strategici
- Implementare una Roadmap di miglioramento delle performance d'acquisto
- Rendere competitiva la filiera di fornitori italiana-europea

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Calcolo TCO per Paese di approvvigionamento (Europa, Sud Est asiatico, ...)
- Calcolo dell'indice di Rischio
- Applicazione del modello decisionale di Nearshoring

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi pratici

Ai partecipanti verrà dato il modello decisionale in EXCEL con il calcolo del TCO e dell'Indice di Rischio



A27 - NEARSHORING E GESTIONE DEL RISCHIO DI FORNITURA

PROGRAMMA

Strategic Sourcing

- Obiettivi
- Il Processo di strategic sourcing
- TCO e gestione del Rischio di Fornitura
- Sviluppare una visione strategica per Categoria Merceologica:
 - Identificare le priorità strategiche degli Acquisti
 - Swot Analysis per identificare la strategia di sourcing
 - Il Category Plan per implementare la strategia di sourcing

Nearshoring o Near Sourcing

- Le tendenze delle aziende
- I principali benefici
- Come rendere competitiva la filiera dei fornitori italiani-europei
- Lo sviluppo di un modello di partnership strategica

SVILUPPARE IL MODELLO DECISIONALE

Calcolare ed analizzare il rischio di fornitura

- Identificare le tipologie di rischio: Prodotto, Fornitore, Fonte di approvvigionamento
- Quantificare i rischi con il KRI (Key Risk Indicator)

Calcolare ed analizzare il TCO (Total Cost of Ownership)

I fattori di costo che impattano sul calcolo del TCO:

- FOB Price
- Packaging
- Duty
- Freight: air, surface, all fees
- Inventory: en-route, cycle, safety stock, obsolete
- Local warehousing
- Travel
- Rework/quality
- Product liability
- IP risk (Intellectual Property Risk)
- Impact on innovation
- Prototype
- Forecast wage inflation and currency appreciation

Applicazione: il modello di calcolo del TCO e il simulatore in EXCEL

Applicare il modello decisionale di Nearshoring su alcune Categorie Merceologiche

- Il calcolo del TCO
- Il calcolo dell'indice di Rischio
- La valutazione di altri fattori strategici
- Il modello decisionale sviluppato tramite la metodologia A.H.P.
- Esempio applicativo

Applicazione del modello decisionale su esempi di Categoria e fonte di approvvigionamento

Definire la roadmap di strategic sourcing

- Utilizzare la Wave Matrix per l'implementazione delle azioni di Nearshoring
- Definire tempi e costi per l'implementazione
- Quantificare i Benefici ed il ROI del progetto

Case study:

discussione con i partecipanti



A10 - CATEGORY MANAGEMENT

La gestione strategica ed operativa delle Categorie Merceologiche d'Acquisto

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

27 maggio 2026 | 26 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il modulo offre l'opportunità di avere un quadro complessivo del processo d'acquisto fornendo i principali strumenti e tecniche per sviluppare un Category Plan e migliorare le performance della propria Categoria Merceologica. Il Category Manager fortemente specializzato in una Categoria Merceologica ha la possibilità di agire con successo sui mercati migliorando le performance d'acquisto. La possibilità di praticare e sperimentare in aula esercizi, casi aziendali, applicazioni di strumenti permette di consolidare l'apprendimento della teoria illustrata.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Senior Buyer

APPRENDERETE A...

- Definire un Piano Strategico ed Operativo degli Acquisti orientato alla riduzione del Costo Totale d'Acquisto
- Apprendere la metodologia per individuare le scelte operative più idonee per una gestione efficace delle merceologie d'acquisto coerenti alle strategie aziendali
- Sviluppare il Category Management: dalla definizione del Category Plan all'implementazione delle azioni di miglioramento
- Cogliere le opportunità ed attivare azioni di riduzione del Costo Totale d'Acquisto per le differenti famiglie Merceologiche
- Conoscere e utilizzare i principali strumenti di analisi e gestione della fornitura e i driver essenziali per la massimizzazione dell'efficacia tattica e strategica dell'acquisto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- La stesura di un Category Plan
- Applicazione degli strumenti di Category Management: Swoy Analysis, Analisi dei vincoli, Analisi rischi e profitto, Matrice di Segmentazione dei Fornitori, gli assi di riduzione del TCO
- Il calcolo del costo totale d'acquisto TCO

I PLUS:

- Durante il corso verranno redatti alcuni Category Plan su esigenze portate dai partecipanti



A10 - CATEGORY MANAGEMENT

PROGRAMMA

Dal Piano Strategico degli Acquisti al Category Plan

- Acquistare Valore dal Mercato dei Fornitori
- Acquisti e Strategia Aziendale
- La strategia degli Acquisti: il Piano Strategico degli Acquisti
- Definire le Priorità strategiche degli Acquisti
- Il Piano strategico ed operativo per le Famiglie Merceologiche: il Category Management

Come definire il Category Plan

- Analisi della situazione attuale
 - Classificare i prodotti per Cluster: l'albero della categoria Merceologica
 - Definizione dei bisogni d'acquisto: fabbisogni, specifiche tecniche e funzionali
 - Analisi del Mercato dei Fornitori: la SWOT analysis
 - Spend Analysis per Fornitori ed Articolo
 - Analisi dei vincoli
 - Analisi Rischio e Profitto (Kraljic)
 - Analisi dei rischi di fornitura
 - Il posizionamento competitivo dei fornitori: la segmentazione dei Fornitori sui drivers strategici della Categoria
 - Analisi dei Costi di Prodotto: Cost Drivers ed analisi dei trend di variazione (materie prime, energia, costo manodopera, valuta, ...)
 - Analisi delle Performance di Categoria:
 - saving&loss negli ultimi anni
 - lead time e puntualità
 - scorte
 - qualità
- Definire la Strategia di Categoria
 - Il Piano prodotto
 - Il budget e le previsioni di spesa
 - Il Master Plan dei progetti di miglioramento
 - La Wave Matrix per l'implementazione dei progetti a breve, medio e lungo termine
- Implementazione del piano, controlling e reporting:
 - Definizione delle azioni di miglioramento delle Performance d'Acquisto: l'action plan
 - KPI sui drivers strategici di Categoria: sicurezza, innovazione, costo, qualità e servizio
 - La definizione di Reporting sulle performance di Categoria

Il coinvolgimento del Cliente Interno nella definizione delle strategie di Categoria M.

- Definire le azioni di Technical Saving: design review, reengineering di prodotto e process improvement
- Definire la strategia sui fornitori: consolidamento degli attuali e qualificazione di nuovi fornitori
- Condividere la strategia negoziale dall'inizio delle fasi di sviluppo prodotto: early involvement degli Acquisti

Sviluppare il profilo del Category Manager

- Attitudini analitiche e relazionali, competenze tecniche e contrattuali, la conoscenza dei mercati d'acquisto
- Definire la propria area di competenza merceologica
- Esercitazione: analisi delle proprie attitudini/competenze e delle informazioni necessarie di natura tecnica, contrattuale e di mercato

Dalla teoria alla pratica: presentazione e analisi di due casi reali



A11 - MISURARE LE PERFORMANCE D'ACQUISTO

Come definire i KPI e i Reporting della Direzione Acquisti

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

28 maggio 2026 | 17 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La misurazione delle proprie performance è la base per migliorare. La funzione Acquisti deve poter verificare in continuo lo scostamento tra risultati e obiettivi per definire, una volta capite le cause che non hanno permesso di raggiungere gli obiettivi, le azioni correttive necessarie. Un sistema di miglioramento si basa sulla definizione dei KPI più rappresentativi dei Drivers di generazione del Valore d'Acquisto: costi, servizio, qualità sicurezza, innovazione. L'implementazione di un Reporting "Beyond Saving" è la base per migliorare la credibilità e visibilità all'interno dell'azienda e nei confronti della Direzione.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Senior Buyer
- Controllo di Gestione

APPRENDERETE A...

- Conoscere i KPI di valutazione della funzione più attuali ed efficaci e imparare a selezionare quelli più idonei alla propria struttura
- Definire gli indicatori per la gestione del Rischio di fornitura (KRI- Key Risk Indicator)
- Apprendere le tecniche di costruzione del Reporting e dei KPI coerenti con gli obiettivi della funzione e del singolo buyer
- Misurare le prestazioni del Parco Fornitori
- Creare degli indicatori coerenti con gli obiettivi aziendali e di funzione
- Conoscere le metodologie e gli strumenti più innovativi per misurare le performance negli Acquisti
- Approfondire in che modo questo risparmio viene trattato a livello di controllo di gestione e quali sono gli impatti sul conto economico
- Dimostrare alla Direzione la validità della propria funzione

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Il calcolo dei Saving&Loss e del TCO per Categoria M. e Fornitore
- La costruzione di un Reporting
- La presentazione di case studies

I PLUS:

- Durante il corso verranno analizzate le esigenze dei partecipanti per costruire i KPI e Reporting per la loro azienda



A11 - MISURARE LE PERFORMANCE D'ACQUISTO

PROGRAMMA

Dalla strategia aziendale agli obiettivi strategici degli Acquisti: la metodologia Hoshin Kanri e la X_Matrix

Il Deployment degli obiettivi a livello di Divisione, Categoria M, Buyers: il modello A3T / A3SR

La tipologia degli indicatori negli Acquisti

- Strategici
- Di Performance
- Di Progetto
- Di Valutazione dei Fornitori

Gli Indicatori Strategici

Gli Acquisti come Vantaggio Competitivo

- Aumentare il Valore d'Acquisto migliorando le performance e riducendo i Costi d'Acquisto
- Come misurare il vantaggio competitivo

Acquisti ed Impatto sull'utile aziendale

- Come misurare l'impatto sull'utile aziendale
- La correlazione con i KPI delle Vendite: quale l'impatto del saving sull'Utile rispetto all'incremento delle vendite?

Gli Indicatori di Performance

Indicatori economico-finanziari

- L'impatto sul conto economico: Revenues Equivalent Units = Savings / Gross Margin (%)
- Il Return on Investment (ROI): risultati rispetto al costo della Funzione Acquisti

Indicatori economici

- Saving&Loss
- Cost Avoidance
- Il TCO (Total Cost of Ownership)

Indicatori di gestione del Rischio (KRI)

- Creare i parametri e gli indicatori di KRI e individuare le fonti del loro aggiornamento
- Utilizzare i risultati del KRI all'interno dell'azienda e con i fornitori
- Il Supplier Risk Index per gestire il rischio di fornitura

Il calcolo dei Saving&Loss

- I Saving Commerciali e i Saving Tecnici
- Il Cost Avoidance
- Identificare e nettificare dall'indicatore di Saving&Loss le causali non corrette per il calcolo

Gli Indicatori di Progetto

- Le modalità di definizione degli obiettivi e dei target
- Valutare le performance dei singoli progetti rispetto agli obiettivi definiti
- La verifica dell'impatto dei risultati del Progetto sui KPI di Performance

Gli Indicatori di Valutazione dei Fornitori

- Gli indicatori per la valutazione economica –finanziaria del fornitore
- Il Vendor Rating
- Dal Vendor Rating al TCO per fornitore

I Reporting degli Acquisti: Beyond Saving

- Sviluppare il Reporting d'Acquisto per gestire il Processo di miglioramento delle Performance con il modello A3T
- Il Report economico: Saving&Loss e cost avoidance
- Il Report Beyond Saving:
 - dal saving&loss al TCO
 - dal TCO al TVO (Total Value of Ownership)
- Il ruolo dell'IT nella costruzione dei KPI e Reporting
- Tempistiche e modalità di presentazione del reporting

Il miglioramento continuo

- L'uso del Visual Management per analizzare gli andamenti dei Progetti e i risultati dei KPI definiti
- L'analisi causa-effetto per definire le azioni di miglioramento
- Diffondere e mantenere la cultura e le azioni di miglioramento continuo attraverso il Purchasing Kaizen
- Diffondere la cultura e le metodologie di riduzione del Costo Totale d'Acquisto ai fornitori

I sistemi di incentivazione negli Acquisti

- I modelli di incentivazione sui risultati
- Esempi di sistemi MBO per gli Acquisti



A12 - LE METODOLOGIE PER LE AZIONI DI TECHNICAL SAVING

Come generare una riduzione dei costi di prodotto attraverso il lavoro in Team con la Direzione Tecnica

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

23 - 24 marzo 2026 | 5 - 6 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Circa l'80% dei costi totali del ciclo di vita del prodotto sono "impegnati" prima di aver fabbricato il primo pezzo; le Funzioni che maggiormente influiscono sui Costi del Prodotto sono la Ricerca Sviluppo e Progettazione subito dopo gli Acquisti. È quindi importante lavorare sul Processo d'Acquisto per ottenere le migliori Performance; per gli acquisti più "Tecnici" (codici su specifiche) è necessario coinvolgere la Progettazione per attivare azioni di Technical Saving (Design Review, Reengineering di prodotto, Process improvement). La definizione di una metodologia strutturata e rigorosa di riduzione dei costi d'acquisto attraverso azioni di Technical Saving è fondamentale per avere una garanzia di raggiungere gli obiettivi. Il corso di formazione proposto, ricco di esempi applicativi e di interazioni tra docente e partecipanti, metterà i partecipanti in condizione di definire ed implementare un Progetto di Technical Saving.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Responsabili di progettazione e sviluppo prodotto

APPRENDERETE A...

- Applicare tecniche di analisi e riduzione dei costi: Analisi del Valore, Cost Breakdown Analysis, Design to Cost, ...
- Valutare le soluzioni organizzative più idonee
- Applicare la metodologia TE.C.O. (Technical Cost Optimization)
- Capire i benefici dell'early involvement del fornitore nel processo d'acquisto
- Sviluppare la capacità di Team Working all'interno di un Progetto di Technical Saving
- Coinvolgere il fornitore corresponsabilizzandolo sui risultati del progetto
- Avvalersi delle tecniche di analisi del prodotto/servizio e del processo per individuare e ridurre i costi superflui e nascosti
- Valutare il miglior compromesso tra la performance e il costo di ciascuna funzionalità del prodotto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- L'applicazione di tecniche di Value Engineering e Value Analysis su casi reali
- La definizione di Target Price negoziali attraverso la Cost Break down Analysis
- Analisi di esempi di processo di sviluppo nuovi prodotti dove gli Acquisti hanno un ruolo chiaro e definito
- Applicazioni di sessioni di miglioramento Prodotto e Processo: metodologia TECO (Technical Cost Optimization)
- Come migliorare le credibilità degli Acquisti nei confronti dei clienti interni (tecnici)

I PLUS:

Illustrazione di progetti di Technical Saving realizzati ed impostazione con i partecipanti del piano per la definizione ed implementazione di un Progetto di Technical Cost Optimization ed esercitazione su esempi di prodotto o servizio proposti dai partecipanti



A12 - LE METODOLOGIE PER LE AZIONI DI TECHNICAL SAVING

PROGRAMMA

Le tecniche per l'ottimizzazione dei Costi di Prodotto

- Value Engineering: per l'ottimizzazione del valore di un prodotto in fase di sviluppo
- Value Analysis: per l'incremento del valore di un prodotto già sviluppato
- Value Management: per incrementare l'efficienza del Modello di Technical Saving

SVILUPPO NUOVI PRODOTTI

Early involvement degli Acquisti nel processo di sviluppo prodotto

- Il Modello Stage Gate: dall'Ideazione allo Start of Production
- Ruolo e responsabilità del Buyer nelle Fasi del Modello Stage Gate
- Organizzazione della Funzione Acquisti nello Sviluppo Nuovi Prodotti
- Il Team Interfunzionale: integrazione, leadership e comunicazione
- Il coinvolgimento del fornitore nel Team
- Le tecniche di supporto: dalla Value Analysis, alla Cost Breakdown Analysis fino al Target Costing
- Identificare le azioni di Cost Saving
- La funzionalità del Design to cost nell'abbattimento dei costi di acquisto

OTTIMIZZAZIONE PRODOTTI ATTUALI

L'Analisi del Valore

L'analisi del Valore: definizione ed applicabilità

- Il percorso di applicazione dell'Analisi del Valore:
 - Definire e interpretare il bisogno del cliente: la determinazione delle funzioni del prodotto/servizio e della priorità per il cliente interno
 - Scomporre il prodotto / servizio per «aree» o «gruppi» funzionali a partire dalla distinta base o capitolato: la costruzione della distinta base/ capitolato funzionale e la sua valorizzazione
 - Calcolare il costo di ogni funzione del prodotto
 - Definire la prestazione obiettivo di ciascuna funzione del prodotto: benchmarking funzionale e assessment competitivo
 - L'analisi del valore come risultato della correlazione tra analisi funzionale e analisi di costo
- Gli strumenti di supporto all'analisi:
 - Creazione dei parametri di comparazione ed attribuzione dei pesi attraverso la metodologia AHP
 - La comparazione delle soluzioni (funzionalità + costo)
 - Le tabelle di comparazione del valore e del Costo
- Il Value Plan e lo sviluppo di soluzioni che ottimizzano performance e costi di prodotto/servizio

- Definire le azioni di Technical Saving: design review, reengineering di prodotto, process improvement
- Dall'analisi del prezzo alla gestione dei costi totali d'acquisto (TCO)
- Dalla gestione dei costi totali (TCO) alla generazione di valore (TVO-Total Value of Ownership)
- Metodi e tecniche per isolare gli extra-costi superflui lungo tutto il ciclo di vita del prodotto/servizio
- Strumenti analitici per capire i cost driver e definire il target price

Aspetti Organizzativi

- Il processo di sviluppo prodotto e il processo d'acquisto: come definire strategie e tecniche negoziali nei confronti dei fornitori
- Modelli di strutture organizzative e valutazione delle alternative: da Progetto a Processo per consolidare e mantenere nel tempo i risultati
- Le Figure professionali nel processo di Technical Saving: advance purchaser, Project Buyer, Cost Engineer
- Il Cooperative Purchasing: un modello d'acquisto in team
- Il Marketing Interno per Corresponsabilizzare i Clienti Interni

L'implementazione di sessioni di miglioramento Prodotto e Processo: la Metodologia TE.C.O. (Technical Cost Optimization)

- I passi della Metodologia TE.C.O.:
 - Analisi del Progetto attuale: Affidabilità, Prestazione, Drivers di Costo
 - Analisi delle specifiche funzionali e specifiche tecniche
 - Generazione delle proposte di miglioramento
 - Integrazione delle idee generate nel nuovo progetto con modifiche al Disegno, Progetto, Processo
 - La Technical Negotiation con il fornitore: definire il Should Cost e creare la Scheda Trattativa Tecnica
- Le 10 regole per ridurre il costo del prodotto

La gestione del Progetto di miglioramento

- La pianificazione e il controllo
- Come costruire e gestire un piano operativo, finalizzato al raggiungimento degli obiettivi funzionali, economici e temporali del prodotto/servizio
- Definire il team di lavoro
- Preparare e organizzare le sessioni di miglioramento di prodotto e processo



A2 - FORMAZIONE PRATICA COMPRATORI

Sviluppare le competenze per essere un Buyer efficace

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

6 - 7 maggio 2026 | 1 - 2 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il Buyer efficace è chi, comprendendo le esigenze d'Acquisto dell'azienda, riesce a focalizzarsi sulle attività che generano valore aggiunto e migliorano le performance d'acquisto (riduzione dei costi e miglioramento della qualità e del servizio).

Il corso offre l'opportunità di avere un quadro complessivo del processo d'acquisto fornendo i principali strumenti e le tecniche per migliorare immediatamente le proprie attività e garantire all'azienda un miglioramento concreto.

A CHI È RIVOLTO

- Il corso è rivolto a Buyer che vogliono sviluppare e consolidare le proprie competenze d'Acquisto

APPRENDERETE A...

- Identificare obiettivi e competenze del Buyer
- Valutare i punti di forza e debolezza delle fasi del processo d'acquisto
- Cogliere le opportunità ed attivare azioni di riduzione del Costo Totale d'Acquisto per le differenti famiglie merceologiche: materie prime, codici a disegno, codici commerciali, servizi
- Utilizzare l'analisi dei costi per definire il target price negoziale
- Sviluppare la strategia negoziale e condurre un'efficace trattativa
- Riconoscere le tattiche negoziali dei fornitori ed identificare le risposte più efficaci
- Valutare il fornitore e gestire il processo di miglioramento delle sue performance
- Avere un inquadramento contrattuale per differenti tipologie di acquisto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Auto analisi delle attività del buyer
- Questionario di valutazione delle proprie competenze d'acquisto
- Role Play e simulazioni negoziali tra Acquisitori e Venditori
- Sviluppo ed applicazione di strumenti per la riduzione del costo totale d'acquisto: matrice valutazione delle offerte, scheda scomposizione costi, scheda trattativa
- Sviluppo di un sistema di valutazione fornitori (Vendor Rating)
- Discussione di 2 casi di riduzione del costo totale d'Acquisto

I PLUS:

Buyer Action Plan: realizza quanto hai appreso attraverso la stesura del Piano d'Azione personale, potrete definire le azioni di miglioramento da implementare al ritorno in azienda, confrontandovi con il docente anche dopo la fine del corso



A2 - FORMAZIONE PRATICA COMPRATORI

PROGRAMMA

Introduzione

- Definizione di Acquisti ed Approvvigionamenti (gestione materiali)
- Focalizzarsi sulle attività a valore aggiunto e ridurre gli sprechi nel processo d'acquisto
- Organizzare meglio le attività e gestire le loro priorità

Controlling & reporting: come gestire e migliorare le performance d'acquisto (cenni)

- La definizione dei target
- Indicatori di Performance (KPI): definizioni e calcolo
- Definizione di Cost Savings e Cost Avoidance
- Il Report di misura dei risultati raggiunti

Le fasi del processo d'acquisto e gli strumenti necessari, per le differenti famiglie d'acquisto, per migliorare le performance d'acquisto

Marketing d'Acquisto

- Analisi del Mercato dei Fornitori
- Definire il piano operativo di Marketing d'Acquisto
- L'importanza del marketing d'Acquisto interno all'azienda

Selezione, valutazione ed omologazione dei fornitori (cenni)

- Commodity Risk Management (cenni)
- La valutazione preventiva e sistemi di qualificazione dei Fornitori
- Gli strumenti e le metodologie di valutazione
- L'identificazione dei criteri di valutazione in relazione alla tipologia d'acquisto (Famiglia Merceologica): qualità, logistica, servizio, solidità finanziaria, competitività e rischi di approvvigionamento
- La valutazione tecnico-economica dei fornitori: gli indicatori e il loro utilizzo

Price analysis e gestione dell'approccio a Costo Totale d'Acquisto (TCO)

- Definire le leve e le azioni di riduzione del Costo Totale d'Acquisto
- Utilizzare l'analisi dei costi per definire il target price negoziale
- Identificare e stimare i principali elementi di costo
- Applicazioni di analisi costi
- Analizzare e confrontare i prezzi di mercato
- Gli strumenti operativi per l'analisi dei Costi
- Scheda di Scomposizione Costi
- Matrice di Valutazione dei Costi per determinare il BEST PRICE e il TARGET PRICE
- Gestione a Costi Totali d'Acquisto [Total Cost of Ownership (TCO)]

Esercitazioni: applicazione di alcuni strumenti operativi

Gestione del processo di lancio e valutazione dell'offerta

- La preparazione della gestione delle offerte: definire specifiche e capitolato d'acquisto
- Gli strumenti per la gestione delle offerte:
 - La matrice di Valutazione delle offerte
 - Le aste on Line
 - Tender for improvement

Esercitazioni: applicazione di alcuni strumenti operativi

Negoziazione e trattativa d'acquisto

- La preparazione alla negoziazione: planning negoziale e scheda trattativa
- Sviluppare la strategia negoziale attraverso la "Strategia della Scacchiera" e definire i target negoziali
- Definizione del target price per la negoziazione
- Condurre la trattativa sviluppando le competenze per gestire "buone" relazioni con il fornitore

Esercitazioni: applicazione di alcuni strumenti operativi: la strategia della scacchiera, la Scheda Trattativa

Gestione dei contratti

- Check list contrattuale
- I punti fondamentali nella stesura di un contratto

Valutazione delle performance dei fornitori

- I sistemi di valutazione delle performance dei fornitori: sistema CATEGORICO, a media ponderata (VENDOR RATING), COST BASED
- La valutazione delle prestazioni del fornitore
- (Il Vendor Rating) per famiglie merceologiche
- L'impostazione di un piano di miglioramento delle performance con il fornitore: obiettivo aumentare il valore d'acquisto
- Il controllo delle prestazioni logistiche del fornitore

Chiusura Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura piano d'azione personale



A16 - FORMAZIONE PRATICA MATERIAL PLANNER

Strumenti e metodi pratici per migliorare l'approvvigionamento dei materiali

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

11 - 12 marzo 2026 | 15 - 16 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La corretta gestione del processo di riordino dei materiali è uno degli aspetti fondamentali per garantire un normale flusso produttivo, la soddisfazione dei propri clienti e, nel contempo, contenere costi. Pur in contesti sempre più dinamici ed in continua evoluzione, è necessario definire le modalità di approvvigionamento più idonee per garantire un miglioramento del livello di servizio e dei costi, e definire il corretto livello di riordino, che garantisca un adeguato servizio ai clienti interni ed esterni senza però incorrere in costi e rischi elevati. Nel corso saranno analizzati i principali strumenti e le tecniche che permettono di controllare, gestire ed ottimizzare la gestione del processo di riordino dei materiali.

A CHI È RIVOLTO

- Il corso è rivolto a Buyer ed Approvvigionatori che vogliono sviluppare e consolidare le proprie competenze

APPRENDERETE A...

- Pianificare coerentemente alla pianificazione della domanda dell'azienda
- Scegliere le modalità di gestione dei materiali più adatta
- Impostare un sistema di riordino coerente con la struttura aziendale
- Ottimizzare l'utilizzo dei sistemi MRP
- Valutare vantaggi e criticità ed implementare concretamente un sistema Kanban per la gestione degli approvvigionamenti
- Migliorare le performance logistiche del fornitore
- Quantificare le voci di costo dell'approvvigionamento che fanno parte del Costo Totale d'Acquisto
- Ottimizzare le tecniche di approvvigionamento per ridurre i costi totali
- Rendere affidabili gli approvvigionamenti per ridurre i costi
- Instaurare buone relazioni con i fornitori per usufruire dei vantaggi che ne derivano
- Lavorare in Team con i clienti interni per raggiungere un'obiettivo comune

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Controllare le scorte e la disponibilità dei prodotti mediante gli indicatori di performance
- Prevedere la domanda e tenere sotto controllo gli errori dei modelli di previsione
- Definire e implementare un progetto di ottimizzazione degli stock
- Analizzare e migliorare i materiali mancanti
- L'utilizzo e l'ottimizzazione dei sistemi MRP
- La determinazione del lotto di acquisto

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



A16 - FORMAZIONE PRATICA MATERIAL PLANNER

PROGRAMMA

Differenze tra acquisti e approvvigionamenti

Le diverse fasi del processo d'acquisto e il processo di approvvigionamento con le sue attività

L'approvvigionamento dei materiali

- I tipi di ordine
- Le attività del processo di approvvigionamento dei materiali
- Il controllo e il miglioramento delle prestazioni dei propri fornitori
- Soluzioni per migliorare l'approvvigionamento dei materiali

La pianificazione degli acquisti e delle forniture: dalla pianificazione della domanda alla gestione degli ordini con i fornitori

Gli strumenti e modelli per la gestione dei materiali e delle scorte

- I modelli Push e Pull
- Il dimensionamento del lotto economico di approvvigionamento
- Modello a punto di riordino: lotto economico e livello di riordino
- Modello a intervallo fisso di riordino: intervallo di rifornimento, disponibilità obiettivo
- Come dimensionare le scorte di sicurezza
- I metodi di gestione a fabbisogno: l'utilizzo dei sistemi MRP
- Gestire le scorte con il Just in Time
- Quando e come applicare i diversi modelli di gestione scorte

La gestione dell'approvvigionamento per commessa

- La gestione a fabbisogno dei prodotti (MRP: Material Requirements Planning)
- La scorta di sicurezza: determinare lo stock necessario e stabilire un legame con il livello di servizio
- Impostare e gestire un sistema di riordino

Il costo totale d'acquisto: costi contrattuali e costi di non performance dei fornitori -> l'impatto dell'approvvigionamento dei materiali

Nuove metodologie per l'approvvigionamento:

consignment stock, stock agreement, kanban, ordini a programma, accordi quadro dell'ordine, accordi di gruppo

Analisi e gestione del tempo di consegna del fornitore

- Costruzione degli indicatori di prestazione: quali parametri considerare
- Analisi del tempo di consegna e definizione del tasso di servizio
- Costruzione del vendor rating e suo utilizzo operativo
- Il controllo dei ritardi e dei solleciti: importanza del controllo preventivo
- Gestire i ritardi e i solleciti
- La negoziazione telefonica sul rispetto delle consegne: pratica di telefonate coi fornitori

Lean Purchasing

- Processi Lean nelle attività di approvvigionamento dei materiali (Ciclo passivo)
- Attività a valore e non valore nei processi di servizio
- Sincronizzazione tra le forniture e i bisogni di efficienza e flessibilità
- Focalizzazione sui processi chiave e automatizzazione delle attività a scarso valore
- I processi d'acquisto snelli: case history ed esempi

Saper gestire i propri tempi per essere sempre efficaci

- Attività ed "interferenze" nella gestione del proprio lavoro
- Tecniche di gestione dei tempi
- L'analisi ABC per determinare criticità e priorità d'intervento
- La gestione delle priorità

Come collaborare in team per raggiungere gli stessi obiettivi



A23 - LA DEFINIZIONE ED IMPLEMENTAZIONE DI UN PIANO BONUS SUI FORNITORI

Come ottenere dei benefici economici e sviluppare una relazione Win-Win con i fornitori

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

13 aprile 2026 | 3 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso mette in condizioni il partecipante di realizzare ed implementare un piano di richiesta bonus ai fornitori. Verranno condivise le modalità e le strategie più idonee per rendere il piano bonus efficace con vantaggio reciproco tra cliente e fornitore (WIN-WIN).

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Buyer

APPRENDERETE A...

- Definire il piano bonus nei confronti dei fornitori
- Identificare le opportunità di bonus da condividere con il fornitore
- Sviluppare un modello di relazione con i fornitori basato su vantaggi reciproci
- Utilizzare Excel per analizzare la spesa degli ultimi anni e definire i fornitori a cui chiedere il bonus

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Impostazione del Piano Bonus
- Definizione delle modalità di coinvolgimento dei fornitori: mail, lettera, incontro, ...
- Creazione della Check List negoziale con il fornitore

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi pratici. Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata.



A23 - LA DEFINIZIONE ED IMPLEMENTAZIONE DI UN PIANO BONUS SUI FORNITORI

PROGRAMMA

Identificare le opportunità di richiesta bonus

- Analisi del fatturato dei fornitori e del loro trend negli anni
- Identificare i fornitori a cui chiedere il bonus di fine anno
- Definire le modalità di richiesta bonus: indipendente al fatturato, per fasce di fatturato
- Definizione la % di bonus coerente con gli obiettivi aziendali

Impostare la richiesta ai fornitori

- La stesura delle lettere di richiesta bonus
- Le modalità di richiesta: mail, telefono, incontro

La negoziazione del bonus a fornitori

- Definire gli obiettivi
- Preparare la Scheda Trattativa di richiesta bonus
- Stabilire la strategia e tattica negoziale
- Concludere l'accordo
- Formalizza l'accordo con la firma della lettera bonus

Le fasi di realizzazione del piano bonus

- Definisci il piano bonus in Excel
- Stabilisci delle scadenze di risposta dei fornitori
- Misura i risultati ottenuti
- Stabilisci le modalità di erogazione del bonus: note credito di fine anno
- Analizza i risultati ed imposta le azioni di miglioramento per l'anno successivo

Esercitazioni

- Impostazione del piano bonus su Excel
- Creazione della Check List di richiesta bonus
- Creazione Modello Scheda Trattativa di richiesta bonus

Case study:

condivisione Progetto realizzato di Richiesta Bonus



A3 - NEGOZIARE CON PROFITTO

Come migliorare le performance negoziali nella trattativa d'Acquisto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

26 - 27 marzo 2026 | 7 - 8 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il negoziatore vincente è chi comprende il processo negoziale, sviluppa le proprie strategie, utilizza le migliori tecniche e gestisce la trattativa per ottenere il successo nella negoziazione.

Il corso offre l'opportunità di praticare e sperimentare attraverso esercizi, casi negoziali e Role Play, le migliori strategie e tecniche per definire i target negoziale e migliorare le performance nella trattativa d'Acquisto.

A CHI È RIVOLTO

- A professionisti degli Acquisti che desiderano sviluppare e migliorare le proprie competenze e tecniche negoziali

APPRENDERETE A...

- Identificare obiettivi ed interessi reciproci per negoziare al meglio
- Valutare i punti di forza e debolezza per stabilire gli obiettivi e le migliori soluzioni negoziali
- Cogliere le opportunità di negoziazione
- Sviluppare la strategia negoziale e condurre un'efficace trattativa
- Implementare le strategie e le tattiche negoziali attraverso la "strategia della scacchiera"
- Preparare la negoziazione attraverso la "Scheda Trattativa"
- Utilizzare le migliori tecniche di comunicazione per gestire la trattativa
- Riconoscere le tattiche negoziali dei fornitori ed identificare le risposte più efficaci
- Identificare e gestire gli elementi tipici di situazioni negoziali complesse e difficili

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Determinazione del proprio stile negoziale
- Gestione delle negoziazioni spot con la 'matrice di valutazione delle offerte'
- Determinazione del target price negoziale e condivisione con il fornitore
- Applicazione della 'strategia della scacchiera per negoziazioni complesse
- Sviluppo della 'Scheda Trattativa'
- Role Play e simulazioni negoziali tra Acquisitori e Venditori
- Negoziazione in Team: Cliente Interno, buyer, fornitore
- Discussione di 2 negoziazioni reali
- La check list delle Best Practice negoziali

I PLUS:

Simulazioni del processo negoziale attraverso il software *IWIN*

Negotiation Action Plan: realizza quanto hai appreso attraverso la stesura del Piano d'Azione personale, potrete definire le azioni di miglioramento da implementare al ritorno in azienda, confrontandovi con il docente anche dopo la fine del corso



A3 - NEGOZIARE CON PROFITTO

PROGRAMMA

Introduzione alla negoziazione

- Cos'è e quando si negozia
- Trattativa come parte del processo acquisti
- Differenza tra win-win e win-lose

Preparazione pratica alla trattativa

- Obiettivi negoziali: BATNA, LAA, MDO, ZOPA
- Check-list di preparazione
- Raccolta informazioni su fornitore, mercato e prodotto
- Esercitazione guidata: preparazione della scheda trattativa

Gestione delle offerte e comparazione

- Come richiedere un'offerta chiara ed efficace
- Tabella comparativa multi-parametro (esercitazione)
- Metodo semplificato AHP per il confronto tra più fornitori
- Esercitazione: confronto di 3 offerte su base tecnica/economica

Analisi del prezzo e scomposizione dei costi

- Tecniche base per stimare un prezzo corretto
- Come leggere e discutere una scomposizione costi
- Indicatori di supporto (prezzi materie prime, logistica, margini)
- Calcolo e proposta di un target price

Tecniche di negoziazione pratiche

- Apertura della trattativa: ancoraggio e tono iniziale
- Concessioni sequenziali: come dare senza perdere margine
- Leve base nella trattativa: prezzo, tempi, condizioni, pagamento
- Come gestire controproposte e resistenze

La strategia della scacchiera

- Come costruire la strategia della scacchiera
- Esempio di utilizzo con più parametri negoziabili
- Simulazione: costruzione scacchiera su caso reale

Comunicazione essenziale nella negoziazione

- Regole base della comunicazione efficace
- Ascolto attivo e domande giuste al momento giusto
- Comunicazione assertiva vs passiva o aggressiva
- Simulazioni brevi con feedback

Gestione del conflitto nella trattativa

- Riconoscere il conflitto e non subirlo
- Modello Thomas-Kilmann: 5 stili a confronto
- Tecniche semplici per abbassare la tensione
- Simulazione: gestione di un disaccordo con un fornitore

Conclusione e follow-up

- Come chiudere in modo professionale
- Formalizzazione degli accordi
- Checklist di chiusura
- Tracciamento dei saving e delle condizioni ottenute



A8 - TECNICHE AVANZATE DI NEGOZIAZIONE CON I FORNITORI

Come ottenere risultati in situazioni negoziali complesse

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

20 - 21 maggio 2026 | 24 - 25 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso, rivolto a chi è già in possesso dei concetti base della negoziazione d'acquisto, permette di approfondire le strategie di negoziazione e gli aspetti indispensabili per ottenere i migliori risultati nelle trattative d'acquisto più complesse. I partecipanti impareranno a gestire ed indirizzare le situazioni conflittuali e di tensione, incrementando l'efficacia delle proprie negoziazioni.

I partecipanti avranno modo di apprendere metodologie collaudate da applicare anche in situazioni "difficili" come quelli con fornitori dominanti o non facilmente sostituibili o in contesti internazionali culturalmente distanti dal nostro.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabile Acquisti
- Category Manager
- Buyer Senior

APPRENDERETE A...

- Acquisire la capacità di sapersi preparare ad una trattativa definendo chiari obiettivi negoziali
- Acquisire tecniche e metodologie per condurre una negoziazione efficace
- Acquisire strumenti per impostare le strategie di negoziazione
- Identificare obiettivi ed interessi comuni per negoziare al meglio
- Valutare i punti di forza e debolezza per stabilire gli obiettivi e le migliori soluzioni negoziali
- Identificare e cogliere le opportunità di negoziazione
- Identificare le proprie attitudini negoziali e le capacità di adattarsi alle situazioni
- Gestire al meglio gli aspetti comportamentali per far fronte alle obiezioni della controparte
- Saper influenzare la controparte per raggiungere i propri obiettivi
- Apprendere ad adattare la strategia ai differenti interlocutori
- Riconoscere le tattiche negoziali dei fornitori ed identificare le risposte più efficaci
- Identificare e gestire gli elementi tipici di situazioni negoziali complesse e difficili

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Conoscere il proprio stile negoziale
- Individuare lo stile della controparte e le sue strategie e tattiche negoziali
- Applicazione della 'strategia della scacchiera' per negoziazioni complesse
- Simulazione di negoziazioni a difficoltà e complessità crescente
- Tecniche di analisi del prezzo
- Negoziazione in Team: Cliente Interno, buyer, fornitore
- Discussione di 2 negoziazioni reali
- La check list delle Best Practice negoziali

I PLUS:

Simulazioni del processo negoziale attraverso il software IWIN

Negotiation Action Plan: realizza quanto hai appreso attraverso la stesura del Piano d'Azione personale, potrete definire le azioni di miglioramento da implementare al ritorno in azienda, confrontandovi con il docente anche dopo la fine del corso



A8 - TECNICHE AVANZATE DI NEGOZIAZIONE CON I FORNITORI

PROGRAMMA

Fondamenti della negoziazione avanzata

- La negoziazione come processo decisionale strategico
- Approcci integrativi vs distributivi
- Cooperazione e competizione: cosa li attiva e come gestirli
- La negoziazione come leva per il valore e per la relazione
- Differenza tra trattativa semplice, complessa e sistemica

Strategia negoziale

- Analisi della controparte (profilazione, potere, interessi, vincoli)
- Strutturare la strategia: preparazione, obiettivi, opzioni, scenari
- Costruzione di alternative realistiche (BATNA, LAA, MDO)
- Definizione della ZOPA
- Tecniche di pianificazione anticipata delle concessioni
- Uso della leva negoziale e dei parametri multipli

Tecniche negoziali avanzate

- Matrice delle 4 strategie (Forza, Partnership, Commodity, Leva)
- Negoziazione multi-parametro: scacchiera avanzata
- Target price negoziale e contropartite
- Approccio sistemico e modelli complessi (negoziare a più fasi e attori)
- Gestione delle deadlock e delle interruzioni

Comunicazione nella negoziazione

- Gestione della relazione: empatia, assertività, presenza
- Comunicazione verbale e non verbale: tecniche avanzate
- Ascolto attivo profondo e riformulazione
- Tecniche di domande per influenzare la controparte
- Comunicazione strategica (fase di apertura, esplorazione, proposta e chiusura)
- Strumenti di comunicazione indiretta (mail, report, recap)

Venditori

- Le 5 regole d'oro del Venditore
- Le 7 Trappole del Buyer
- I cursori del potere negoziale
- Le tecniche negoziali del fornitore

Psicologia e comportamento negoziale

- Stili comportamentali: modello DISC e Thomas-Kilmann
- Bias cognitivi e distorsioni nel processo decisionale
- Gestione delle emozioni nella trattativa
- 6 errori comportamentali tipici e come evitarli
- Costruzione della fiducia e uso del linguaggio positivo

Gestione del conflitto

- Riconoscere i segnali precoci di conflitto
- Tecniche di de-escalation e negoziazione sotto pressione
- Conflitti valoriali, relazionali e strutturali
- Modello Thomas-Kilmann e scelte strategiche nel conflitto

Negoziazione multiculturale e cross-funzionale

- Influenza delle differenze culturali e gerarchiche
- Adattamento di stile e comunicazione
- Gestione di tavoli negoziali internazionali o interni complessi
- Costruzione del consenso in contesti cross-funzionali

Simulazioni e role play

- Simulazioni su casi reali (acquisti, vendita, progetti)
- Role play su gestione del conflitto e su trattative multi-attore
- Riflessione guidata: cosa porto a casa e cosa posso migliorare



A17 - LA NEGOZIAZIONE INTERNAZIONALE

Come essere efficaci nelle negoziazioni interculturali

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

11 giugno 2026 | 18 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Le aziende che acquistano all'estero incontrano quotidianamente sfide interculturali sempre più complesse. Diversità di linguaggio, pensiero e condotta portano ad una radicale differenziazione nelle dinamiche di trattativa. Per avere successo in ambito internazionale diventa fondamentale acquisire tecniche e strumenti specifici che permettano di condurre efficacemente una trattativa internazionale e di negoziare oltre le barriere culturali, con interlocutori provenienti da ambiti e culture differenti.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Acquisti
- Category Buyer
- Buyer specializzati negli acquisti all'estero

Prerequisiti: conoscenza base lingua inglese

APPRENDERETE A...

- Acquisire un modello di negoziazione applicabile in ambito internazionale
- Gestire delle diversità di linguaggio, pensiero e condotta che portano ad una radicale differenziazione nelle dinamiche negoziali
- Definire degli aspetti culturali che definiscono il pensiero, la logica, la comunicazione ed il comportamento delle persone
- Acquisire competenze specifiche di negoziazione, in grado di favorire la riduzione della complessità dei mercati globali e di ottimizzare i rapporti interculturali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Check list negoziali per Paese
- Simulazioni di negoziazione

I PLUS:

La metodologia utilizzata è attiva, in grado di coinvolgere i partecipanti dal primo momento, rendendoli veri protagonisti dell'intervento formativo



A17 - LA NEGOZIAZIONE INTERNAZIONALE

PROGRAMMA

La negoziazione internazionale

- Definizione degli obiettivi di una negoziazione internazionale
- Selezione degli interlocutori
- Conduzione della trattativa
- Gestione del tempo
- Gestione dell'emozione al tavolo della trattativa
- Interazione con differenti livelli decisionali
- Gestione di differenti livelli di propensione al rischio
- Gestione dell'ancora e del suo effetto psicologico sull'esito della trattativa

NEGOZIAZIONE MULTICULTURALE

Negoziare con fornitori globali: abilità relazionali

- Concetto di multiculturalità: competenze trasversali da sviluppare
- Conoscenza delle differenze culturali e del loro impatto sulla negoziazione
- Aspetti sensibili della relazione multiculturale
- Conoscenza di usi e costumi degli interlocutori
- Comportamento, linguaggio e connotazione delle parole
- Codificare il proprio approccio personale all'internazionalità e al fattore multiculturale
- Valutare le proprie doti di empatia e curiosità
- Conduzione di una negoziazione internazionale
- Individuare le logiche individuali e collettive
- Anticipare i rischi di "rigetto" culturale

Negoziare a distanza con fornitori esteri

- Gestione dei tender e delle gare via portali d'Acquisto
- Utilizzo delle aste: downward auction
- Tecniche di negoziazione a distanza specifiche nei rapporti con l'estero
- Utilizzo dell'email come canale di comunicazione e negoziazione
- La gestione negoziale in video-conferenza

Utilizzo della lingua in negoziazione

- L'utilizzo dell'Inglese da entrambi le parti
- L'utilizzo della lingua del Paese d'acquisto
- L'utilizzo e gestione degli Interpreti

Sviluppare la strategia negoziale

- Sviluppare strategia e tattica negoziale attraverso la strategia della scacchiera
- Identificare il BATNA e il punto di resistenza della controparte
- Identificare gli obiettivi della controparte
- Valutare la Zona di Possibile Accordo (ZOPA)

La check list negoziale per Paese

- Cina
- India
- Brasile
- Giappone
- Est Europa
- Nord Europa

Simulazioni in aula di negoziazione

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



A18 - TECNICHE DI NEGOZIAZIONE IN PRESENZA, TELEFONICA, IN VIDEOCONFERENZA E PER MAIL

Strumenti e metodi pratici per migliorare i risultati negoziali

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

31 marzo 2026 | 24 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

In questi ultimi anni, l'uso del telefono, videoconferenza e mail per negoziare sono diventate sempre più utilizzate, di conseguenza, possedere ottime conoscenze sulle tecniche negoziali in questi contesti è fondamentale per migliorare i risultati della trattativa. L'uso del telefono, videoconferenza e mail è dovuto spesso a mancanza di tempo, a situazioni d'urgenza o ad ottimizzazioni delle trasferte.

Il corso risponde alle esigenze di tutte le persone all'interno dell'ufficio Acquisti che costantemente usano il telefono, la mail come strumento per i piccoli acquisti, gli acquisti ripetitivi, le rinegoziazioni parziali, ...

Saper essere efficaci con il telefono e via mail fa risparmiare molto tempo e migliora l'efficacia negoziale.

A CHI È RIVOLTO

- Buyer, Compratori
- Approvigionatori
- Collaboratori e assistenti al servizio acquisti

APPRENDERETE A...

- Sviluppare la strategia negoziale e condurre un'efficace trattativa per telefono, videoconferenza e per mail
- Utilizzare le tecniche e le metodologie più efficaci per migliorare la trattativa d'acquisto telefonica e via mail con il fornitore
- Ridurre tempi e costi d'acquisto utilizzando il telefono o la mail come mezzo per raggiungere più rapidamente gli obiettivi
- Individuare prodotti e condizioni di fornitura che possono essere correttamente trattate per telefono in efficacia
- Strutturare l'intervento telefonico o la scrittura della mail in relazione alle finalità prefissate
- Padroneggiare le tecniche tipiche dell'uso del telefono e della mail

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Come ridurre la probabilità di caduta di efficacia della negoziazione
- Gioco di test: il mio rapporto con il telefono in una trattativa di acquisto
- La scheda per la negoziazione telefonica del fornitore: come costruirla e che tipo di domande fare per acquisire tutte le informazioni necessarie ad una buona negoziazione telefonica
- Role Play telefonici e simulazioni negoziali tra Acquisitori e Venditori
- Esercizi di scrittura via mail
- La check list delle Best Practice negoziali via telefono e mail

I PLUS:

La metodologia utilizzata è attiva, in grado di coinvolgere i partecipanti dal primo momento, rendendoli veri protagonisti dell'intervento formativo



A18 - TECNICHE DI NEGOZIAZIONE IN PRESENZA, TELEFONICA, IN VIDEOCONFERENZA E PER MAIL

PROGRAMMA

Come determinare le situazioni in cui conviene utilizzare una trattativa telefonica, in videoconferenza e via mail

- Quali prodotti/servizi scegliere
- Quali fornitori: nuovi o consolidati?
- Quali le situazioni più idonee: ricerca, precontatto, offerta, definizione contratto, fornitura continuativa...

Le tecniche per comunicare efficacemente al telefono

- Prendere coscienza dei vantaggi e dei limiti del telefono
- Favorire una buona comunicazione
- La conversazione: come comportarsi al telefono

Come gestire il ricevimento delle proposte telefoniche da parte dei venditori

- Saper reagire in maniera positiva
- Identificare rapidamente l'obiettivo della telefonata
- Prendere nota
- Saper prendere posizione
- Valutare l'opportunità dell'offerta; gestire i contatti successivi
- Gestire i casi difficili: fornitori insistenti, fornitori non contenti, ...

Come acquistare per telefono: gestire il colloquio e la trattativa con il fornitore

- Preparare la telefonata per essere più efficaci
- La raccolta delle informazioni: saper domandare per ottenere
- La ricerca delle attese e delle motivazioni del venditore/fornitore
- Come rispondere alle obiezioni
- Come concludere
- Come ottenere l'impegno dei fornitori
- Come trattare le situazioni delicate: reclami, risoluzione di un contenzioso

Come selezionare e qualificare telefonicamente i nuovi fornitori?

- Come aprire il primo contatto telefonico?
- Capire le competenze e la professionalità del fornitore
- Le domande da porre per approfondire, fin dal primo colloquio, le opportunità di prezzo e servizio offerto

Migliorare l'efficacia del sollecito al fornitore per la consegna della merce

- Quando telefonare per verificare l'avanzamento dell'ordine o sollecitare la consegna non ancora effettuata
- Come impostare la telefonata (minaccia, sollecitudine, imposizione, collaborazione, penali, ...) in relazione al fornitore ed alla situazione per ottenere il meglio: gli approci da evitare perché inconcludenti
- Come fare per evitare di sollecitare continuamente il fornitore: le strategie e tattiche più efficaci

Come preparare una negoziazione in videoconferenza

- Preparazione e tecniche di comunicazione
- Gli errori da evitare

La negoziazione via mail con il fornitore

- Le 8 regole per una negoziazione via mail di successo
- Le tattiche di negoziazione via mail
- La richiesta via mail di un Bonus ai fornitori

Le regole di scrittura per essere efficaci nella stesura delle mail

- Come aggiungere tono, consistenza, contesto ed emozione appropriati alle negoziazioni condotte via mail
- Utilizzare degli script da adattare alla specifica situazione

L'utilizzo della mail per gestire con efficacia l'approvvigionamento dei materiali

- La gestione di una non conformità
- La richiesta di una nota di credito
- Il sollecito per ritardi a fornitore

Gli errori da evitare nella negoziazione via mail

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



A13 - LA VALUTAZIONE TECNICO ECONOMICA DEI FORNITORI

Come ridurre il rischio di fornitura e migliorare le performance dei fornitori

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

9 - 10 giugno 2026 | 18 - 19 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

È sempre più strategico garantire la continuità di fornitura (di approvvigionamento e di adempimento contrattuale) dei principali fornitori chiave. Per garantire questo obiettivo è fondamentale poter gestire proattivamente il potenziale rischio dei fornitori, in particolare su:

- solidità economica finanziaria, soprattutto nella situazione economica attuale
- capacità di soddisfare i volumi produttivi richiesti, in relazione alla capacità produttiva attuale e potenziale del fornitore
- garantire il rispetto delle consegne previste, con riferimento a variabilità dei volumi, cambio mix e reattività e flessibilità su specifiche esigenze

La valutazione tecnico ed economica del fornitore, sia preventiva che consuntiva, permette non solo di ridurre il rischio di fornitura, di valutare per migliorare le performance dei fornitori ma anche di valutare le opportunità di crescita e di sviluppo della partnership con i propri fornitori.

La possibilità di praticare e sperimentare in aula esercizi, casi aziendali, applicazioni di strumenti permette di consolidare l'apprendimento della teoria illustrata. La stesura del Piano d'Azione personale permette al partecipante di definire le azioni di miglioramento da implementare al rientro in azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Buyer

APPRENDERETE A...

- Segmentare e razionalizzare la base dei fornitori
- Valutare le best practice nella selezione e qualificazione di nuovi fornitori
- Gestire il Rischio di fornitura
- Valutare il fornitore e gestire il processo di miglioramento delle sue performance
- Sviluppare gli elementi chiave per migliorare le relazioni con il fornitore

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Strumenti di ricerca e qualificazione dei Fornitori
- Sviluppo di un sistema di Supplier Risk Management
- Sviluppo di un sistema di valutazione fornitori (Vendor Rating)

I PLUS:

- Supplier Management Action Plan: realizza quanto hai appreso implementando il piano d'azione sviluppato in aula



A13 - LA VALUTAZIONE TECNICO ECONOMICA DEI FORNITORI

PROGRAMMA

Definire la strategia sui fornitori all'interno della Famiglia Merceologica

- Ricerca e razionalizzazione dei fornitori, sviluppo delle relazioni di partnership

Il processo di qualificazione, valutazione e miglioramento delle performance del fornitore

- Obiettivi ed indicatori di performance: costi totali, qualità, servizio, rischi ed innovazione
- Le fasi: la ricerca e la valutazione preventiva, l'omologazione, la valutazione consuntiva, il miglioramento delle performance

Segmentazione e razionalizzazione della base fornitori

- Le tecniche di razionalizzazione dei fornitori
- Il modello di gestione dei fornitori: partner, ad integrazione operativa, tradizionale
- Lo sviluppo di una partnership col fornitore
- Lo sviluppo di alleanze strategiche e la gestione di contratti a lungo termine

LA VALUTAZIONE DEI FORNITORI

La valutazione preventiva: le tecniche

- Valutazione preventiva e sistemi di qualificazione
- Gli strumenti di valutazione
 - criteri di valutazione per tipologia d'acquisto: qualità, logistica, servizio, solidità finanziaria, competitività e rischi di approvvigionamento
 - la valutazione tecnico-economica dei fornitori
 - audit dei fornitori: gli strumenti per la qualificazione
 - la creazione e la gestione della vendor list preventiva
 - la qualificazione on-line dei fornitori: scelta delle famiglie, tipologia d'acquisto e modalità di realizzazione

Il Supplier Risk Management

Identificazione del rischio

- Le tipologie di rischio: Prodotto, Fornitore, Fonte di approvvigionamento
- Il concetto di Risk Management nella gestione dei Fornitori
- I parametri di rischio: Economico-finanziario e Produttivo e Logistico

Analisi qualitativa e quantitativa del rischio

- La quantificazione dei rischi
- Sistema oggettivo: Indicatori e KPI
- Sistemi soggettivi: la matrice rischio/profitto per Famiglie merceologiche / Fornitori, il sistema AHP per definire i rischi più elevati, il calcolo del rischio in funzione della gravità e probabilità di accadimento

La valutazione economica-finanziaria e commerciale del fornitore

- **Patrimoniale:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura

- **Economica:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura
- **Finanziaria:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura
- **Commerciale:** attraverso l'analisi della visura Camerale, di Informazioni Commerciali presenti sul mercato (sito internet aziendale, network, informazioni sul web, ...)

La valutazione logistico produttiva e logistica del fornitore

- **Capacità produttiva:** capacità del fornitore di soddisfare i volumi produttivi richiesti (attuali e futuri), in relazione alla capacità produttiva attuale e potenziale del fornitore
- **Livello di servizio:** come garantire il rispetto delle consegne previste anche con riferimento a variabilità dei volumi e cambio mix, oltre al grado di reattività e flessibilità su specifiche esigenze

La visita di audit al fornitore

Come gestire una visita presso il proprio fornitore: chi incontrare e che informazioni raccogliere

Pianificazione della risposta al rischio

Come ridurre i rischi In relazione alla tipologia del fornitore e al grado di criticità dello stesso:

- La gestione del rischio preventivo: action plan per ridurre i rischi
- La gestione del rischio della fornitura: la tutela contrattuale ed assicurativa
- La gestione del rischio a consuntivo: analisi dei risultati e azioni correttive

La valutazione consuntiva: i sistemi di valutazione delle prestazioni

- I criteri di certificazione dei prodotti acquistati: campionatura e verifica
- I sistemi di valutazione: Sistema Categorico, a media ponderata (Vendor Rating), Cost Based
- Vendor Rating per classi merceologiche: parametri, ponderazione, scala di valutazione, elaborazione, report e gestione presso i fornitori
- Il conto economico del fornitore/fornitura per rilevare i costi nascosti: il TCO
- Il Vendor Rating come base per la scelta del fornitore e per il rinnovo contrattuale
- Responsabilizzare il fornitore all'autocontrollo e al miglioramento: il Free Pass e la sua gestione

IL MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCE DEL FORNITORE

Il Continuous Improvement delle performance del fornitore

Focalizzarsi sulle attività ad alto valore aggiunto: il Lean Manufacturing, la Value Stream Map del processo del fornitore e la definizione delle azioni di miglioramento



A4 - SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Come migliorare le performance dei fornitori

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

18 - 19 febbraio 2026 | 3 - 4 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Per rimanere competitivi, è necessario cogliere le opportunità che nascono da una stretta collaborazione con i propri fornitori in termini di riduzione dei lead time e miglioramento della qualità e delle performance complessive. L'implementazione del Supplier Relationship Management (SRM), attraverso la riduzione del costo totale di acquisto, trasporto e possesso dei beni e servizi, permette ad entrambe le parti di beneficiare di una riduzione globale dei costi e di un miglioramento del servizio. Il fornitore che applica i concetti della Lean Manufacturing (value stream mapping, caccia agli sprechi, design to cost, early involvement, ...) facendo proprie le esigenze logistico-produttive del cliente, si focalizza sulle attività a valore aggiunto con conseguente miglioramento delle performance d'acquisto. Il corso offre un quadro complessivo del processo di analisi, valutazione e miglioramento delle performance anche attraverso l'applicazione dei principali strumenti Lean di miglioramento del processo del fornitore.

A CHI È RIVOLTO

Il corso è rivolto a tutti i professionisti degli Acquisti che vogliono sviluppare e consolidare il processo di miglioramento delle performance del fornitore:

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior Buyer

APPRENDERETE A...

- Migliorare le competenze di gestione della Supply Chain con il fornitore
- Implementare il SRM in ottica di miglioramento continuo e sviluppare gli elementi chiave per migliorare le relazioni con il fornitore
- Capire i benefici dell' "early involvement" del fornitore nel processo d'acquisto
- Valutare le best practice nel cercare, selezionare e qualificare i fornitori con la metodologia "Strategic Sourcing"
- Sviluppare il processo di alleanze strategiche con il fornitore
- Segmentare e razionalizzare la base dei fornitori
- Implementare i concetti di Lean Manufacturing integrandoli con il processo del Fornitore
- Valutare il fornitore e gestire il processo di miglioramento delle sue performance
- Avere un inquadramento contrattuale per differenti tipologie di acquisto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Strumenti e tecniche di ricerca e qualificazione dei Fornitori
- Applicazione della Value Stream Map al processo d'acquisto e al processo del fornitore
- Sviluppo di un sistema di valutazione fornitori (Vendor Rating)
- Discussione di 2 casi di sviluppo delle relazioni con il fornitore attraverso lo Strategic Sourcing e il Supplier Relationship Management
- Sviluppo di sessioni di early involvement del fornitore con la metodologia Design to Cost

I PLUS:

La possibilità di praticare e sperimentare in aula esercizi, casi aziendali, applicazioni di strumenti permette di consolidare l'apprendimento della teoria illustrata

Supplier Management Action Plan: realizza quanto hai appreso:

- implementando il piano d'azione sviluppato in aula
- confrontandoti con il docente anche dopo la fine del corso



A4 - SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT

PROGRAMMA

I tre principali assi per il cambiamento

- Definire e sviluppare il Supplier Relationship Management (SRM)
- Migliorare l'integrazione della Supply Chain con i fornitori
- Le fasi di integrazione con il fornitore riferito allo Score Model

La definizione delle strategie sui Fornitori (Supplier Strategy)

- Segmentazione e razionalizzazione dei fornitori
- Definizione del tipo di relazione/alleanza sviluppare: processo, fattori di successo, barriere, ...
- Strategic & Global sourcing

Il modello di relazione con i fornitori (Supplier Relationship Model)

- Dalla segmentazione dei fornitori alle modalità di gestione delle relazioni con i fornitori: partner, integrato e normale
- Il modello operativo di gestione per ogni tipologia di relazione in funzione di: Sviluppo Prodotti, Qualità, Logistica, Costi, Rapporti contrattuali e Sistema di valutazione

La gestione delle relazioni con i fornitori

- Fiducia e credibilità elementi essenziali per la costruzione di una buona relazione con i fornitori
- La gestione di buone relazioni con il fornitore per ottenere benefici nel breve, medio e lungo termine
- Le linee guida per ottenere e gestire relazioni di successo con il fornitore
- Essere leali: dare tutti i fornitori qualificati pari opportunità di competere
- Mantenere l'integrità: i prezzi di un fornitore sono riservati e non dovrebbero mai essere condivisi con un altro fornitore, per qualsiasi motivo
- Essere onesti: non "gonfiare" le richieste per ottenere un prezzo vantaggioso: negozia in buona fede
- Essere etico: ogni decisione deve essere libera da qualsiasi considerazione personali o vantaggi
- Essere cortesi
- Essere ragionevole: un fornitore ha diritto a un equo profitto
- Pagare prontamente

Sviluppare l'early involvement nei confronti del fornitore

- L'applicazione del Design to Cost nello sviluppo del prodotto con il fornitore
- Come sviluppare i Commodity Team orientati alla riduzione del Costo Totale d'Acquisto

Come focalizzarsi sulle attività ad alto valore aggiunto: applicare le tecniche del Lean Manufacturing al Fornitore

- Le basi della Lean Manufacturing
- La value stream map del processo del fornitore e la stesura delle azioni di miglioramento
- Applicare le tecniche di Lean-Six Sigma al fornitore

Evoluzione delle relazioni con il fornitore

- Sviluppare le skill necessarie per gestire buone relazioni
- Definire gli elementi chiave per costruire le relazioni con i fornitori: comunicazione, fiducia e credibilità come elementi chiave

Le tecniche di misura e miglioramento delle performance dei fornitori

- Il marketing d'Acquisto: trovare, qualificare e sviluppare fornitori competitivi
- L'audit del processo del fornitore in ottica Lean
- L'analisi, la valutazione ed il miglioramento delle performance del fornitore: come sviluppare il Vendor Rating
- Come ridurre il costo totale d'acquisto migliorando la qualità ed il servizio del fornitore: il modello TCO (Total Cost of Ownership)

La Purchasing Social Responsibility nei confronti del fornitore

- Aspetti etici e contrattuali nei confronti del fornitore
- Etica e comportamenti
- I principi contrattuali
- La check list per la stesura e la verifica di un buon contratto



A24 - SUPPLIER RISK MANAGEMENT

Valutare, gestire e ridurre i rischi di fornitura

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

2 aprile 2026 | 30 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

In questi anni è diventato sempre più strategico garantire la continuità di fornitura (di approvvigionamento e di adempimento contrattuale) dei principali fornitori chiave.

Per garantire questo obiettivo è fondamentale poter gestire proattivamente il potenziale rischio dell'acquisto e a consuntivo attivare un piano di risposta e risoluzione del rischio.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Category Manager
- Buyer

APPRENDERETE A...

- Valutare il rischio di fornitura
- Calcolare l'indice di Rischio
- Identificare le azioni di mitigazione del Rischio
- Sviluppare un modello di gestione del Rischio

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Identificare i principali parametri di Rischio: economico-finanziario, produttivo-logistico
- Impostazione del modello di analisi del Rischio
- Calcolo del KRI (Key Risk Index)
- Creazione della Check List di riduzione del Rischio di fornitura

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi pratici

Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



A24 - SUPPLIER RISK MANAGEMENT

PROGRAMMA

Identificare il rischio

- Identifica le tipologie di rischio: Prodotto, Fornitore, Fonte di approvvigionamento
- Quantifica i rischi con i KRI (Key Risk Indicator)

Valuta il Rischio dei fornitori attraverso l'analisi

- **Patrimoniale:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura
- **Economica:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura
- **Finanziaria:** attraverso l'analisi del bilancio e dei più importanti indicatori di misura
- **Commerciale:** attraverso l'analisi della visura Camerale, di Informazioni Commerciali presenti sul mercato (sito internet aziendale, network, informazioni sul web, ...)
- **Produttiva e logistica:** capacità produttiva e livello di servizio

Pianifica la risposta al rischio: ridurre i rischi in relazione alla tipologia del fornitore e al grado di criticità:

- La gestione del rischio preventivo: action plan per ridurre i rischi
- La gestione del rischio della fornitura: la tutela contrattuale ed assicurativa
- La gestione del rischio a consuntivo: analisi dei risultati e azioni correttive

Implementa il piano d'azione

- Creare un Piano Operativo per Categoria Merceologica orientato alla riduzione del Rischio
- Pianificare e implementare azioni correttive per ridurre il Rischio
- Identificare i KRI e sviluppare il Reporting per misurare e gestire le azioni di riduzione dei Rischi

Esercitazioni

- Il Calcolo dei KRI (Key Risk Indicator)
- Sviluppo di un sistema di Supplier Risk Management

Case Study:

- discussione su un case study realizzato



A22 - ACQUISTI ETICI E SOSTENIBILI

Come progettare ed implementare un programma di sostenibilità della catena di fornitura

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 - 17 marzo 2026 | 28 - 29 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La norma ISO 20400 (standard internazionale per gli acquisti sostenibili) ha come obiettivo di definire le modalità per effettuare scelte di acquisto coerenti e sostenibili e di monitorare l'intera catena di approvvigionamento sotto l'aspetto ambientale ed etico.

Il corso si prefigge dunque di esaminare la normativa ISO 20400, sia per consolidare la comprensione delle linee guida, sia comprendere come realizzare l'integrazione della sostenibilità nella strategia politica d'acquisto per essere anche un fattore di successo aziendale e per definire le modalità operative per definire ed implementare un Progetto d'Acquisto Etico e Sostenibile.

A CHI È RIVOLTO

- Direzione Acquisti e Supply Chain
- Responsabili Corporate Social Responsibility / Sostenibilità

APPRENDERETE A...

- Comprendere le indicazioni della Norma ISO 20400
- Comprendere gli elementi base per avviare le iniziative di sostenibilità negli acquisti
- Progettare ed implementare una catena di fornitura sostenibile
- Comprendere i principali criteri per la valutazione delle performance di sostenibilità dei fornitori
- Fissare le metriche e i KPI di valutazione
- Coinvolgere le funzioni interne, clienti e i fornitori
- Illustrare best practice di progettazione sostenibile degli acquisti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi critica di alcuni casi di buone e cattive pratiche
- Valutazione del profilo di sostenibilità dei fornitori
- Rendicontazione dei risultati
- Case study di aziende leader che hanno applicato con successo progetti etici e sostenibili negli Acquisti

I PLUS:

Utilizzo di case studies ed esempi pratici

A fine corso il partecipante definirà un piano d'azione per identificare le principali opportunità ed idee emerse da implementare nella propria azienda



A22 - ACQUISTI ETICI E SOSTENIBILI

PROGRAMMA

Premessa

- Cosa è la Corporate Social Responsibility: contesto, aspetti, criticità, opportunità, benefici, situazione in Italia e all'estero, case study e buone pratiche
- Link tra la ISO 26000 e la ISO 20400

Struttura e finalità della norma ISO 20400

I principi di approvvigionamento sostenibile

Integrare la sostenibilità nella politica e strategia di approvvigionamento dell'organizzazione

- Impegno per un approvvigionamento sostenibile
- Chiarire la responsabilità
- Allineamento dell'approvvigionamento con obiettivi e traguardi organizzativi
- Comprensione delle pratiche di approvvigionamento e delle catene di approvvigionamento
- Gestione dell'implementazione

Come organizzare la funzione di Acquisti verso la sostenibilità

- Governare il processo d'acquisto: Procedure e sistemi
- Identificazione e coinvolgimento degli stakeholder
- Definizione delle priorità di approvvigionamento sostenibile
- Misurazione e miglioramento

Progettare ed Integrare la sostenibilità nel processo di approvvigionamento

- I Criteri Ambientali Minimi e le certificazioni da essi richiamate
- La mappatura dei rischi nella catena di fornitura
- Integrazione dei requisiti di sostenibilità nelle specifiche
- L'introduzione di criteri di sostenibilità nei processi di pre-qualifica, qualifica e monitoraggio

Implementare i progetti di sostenibilità nella catena di fornitura

- Le strategie per coinvolgere ed impegnare i clienti interni
- Modalità di coinvolgimento dei fornitori
- Criteri di valutazione del profilo di responsabilità dei fornitori

Governare il processo di sostenibilità in azienda

- Quali risorse sono necessarie e quali sono accessorie per supportare il progetto
- Come governare, monitorare, rendicontare e comunicare

Esempi di buone pratiche e le strategie avanzate con benchmark a livello internazionale

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



A5 - ASPETTI CONTRATTUALI DEGLI ACQUISTI

Garantire la sicurezza del contratto in tutte le sue fasi

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 - 26 maggio 2026 | 16 - 17 novembre 2026 Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Gli aspetti legali e contrattuali sono critici e molto importanti per gestire correttamente il rapporto con il fornitore e garantire la sicurezza contrattuale all'azienda. Tutti i professionisti degli Acquisti dovrebbero conoscere i diritti, le responsabilità e le obbligazioni per tutelare l'azienda nell'acquisto di Beni e Servizi. Capire la normativa, la struttura di un contratto, le clausole necessarie permette di evitare malintesi, criticità e sviluppare relazioni efficaci e produttive nei confronti del fornitore.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior Buyer

APPRENDERETE A...

- Gestire e condurre le relazioni con il fornitore dal punto di vista contrattuale
- Comprendere la normativa che governa gli acquisti di Beni e Servizi
- Capire le obbligazioni e responsabilità etiche, legali e contrattuali dell'acquirente
- Identificare gli elementi chiave necessari per definire correttamente i contratti con i fornitori di Beni e Servizi
- Strutturare contratti efficaci
- Evitare di porre in essere trattative precontrattuali scorrette
- Fornire agli Acquisti un approccio metodologico, omogeneo e condiviso relativo alle attività contrattuali con i fornitori in particolare su:
 - condizioni generali d'acquisto
 - contratti aperti e chiusi
 - convenzioni
 - accordi Quadro
- Conoscere l'impatto legale delle transazioni elettroniche
- Saper valutare i diversi rimedi legali in caso di inadempimento contrattuale
- Avere una sintesi efficace sulla contrattualistica internazionale e sui contratti sottoscritti con la Pubblica Amministrazione

I PLUS:

- Durante il corso:
- verranno proposti numerosi esempi di contratti
 - verranno discussi con il docente eventuali i contratti portati dai partecipanti
 - verrà fornita una check list contrattuale per verificare la correttezza dei propri contratti



A5 - ASPETTI CONTRATTUALI DEGLI ACQUISTI

PROGRAMMA

IL CONTRATTO IN GENERALE

- Il Contratto in generale
- Nozioni giuridica di Contratto
- Normativa di riferimento
- Gli elementi essenziali
- Gli elementi accidentali
- La tutela dell'affidamento
- Come condurre le trattative precontrattuali
- Gli effetti del Contratto
- La Rappresentanza e la Procura
- L'Invalidità ed Inefficacia
- La Conversione e la Rinnovazione del Contratto nullo
- L'Interpretazione del Contratto
- L'Integrazione contrattuale
- L'Esecuzione del Contratto

CENNI SUI CONTRATTI "PRIVATISTICI" DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

- I Contratti Ordinari (o di Diritto Comune) e i Contratti di Diritto Speciale D.Lgs 36/2023
- I Contratti di Diritto Speciale

CENNI SU TALUNE NORMATIVE SPECIALI CHE INFLUENZANO IL CONTRATTO

- D.Lgs. 196/2003 e del GDPR n° 697/216 D.Lgs 101/2018 "Codice in materia di protezione dei dati personali"
- D.Lgs. 81/2008 "Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro"
- D.Lgs. 231/2001 "Responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di personalità giuridica"

SITUAZIONI SUCCESSIVE ALLA STIPULAZIONE DI UN CONTRATTO

- Che cosa comporta l'adempimento del Contratto
- I Rimedi legali in caso di inadempimento contrattuale
- La Responsabilità contrattuale
- La Responsabilità extracontrattuale
- La Responsabilità solidale in tema di Appalti
- Le principali forme di inadempimento contrattuale e le relative possibili tutele
- Come regolarsi di fronte alle clausole vessatorie
- Le formule di autotutela del compratore
- I casi nei quali si ha la risoluzione di diritto del Contratto
- Le Garanzie e la responsabilità civile del produttore-fornitore per difettosità del suo prodotto

CONTRATTI TIPICI E CONTRATTI ATIPICI

- Le Differenza tra Contratti Tipici ed Atipici
- La Compravendita
- La Somministrazione
- L'Appalto
- Il Contratto d'Opera
- La Subfornitura
- Contratti accessori alla vendita (Trasporto e Spedizione)
- La stipulazione di rapporti contrattuali via internet: quale impatto nella contrattualistica

CENNI SUI CONTRATTI INTERNAZIONALI

- Le Tecniche di redazione di un Contratto internazionale
- La Struttura dei contratti internazionali
- Le Controversie internazionali
- Altri documenti (N.D.A.; L.O.I.; R.F.P. ecc)

SESSIONE 'LA TEORIA IN PRATICA'

- Come si progetta e redige il Contratto
- Esempi di Redazione di Contratti e definizione delle singole Clausole
- I partecipanti potranno assistere in aula alla redazione simulata step by step di un corretto Contratto di fornitura Beni o prestazione di Servizi



A14 - CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

Prevedere e superare le criticità della negoziazione e della stipulazione

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

17 aprile 2026 | 2 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Le numerose problematiche che le imprese italiane oggi si trovano ad affrontare nei rapporti professionali con i propri clienti ed interlocutori esteri, dipendono talvolta da un mancato adeguamento, al proprio interno, di draft e modelli contrattuali al passo con il continuo evolversi della normativa in ambito internazionale. Negoziare e stipulare i contratti internazionali impone l'uso di tecniche poco familiari ai non addetti ai lavori. Questo corso rappresenta un percorso didattico che, partendo dall'inquadramento scientifico dei singoli argomenti, intende illustrare e approfondire gli aspetti base della contrattualistica internazionale, tanto nella fase di stesura quanto nella (eventuale) fase successiva di risoluzione delle controversie, offrendo, con un approccio eminentemente pratico, una visione complessiva dei principali temi della contrattualistica internazionale.

L'obiettivo è quello di permettere ai partecipanti di orientarsi con maggiore sicurezza e spirito critico in questa complessa materia, fornendo loro gli strumenti di gestione e negoziazione delle operazioni commerciali con l'estero e le tecniche di redazione dei contratti internazionali.

Si tratta in particolare di comprendere il significato e la portata della legge applicabile al contratto e di guidare i partecipanti attraverso l'individuazione dei mezzi di risoluzione delle controversie: scelta del foro, arbitrato, ecc. A questa parte generale seguirà l'analisi di alcuni aspetti critici dei contratti utilizzati più frequentemente nel commercio internazionale (vendita, agenzia, distribuzione).

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior Buyer
- Responsabile Ufficio Legale

APPRENDERETE A...

- Conoscere le fonti del diritto internazionale privato e individuare la legge applicabile
- Identificare le diversità rispetto a un contratto nazionale
- Saper acquisire le competenze necessarie volte a stipulare adeguati contratti internazionali inserendo le necessarie garanzie a tutela dell'impresa ed evitando le clausole più rischiose
- Conoscere le conseguenze della diversità quanto alla legge applicabile e alla risoluzione delle controversie
- Ricorrere alla risoluzione alternativa delle controversie, conciliazione e mediazione con le controparti estere
- Cercare di marginare le criticità dovute dalla mancanza di un contesto normativo omogeneo, dalle differenze di lingua, di cultura economica e giuridica tra gli interlocutori, nonché dalle differenze nella modalità di redazione dei contratti stessi
- Analizzare gli strumenti di tutela della proprietà intellettuale all'estero

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi di taluni draft aventi ad oggetto sia i contratti internazionali più frequentemente utilizzati nel commercio internazionale che altri importanti documenti internazionali (NDA, LOI ecc)

I PLUS:

Durante il corso:

- verranno proposti numerosi esempi di contratti
- verrà fornita una check list contrattuale per verificare la correttezza dei propri contratti



A14 - CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE

PROGRAMMA

Contratti internazionali: condizioni generali di contratto e clausole ricorrenti

- Nozione e caratteristiche generali del contratto internazionale
- I problemi relativi alla negoziazione e stipulazione
- L'uso dei modelli di contratto – la lingua del contratto
- Contratto scritto e orale: i rischi legati all'assenza di un contratto scritto
- Le tecniche di redazione di un contratto internazionale
- L'uso di condizioni generali e la c.d. battle of the forms
- La formazione del consenso (trattative): le fasi della negoziazione nella contrattazione internazionale
- La struttura dei contratti internazionali
- Le singole clausole "tipiche" dei contratti internazionali: interpretazione, force majeure, hardship, clausola penale, confidenzialità, ...
- La cessazione del contratto e la legge applicabile

Documenti pre-contrattuali utilizzati nella negoziazione di contratti internazionali di natura complessa

- Non-Disclosure Agreement (NDA) o Confidentiality Agreements
- Feasibility Studies
- Letters of Intent (LOI) o Memorandum of Understanding (MOU)
- Lock-out Agreement
- Lettere di Patronage ed altri documenti simili

Risoluzione delle controversie transnazionali avanti il giudice interno

- Normativa di riferimento
 - Il Regolamento (UE) n. 1215/2012
 - Il Regolamento (CE) n. 44/2001
 - Le Convenzioni di Bruxelles e di Lugano
 - La Legge n. 218/1995
- Le Controversie internazionali
- La scelta o l'individuazione della Legge applicabile
- Scelta del Foro e/o dell'Arbitrato
- Conciliazione, mediazione e arbitrato quali metodi di risoluzione delle controversie "alternativi" alla giurisdizione ordinaria

I Tipi contrattuali più comuni nella prassi del commercio internazionale

- Contratti tipici nell'Ordinamento giuridico italiano ed atipicità dei contratti nella prassi del commercio internazionale
- Sale of goods Agreements
- Le obbligazioni del venditore
- Le obbligazioni del compratore

Le Joint Ventures; contratti di licenza e trasferimento di tecnologia

- Le Joint Ventures
- I Contratti di licenza e trasferimento di tecnologia
- Tutela della proprietà intellettuale

Sessione 'La teoria in pratica'

- Esempi di Redazione di Contratti e definizione delle Clausole
- I partecipanti potranno assistere in aula alla redazione simulata step by step di un contratto internazionale di acquisto



A6 - L'ACQUISTO DI MATERIALI INDIRETTI E SERVIZI

Ottimizzare le prestazioni in termini di costi, qualità e servizio

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

14 - 15 aprile 2026 | 11 - 12 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Gli acquisti di servizi e spese generali costituiscono un bacino consistente di risparmio e miglioramento delle performance, anche per le aziende che hanno già ottimizzato gli acquisti di materiali diretti. Per ottimizzare gli acquisti di servizi è però necessaria una migliore conoscenza delle loro specificità e l'attuazione di metodologie di acquisto specifiche e differenziate per tipologia di servizio o materiale indiretto.

A CHI È RIVOLTO

- Buyer con esperienza che desiderino migliorare le proprie tecniche di acquisto di servizi
- Responsabili Acquisti
- Responsabili Servizi Generali

APPRENDERETE A...

- Individuare le peculiarità del processo di acquisto di servizi
- Valutare obiettivamente il livello di servizio reso dai fornitori
- Impostare un'analisi del valore del servizio
- Ottenere migliori condizioni prezzo-qualità e consegna-servizio da parte dei fornitori
- Instaurare rapporti di fiducia con i fornitori per semplificare il proseguimento dei rapporti di fornitura
- Conoscere le clausole contrattuali dei contratti di acquisto di servizi
- Fornire un servizio migliore ai clienti interni

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esempio di scelta di un fornitore di servizi
- Strumenti forniti ai partecipanti: Check list metodologica per la gestione del processo d'acquisto, la matrice di valutazione delle offerte, la scheda trattativa

I PLUS:

- Durante il corso:
- Verranno proposti numerosi esempi di casi
 - Verranno discussi con il docente le esperienze per ogni acquisto di tipologie di servizi



A6 - L'ACQUISTO DI MATERIALI INDIRETTI E SERVIZI

PROGRAMMA

Il processo d'Acquisto dei Servizi e Materiale Indiretto

- Obiettivo: massimizzare il Valore d'Acquisto
- Metodologie e strumenti per la gestione del processo di acquisto di materiale indiretti
- Metodologie e strumenti per la gestione del processo di acquisto di un servizio

La classificazione dei Servizi e Materiali Indiretti

- Le tipologie di Materiali Indiretti
- Servizi alla persona
- Servizi all'immobile
- Servizi all'impresa

Metodologie e strumenti per il processo di acquisto di un servizio

- Il ruolo degli acquisti e del cliente interno nel processo d'acquisto
- Il Modello organizzativo per la gestione del processo acquisto: Acquisti in Team
- Capitolato d'oneri funzionale ed analisi del valore di una prestazione
- Standardizzazione di prodotti e servizi
- I parametri di valutazione dei fornitori: aspetti economici e qualitativi del servizio da erogare
- L'analisi comparativa delle offerte
- La negoziazione con i fornitori
- La stesura di un contratto per garantire la sicurezza contrattuale
- Modalità di valutazione del servizio erogato

Le caratteristiche d'Acquisto per le differenti tipologie di Servizi e Materiale Indiretti:

- Le tipologie di Materiali Indiretti:
 - IT
 - Materiale di Marketing e Comunicazione
 - Materiale di consumo
- Servizi alla persona
 - Servizio di pulizia civile ed industriale
 - Servizio di cortesia
 - Servizio di disinfestazione
 - Distributori automatici
 - Travel
 - Ristorazione - mensa aziendale

- Servizi all'immobile ed impianti
 - Manutenzione impianti
 - Manutenzioni immobili
 - Manutenzione del verde esterno
 - Servizio di vigilanza
- Servizi all'impresa
 - Reception, portierato, Centralino - call center
 - Gestione fotocopiatrici
 - Gestione telefonia aziendale
 - Gestione flotta aziendale
 - Servizi di distribuzione e logistica
 - Prestazioni intellettuali

Come misurare le performance erogate dai fornitori

- Gli strumenti per il controllo del servizio
- La misurazione delle prestazioni di servizi
- La valutazione della conformità delle prestazioni
- I Service Level Agreement (SLA) contrattuali

L'analisi del valore per un servizio

- L'analisi del valore come risultato della correlazione tra analisi funzionale e analisi di costo
- Analisi di costo: definizioni e modalità applicative
- I passi fondamentali dell'analisi
- L'analisi funzionale
- Gli strumenti di supporto all'analisi:
 - Creazione dei parametri di comparazione ed attribuzione dei pesi attraverso la metodologia AHP
 - La comparazione delle soluzioni (funzionalità + costo)



A21 - LA SHOULD COST ANALYSIS PER DEFINIRE I TARGET PRICE NEGOZIALI

Una metodologia strutturata per ridurre i costi d'acquisto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

18 - 19 giugno 2026 | 21 - 22 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Ottenere prezzi equi e ragionevoli dai fornitori è un obiettivo primario per tutte le aziende. La valutazione dei prezzi attraverso l'analisi dei costi e dei prezzi è un set di competenze essenziali per gli Acquisti per raggiungere questi obiettivi.

Lo Should Costing è il processo di costruzione e comprensione degli elementi che costituiscono il costo di un prodotto o servizio.

La partecipazione a questo corso consente di comprendere ed impostazione l'implementazione della metodologia Should Costing che permette di stimare il breakdown di costo ed i driver che lo influenzano, così da poter avere elementi oggettivi sui quali definire i target price per impostare una negoziazione "Fact-Based" con il fornitore.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Acquisti
- Category Buyer
- Buyer
- Cost Engineer
- Analista Costi
- Industrializzatori

APPRENDERETE A...

- Comprendere la differenza tra analisi dei prezzi e dei costi
- Definire Il modello di costing corretto per stimare i costi del fornitore
- Imparare ad utilizzare strumenti analitici per la determinazione dei principali fattori di costo
- Stimare il costo del componente o del prodotto prima di qualsiasi processo di richiesta di offerta (RFQ)
- Comprendere la struttura dei costi dei fornitori
- Definire con maggiore precisione i costi e i prezzi target dei prodotti
- Verificare l'offerta del fornitore anche in condizioni di single source o monofornitura
- Impostare il processo di ottimizzazione prodotto/processo coinvolgendo il fornitore
- Negoziare i costi con i fornitori con una buona collaborazione senza ridurre il margine del fornitore
- Sviluppare il Modello di Should Costing per i prodotti a Disegno delle principali Categorie Merceologiche
- Definire un modello di Knowledge Management dei Cost Drivers per la stima corretta dei cost

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Definire il modello corretto di calcolo dei costi di prodotto
- Applicazioni e calcolo Sholud Cost e Target Price per codici a disegno
- Impostare correttamente la negoziazione con i fornitori per raggiungere i target definiti
- La check list per l'applicazione Corretta dello Should Cost

I PLUS:

La metodologia didattica utilizzata è interattiva, con l'illustrazione di numerosi casi e la condivisione di casi portati dai partecipanti. A fine corso il partecipante definirà un piano d'azione per identificare le principali opportunità ed idee emerse da implementare nella propria attività e realtà lavorativa.



A21 - LA SHOULD COST ANALYSIS PER DEFINIRE I TARGET PRICE NEGOZIALI

PROGRAMMA

Le criticità nel processo di target costing: processi e strumenti inefficienti rendono più difficile ottenere un target di costo

Determinare il costo di prodotto: i sistemi direct e full costing: vantaggi, svantaggi, quando impiegare l'uno o l'altro

- Il concetto di costing e pricing di prodotto e commessa
- Classificazione dei costi: variabili e fissi, diretti e indiretti
- Attribuzione dei costi diretti e delle quote di struttura
- I costi variabili e i Costi non ricorrenti (investimenti)
- Le configurazioni di costo: dal costo primo variabile al costo pieno aziendale
- Il modello FULL COST per la determinazione del Costo del Prodotto
- Dal Costo del Prodotto alla determinazione del Prezzo d'Acquisto

Utilizzare l'analisi del Conto Economico del Fornitore per l'individuazione di alcuni Cost Drivers

- Cosa si può comprendere dalla lettura del bilancio di un fornitore
- Identificare il Costo del Personale Diretto ed Indiretto
- Calcolare l'incidenza dei principali costi e loro evoluzione
- Valutare l'incidenza degli investimenti del fornitore (Ammortamenti)
- Identificare i Costi Fissi (SG&A)
- Valutare l'utile del Fornitore

Modelli e sistema di preventivazione

- Perché sviluppare un Modello e Strumento di Preventivazione e calcolo dei Costi di prodotto
- I modelli di preventivazione:
- Market: analizzare e confrontare i prezzi di mercato
- Cluster: Analisi della linearità dei prezzi per cluster di prodotti omogeni
- Should Cost: calcolo dei cost drivers del prodotto e definizione del prezzo

LA SHOULD COST ANALYSIS: LE 7 FASI DEL PROCESSO DI SHOULD COSTING

- Perché sviluppare un Modello e Strumento di Preventivazione e calcolo dei Costi di prodotto
- I modelli di preventivazione:
- Market: analizzare e confrontare i prezzi di mercato
- Cluster: Analisi della linearità dei prezzi per cluster di prodotti omogeni
- Should Cost: calcolo dei cost drivers del prodotto e definizione del prezzo

LA SHOULD COST ANALYSIS: LE 7 FASI DEL PROCESSO DI SHOULD COSTING

1. Raccolta dati: analisi della spesa (q.tà e valore annuo) dei prodotti da analizzare, Distinta Base esplosa valorizzata, Disegno e specifiche, Modelli 3D
2. Definire Il modello di scomposizione Costi da utilizzare: materiali, manodopera, macchina, spese generali, logistica ed utile.
3. Determinazione dei fattori di costo: definizione dei modelli di preventivazione per ogni Cost Driver
 - a. Il costo della Materia Prima
 - b. Il costo del ciclo di lavorazione: tempi cicli e costi ora impianto e manodopera
 - c. I Costi Indiretti: come stimare i costi fissi del fornitore
 - d. Il margine di contribuzione: che utile dobbiamo prevedere al fornitore
 - e. Il calcolo dei costi non Ricorrenti
4. Invio Richiesta d'offerta al fornitore sulla base dei cost driver definiti:
 - Che informazioni richiedere e con quali modalità
 - La progettazione del modulo di richiesta di scomposizione costi
 - Come gestire la resistenza dei fornitori nel fornire i dati richiesti
5. Analisi e valutazione degli scostamenti per ogni Cost Driver:
 - Calcolare lo scostamento % per ogni singolo Cost Driver
 - Definire le cause di scostamento per i Cost Driver con gli scostamenti più elevati
 - Valutare adeguamenti al modello di Should Cost
 - Definire le tipologie di azioni per ridurre la differenza di prezzo
6. Definizione del Target Price negoziale in funzione della Tipologia del Fornitore (dimensioni, terzista, ...)
7. Preparazione della negoziazione con il fornitore: definire una strategia negoziale per ridurre il gap tra prezzo quotato e should cost:
 - Le 10 domande per valutare la capacità di ottenere il Target Price Negoziale (Should Cost)
 - Dalla negoziazione tradizionale alla negoziazione "Fact Based"
 - La negoziazione in Team (Acquisti, Direzione Tecnica, Cost Engineer): ruoli e strategie negoziali
 - Definire gli obiettivi di Target Price con riferimento al ciclo di Vita del Prodotto
 - La Technical Negotiation con il fornitore: preparazione con la scheda trattativa tecnica, convalidare le ipotesi di calcolo, definire argomentazione e modalità di gestione di possibili obiezioni da parte del fornitore



A7 - ACQUISTARE LE LAVORAZIONI MECCANICHE A PREZZO TARGET

Come valutare e calcolare il Target Price da negoziare con i fornitori

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

20 - 21 aprile 2026 | 19 - 20 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La determinazione dei prezzi d'acquisto di parti meccaniche si basa sulla conoscenza di fattori quantitativi, quali tempi di lavorazione, quantità di materiali e trattamenti utilizzati e di parametri di costo, quali tassi orari e costo unitario dei materiali impiegati. Entrambi sono funzione delle tecnologie, processi utilizzati e caratteristiche dei mercati di fornitura. La capacità di analizzare questi fattori costituisce una componente essenziale della professionalità del compratore. Il percorso formativo proposto, ricco di esempi applicativi e di interazioni tra docente e partecipanti, metterà i partecipanti in condizione di verificare la congruità delle quotazioni dei fornitori.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior Buyer
- Preventivisti
- Cost Engineer

APPRENDERETE A...

- Conoscere i fattori quantitativi e i parametri di costo che concorrono alla determinazione del prezzo di acquisto delle lavorazioni meccaniche
- Utilizzare le tecniche più avanzate di analisi dei driver di costo delle forniture di lavorazioni meccaniche, per poterle gestire al meglio
- Familiarizzare con le tecniche di analisi dei cost driver delle forniture

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Definizione delle variabili critiche di un prodotto
- Creazione di tabelle parametriche e grafici di correlazione
- Definizione della matrice comparativa dei costi
- I criteri di preventivazione per lavorazioni per l'asportazione di truciolo
- Le variabili per la revisione del prezzo d'acquisto
- Simulazione di calcolo dei tempi ciclo e valorizzazione del preventivo su diverse tipologie di codici

I PLUS:

- Durante il corso:
- Utilizzo del sistema di Preventivazione mc2
 - Verranno proposti numerosi esempi di casi



A7 - ACQUISTARE LE LAVORAZIONI MECCANICHE A PREZZO TARGET

PROGRAMMA

PARTE 1:

ANALISI COSTI E E CONTABILITÀ ANALITICA

I vari tipi di costo e la definizione del prezzo

- Classificazione dei costi: variabili e fissi, diretti e indiretti
- Attribuzione dei costi diretti e delle quote di struttura

Il costing di prodotto

- Process costing, job order costing, operation costing, ABC
- I metodi di costificazione parametrici
- I metodi di costificazione analitici

I metodi di costificazione basati sui dati storici

PARTE 2:

Utilizzare l'analisi dei costi per definire il target price negoziale

Il processo Negoziale

Strumenti e tecniche per l'analisi e valutazione delle offerte

Identificare e stimare i principali elementi di costo

Definire le leve e le azioni di riduzione del Costo Totale d'Acquisto

Utilizzare l'analisi dei costi per definire il target price negoziale: identificare e stimare i principali elementi di costo

Strumenti e tecniche di analisi del prezzo

- Analisi del prezzo: analizzare e confrontare i prezzi di mercato
- Analisi della linearità dei prezzi per cluster di prodotti
- Analisi della struttura dei Costi
- Scheda di Scomposizione Costi
- Matrice di Valutazione dei Costi per determinare il Best Price e il Target Price
- Preventivo Interno
- Gestione a Costi Totali d'Acquisto (TCO)
- Analisi del prezzo per tipologia di fornitore (cost drivers, costi fissi e costi variabili, spese generali, determinazione del target cost e del target price)

Il coinvolgimento dei fornitori nel miglioramento del costo di prodotto

- Condizioni per la creazione di un rapporto di partnership
- Co-design ed early involvement
- Continuous improvement delle specifiche di prodotto (Sessioni prodotto/processo)
- Migliorare il prodotto/processo del fornitore

PARTE 3:

Sessione Applicativa: determinare il target price su codici a disegno attraverso l'utilizzo del sistema mc2)

Dal disegno al ciclo di fabbricazione

- La scomposizione del prodotto in componenti: la distinta base
- Le lavorazioni meccaniche: fasi e loro caratteristiche di processo produttivo
- Determinare il ciclo ottimale di fabbricazione dei componenti

Come sviluppare un sistema di preventivazione per

- Definire i tempi e i costi di ogni fase del ciclo di lavorazione
- Comprendere e misurare i singoli Cost Driver, valutando i singoli BEST COST tra fornitori per determinare il BEST PRICE
- Confrontarsi con i fornitori e negoziare su basi oggettive con il supporto di un preventivo affidabile e basato su parametri di calcolo oggettivi
- Chiedere e condividere con il fornitore azioni di miglioramento sul processo (riattrezzaggi, ciclo di lavorazione, ...)
- Valutare il prezzo proposto dal fornitore
- Argomentare eventuali differenze di tempi e costi di lavorazione
- Negoziare con il fornitore il miglior prezzo
- Supportare le tecnologie nell'analisi delle opportunità di saving tecnico

Elaborazione del preventivo di costo e valorizzazione economica

- Costi diretti: materia prima, costo orario macchina, costo orario manodopera
- Lotti di produzione: di grande, media e piccola serie fino a 5 pezzi lotto
- Costi non ricorrenti: attrezzature, provini, programmazione, ...
- Maggiorazione dei costi per calcolo del prezzo: ricarico gestione materia prima/conto lavoro, ricarico per spese generali e amministrative (SGA), % di utile
- Learning curve: % di riduzione dei costi con riferimento alla curva di esperienza del processo produttivo



A9 - ACQUISTARE STAMPAGGI PLASTICA A PREZZO TARGET

Come valutare e calcolare il Target Price da negoziare con i fornitori

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

3 luglio 2026 | 1 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La determinazione dei prezzi d'acquisto di lavorazioni plastiche si basa sulla conoscenza di fattori quantitativi, quali tempi di lavorazione, quantità di materiale utilizzato e di parametri di costo, quali tassi orari e costo unitario dei materiali impiegati. Entrambi sono funzione delle tecnologie e dei processi utilizzati. La capacità di analizzare questi fattori e di applicare il Cost Breakdown dei costi del prodotto costituiscono una componente essenziale della professionalità del buyer. Il percorso formativo proposto, ricco di esempi applicativi e di interazioni tra docente e partecipanti, metterà i partecipanti in condizione di verificare la congruità delle quotazioni dei fornitori.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti ed Approvvigionamenti
- Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior Buyer
- Preventivisti
- Cost Engineer

APPRENDERETE A...

- Conoscere i fattori quantitativi e i parametri di costo che concorrono alla determinazione del prezzo di acquisto dei prodotti plastici
- Utilizzare le tecniche più avanzate di analisi dei driver di costo delle forniture di lavorazioni plastiche
- Utilizzare le tecniche di analisi dei cost driver dei prodotti per poter definire dei target price negoziali
- Saper determinare il costo di un oggetto ottenuto per stampaggio plastica mediante l'applicazione dei metodi di preventivazione rapida

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Definizione delle variabili critiche di un prodotto
- Creazione di tabelle parametriche
- Definizione della matrice comparativa dei costi
- I criteri di preventivazione per lo stampaggio plastica
- Le variabili per la revisione del prezzo d'acquisto
- Simulazione di calcolo dei tempi ciclo e valorizzazione del preventivo su diverse tipologie di codici

I PLUS:

- Durante il corso:
- Creazione Scheda Scomposizione Costi per stampaggi plastica e verifica coerenze dei prezzi di prodotti portati dai partecipanti
 - Verranno proposti numerosi esempi di casi



A9 - ACQUISTARE STAMPAGGI PLASTICA A PREZZO TARGET

PROGRAMMA

ANALISI COSTI E ECNTABILITÀ ANALITICA

I vari tipi di costo e la definizione del prezzo

- Classificazione dei costi: variabili e fissi, diretti e indiretti
- Attribuzione dei costi diretti e delle quote di struttura
- Modalità di creazione del prezzo del prodotto (Product Pricing)

UTILIZZARE L'ANALISI DEI COSTI PER DEFINIRE IL TARGET PRICE NEGOZIALE

Strumenti e tecniche di analisi del prezzo

- Analisi del prezzo: analizzare e confrontare i prezzi di mercato
- Analisi della linearità dei prezzi per cluster di prodotti
- Analisi della struttura dei costi
 - Scheda di Scomposizione Costi
 - Matrice di Valutazione dei Costi per determinare il Best Price e il Target Price
 - Preventivo Interno
 - Gestione a Costi Totali d'Acquisto (TCO)
- Analisi del prezzo per tipologia di fornitore (cost drivers, costi fissi e costi variabili, spese generali, determinazione del target cost e del target price)

Esercitazione di Analisi di un ciclo di Fabbricazione di stampaggio Plastica

Verranno esaminati tempi di Set Up, tempi di stampaggio, numero figure, recupero sfridi, rifiniture manuali e altri driver di costo

Come sviluppare un sistema di preventivazione e valutazione delle offerte per

- Definire i tempi e i costi di ogni fase del ciclo di lavorazione
- Comprendere e misurare i singoli Cost Driver, valutando i singoli BEST COST tra fornitori per determinare il BEST PRICE
- Confrontarsi con i fornitori e negoziare su basi oggettive con il supporto di un preventivo affidabile e basato su parametri di calcolo oggettivi
- Chiedere e condividere con il fornitore azioni di miglioramento sul processo (riattrezzaggi, ciclo di lavorazione, ...)
- Valutare il prezzo proposto dal fornitore
- Argomentare eventuali differenze di tempi e costi di lavorazione
- Negoziare con il fornitore il miglior prezzo
- Supportare le tecnologie nell'analisi delle opportunità di saving tecnico

Elaborazione del preventivo di costo e valorizzazione economica

- Costi diretti: materia prima, costo orario macchina, costo orario manodopera
- Lotti di produzione: di grande, media e piccola serie fino a 5 pezzi lotto
- Costi non ricorrenti: attrezzature, provini, programmazione, ...
- Maggiorazione dei costi per calcolo del prezzo: ricarico gestione materia prima/conto lavoro, ricarico per spese generali e amministrative (SGA), % di utile
- Learning curve: % di riduzione dei costi con riferimento alla curva di esperienza del processo produttivo

Esercitazione: verifica con i partecipanti delle Costi Orari di Lavorazione, con un focus su presse di stampaggio plastica

Il processo negoziale con il fornitore



A19 - ASPETTI ECONOMICO-FINANZIARI PER GLI ACQUISTI

Sviluppare le competenze economico-finanziarie per Acquisti più efficaci e per ridurre i rischi di fornitura

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

5 - 6 marzo 2026 | 15 - 16 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Un buyer efficace deve saper valutare i propri fornitori anche da un punto di vista economico finanziario e analizzare le offerte in termini di adeguatezza economica. Sviluppare delle competenze di natura economico-finanziaria consente di ridurre i rischi di fornitura, saper analizzare il bilancio di fornitori per individuarne punti di forza, debolezza e aree di rischio, analizzare meglio le offerte economiche ricevute, identificando leve negoziali, opportunità di miglioramento e argomentazioni per rigettare aumenti di prezzi. E' utile anche comprendere le logiche per la presa di decisioni di breve (make or buy tattico) o di più lungo periodo (progetti di saving o valutazione economica di investimenti) per contribuire efficacemente a queste decisioni aziendali.

La partecipazione a questo corso consente al buyer di sviluppare anche una delle sue competenze distintive, l'analisi dei prezzi/costi e, di conseguenza, la sua autorevolezza nel gestire la relazione sia con il fornitore che con la propria azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Il corso è rivolto a tutti coloro che si occupano di acquisti (buyer junior e senior, category e commodity manager, responsabili acquisti) e che vogliono approfondire e sviluppare le proprie competenze economico-finanziarie e relative applicazioni negli Acquisti

APPRENDERETE A...

- Analizzare il bilancio di un fornitore, individuando i relativi punti di forza, debolezza e potenziali rischi
- Conoscere e utilizzare i principali indici di bilancio
- Approfondire le proprie competenze sui costi e relative leve negoziali ed argomentazioni con i fornitori
- Analizzare le offerte economiche dei fornitori e loro congruenza
- Effettuare correttamente un'analisi Make or Buy
- Comprendere il concetto di Break Even point e come utilizzarlo negli Acquisti
- Utilizzare concetti di analisi costi (incidenza materie prime, learning curve, ...) per identificare opportunità negoziali
- Valutare progetti di saving e convenienza economico-finanziaria di progetti di investimento
- Capire l'impatto economico delle scorte, il trade off tra lotti d'acquisto e scorte e possibili azioni per ottimizzare costo d'acquisto e scorte

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi del bilancio di fornitori
- Calcolo e analisi dei principali indici di bilancio
- Lettura di report di società di rating delle aziende
- Analisi di costi e lotti di produzione, scomposizione dei costi
- Scelte di make or buy
- Analisi dei rischi di fornitura
- Analisi di Break Even del fornitore
- Valutazione economico-finanziaria di progetti di saving
- Trade off tra sconti quantità e scorte

I PLUS:

Esemplificazione dei concetti trattati con casi ed esempi pratici

A fine corso il partecipante definirà un piano d'azione per identificare le principali opportunità ed idee emerse da implementare nella propria attività e realtà lavorativa



A19 - ASPETTI ECONOMICO-FINANZIARI PER GLI ACQUISTI

PROGRAMMA

Introduzione al bilancio di un fornitore

- I principali documenti di un bilancio
- Chi è interessato alla lettura di bilancio e per quali motivi
- Cosa si può comprendere dalla lettura del bilancio di un fornitore

Stato patrimoniale

- Immobilizzazioni e capitale circolante
- Vedere se il fornitore sta facendo investimenti in immobilizzazioni
- Grado di indebitamento del fornitore
- Il costo del denaro (WACC)

Conto economico

- Andamento del fatturato del fornitore
- Incidenza del nostro acquistato sul fatturato del fornitore
- L'incidenza dei principali costi e loro evoluzione

L'analisi del bilancio del fornitore mediante i principali indici

- Indici di redditività
- Indici di liquidità e rischio di fallimento del fornitore
- Indici di indebitamento e il concetto di leva finanziaria
- Indici di rotazione e giorni di pagamento
- Saper interpretare un report finanziario su un fornitore
- Come utilizzare le informazioni dall'analisi di bilancio con i fornitori

L'analisi dei prezzi e dei costi

- Costi fissi e costi variabili
- Costi di prodotto e di periodo
- Le logiche di preventivazione da parte dei fornitori
- Valutare e utilizzare le opportunità di bundling

Strumenti per analizzare e ottimizzare i costi

- La scomposizione dei costi
- Analisi dei costi e lotti di produzione
- Incidenza e andamento dei costi di materie prime
- Le learning curve
- Il margine di contribuzione e il break even point

Risk Management negli Acquisti

- Identificare i principali rischi di fornitura
- Analizzare i principali rischi
- Definire ed implementare un piano di mitigazione dei rischi
- Il business continuity plan

Analisi di Make or Buy

- Identificare le opzioni
- Costi sorgenti e costi cessanti
- Gli errori frequenti nelle analisi Make or Buy e come evitarli

Acquisti e scorte

- Il costo delle scorte
- I principali KPI delle scorte
- Trovare la migliore soluzione tra lotti di acquisto, sconti e costo delle scorte

Valutazione finanziaria di progetti di saving

- I flussi di cassa e la definizione delle opzioni di progetto
- Il periodo di payback del progetto
- I metodi Discounted Cash Flow per la valutazione dei progetti (VAN, TIR, indice di redditività)

Cenni di Supply Chain Finance

- I principali metodi di Supply Chain Finance
- Possibili opzioni per la nostra azienda e i suoi fornitori

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



A20 - L'USO DI EXCEL PER LA GESTIONE E MIGLIORAMENTO DEGLI ACQUISTI

Dalla Spend Analysis alle Gestione delle Performance di Categoria Merceologica

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

29 - 30 giugno 2026 | 17 - 18 dicembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Excel è uno strumento utile ed efficace per la gestione degli acquisti. Le competenze dei buyer ed approvvigionatori nell'uso di Excel sono solitamente al di sotto delle potenzialità di utilizzo dello strumento. Il corso estremamente pratico permette attraverso esercitazioni fatte direttamente su PC di conoscere le principali funzioni di Excel utili per la gestione degli acquisti. Un corso indispensabile per migliorare la conoscenza di excel offrendo la possibilità di ottimizzare il tempo e di disporre analisi utili per gli acquisti.

A CHI È RIVOLTO

Tutti coloro che vogliono acquisire una maggiore competenza nell'utilizzo di Microsoft Excel come strumento di analisi, reporting e gestione degli acquisti

APPRENDERETE A...

- Acquisire le sintassi delle principali funzioni logiche e di ricerca
- Sapere costruire formule
- Ottimizzare i tempi collegando dati fra più tabelle/report
- Presentare analisi avanzate con i nuovi strumenti delle tabelle pivot
- Utilizzare Excel per dare valore al proprio lavoro

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercizi di applicazione degli strumenti di Excel
- Esercizi di analisi delle performance di acquisti
- Esercizi per creare KPI e reporting degli acquisti

I PLUS:

La metodologia utilizzata è attiva, in grado di coinvolgere i partecipanti dal primo momento, rendendoli veri protagonisti dell'intervento formativo

Il corso è una palestra in cui sperimentare le esercitazioni e le applicazioni di Excel negli acquisti al rientro in azienda



A20 - L'USO DI EXCEL PER LA GESTIONE E MIGLIORAMENTO DEGLI ACQUISTI

PROGRAMMA

COSA È POSSIBILE FARE NEGLI ACQUISTI CON L'USO DI EXCEL

La creazione del budget degli acquisti

- Le diverse tipologie di budget (materiali, investimenti, ...)
- Gestione incrementale o a base zero
- Pianificazione del budget e monitoraggio
- Budget materiali e valutazione scostamenti

La Creazione di un Data Base degli ordini d'acquisto per analizzare le performance degli acquisti

Effettuare una Spend Analysis ed analizzare il trend per categoria merceologica, fornitore, articolo con analisi negli anni

Definire ed analizzare i Saving & Loss per Fornitore, Articolo negli Anni

Analizzare le performance logistiche dei fornitori

LE FUNZIONI DI EXCEL

Realizzare report aggregando dati dalla query sul database: tabelle pivot

- Raggruppare e strutturare i dati
- Pivot e PowerPivot
- Totali e Subtotali per il raggruppamento e strutturazione dei dati
- Formule inseribili nella tabella pivot
- Grafici sulla tabella pivot

Strumenti per personalizzare dei dati e report

- La formattazione avanzata del foglio per dare particolare visibilità a porzioni di report
- Formattazione condizionale basata su formule
- Criteri di convalida delle celle

Le funzioni Excel utili per gli acquisti

- **Funzioni di testo:** ANNULLA.SPAZI, CONCATENA, DESTRA, SINISTRA, STRINGA.ESTRAI

- **Inserire ed estrarre i dati**

- Importare i dati da altre fonti
- Ordinare i dati
- Filtri automatici e filtri avanzati

- **Funzioni statistiche del database**

- DB.SOMMA, DB.MEDIA, DB.MAX, DB.MIN
- DB.CONTA.LAVORI/NUMERI

- **Tabelle pivot**

- Filtri sulla tabella pivot
- Raggruppare e strutturare i dati
- Formule inseribili nella tabella pivot

Le funzioni per realizzare tabelle dinamiche

- Funzioni statistiche condizionate: SOMMA.PIÙ.SE, CONTA.PIÙ.SE
- Funzioni logiche: SE (semplice e a cascata), E, O, SE.ERRORE
- Funzioni di ricerca: CERCA.VERT, CERCA.ORIZZ, CONFRONTA, INDICE
- Funzioni di data e ora: ADESSO, DATA, MESE, ANNO, ...
- Funzioni di testo: ANNULLA.SPAZI, CONCATENA, DESTRA, SINISTRA, STRINGA.ESTRAI, RICERCA.SOSTITUISCI
- Funzioni informative: VAL.VUOTO, VAL.ERR, VAL.NON.DISP, VAL.TESTO, ...
- La funzione SUBTOTALE

Il piano d'azione personale

- Applicare quanto appreso una volta rientrati in azienda
- Stabilire il proprio piano di miglioramento personale



A28 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ D'ACQUISTO

Utilizzare l'IA generativa per migliorare le attività delle principali fasi del processo d'acquisto

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
30 giugno 2026	10 novembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso pratico per comprendere come l'IA può supportare la gestione strategica dei fornitori, la valutazione dei rischi e l'ottimizzazione delle trattative.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Acquisti, Buyer, Category Manager

APPRENDERETE A...

- Comprendere le applicazioni dell'IA nel procurement
- Sperimentare l'impiego dell'IA nei processi di acquisto
- Risparmiare tempo mantenendo l'efficacia operativa
- Esercitazioni, progetti esempi
- Esempi pratici e prompt per ChatGPT
- Numerose simulazioni ed esercitazioni specifiche per il Procurement

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercizi di applicazione degli strumenti di Excel
- Esercizi di analisi delle performance di acquisti
- Esercizi per creare KPI e reporting degli acquisti

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: ogni partecipante può usare il proprio strumento di IA generativa, rendendo l'esperienza formativa immersiva e personalizzata
Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



A28 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ D'ACQUISTO

PROGRAMMA

Identificare i diversi strumenti di IA per gli acquisti

- Introduzione all'IA generativa per il Procurement: contesto, opportunità e sfide
- Mappatura degli strumenti IA utilizzabili negli acquisti: GPT, Gemini, ...
- Individuare i vantaggi dell'uso dell'IA nei processi d'acquisto

Scrivere prompt efficaci e interrogazioni utili per gli acquisti

- Individuare gli elementi chiave per redigere prompt precisi ed efficaci
- Creare richieste efficaci per semplificare le attività quotidiane e ottenere risultati efficaci e operativi

Utilizzare l'IA per sourcing, negoziazione, gestione fornitori

- Associare l'IA alle diverse fasi del processo d'acquisto
- Automatizzare attività ricorrenti e flussi operativi
- Simulazione pratica utilizzando IA dei partecipanti o ChatGPT

Casi d'uso pratici per i buyer

- Ricerca nuovi fornitori
- Analisi e classificazione fornitori: modelli e sistemi di scoring
- Sviluppare una strategia di negoziazione supportata dai dati generati dall'IA
- Automatizzare la redazione di richieste di acquisto o di contratti
- Utilizzare l'IA per analizzare un portafoglio fornitori e identificare opportunità di saving

Integrare e sistematizzare l'uso dell'IA nella funzione Acquisti

- Definire i bisogni reali e gli obiettivi
- Selezionare strumenti adatti e integrabili
- Discussione: rischi, bias, etica e data governance nell'uso dell'IA in ambito acquisti

Creazione del piano d'azione individuale: come portare l'IA nella propria organizzazione

I CORSI DI FORMAZIONE PER AREA



PRODUZIONE



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

LA PAROLA AI PARTECIPANTI

"Corso serio ed esaustivo. Argomenti interessanti e spiegati con chiarezza e competenza."

Nicola Anselmi

Responsabile Produzione LINZ ELECTRIC SPA

"Corso ben strutturato con argomenti a mio parere molto utili."

Francesco Trapletti

Sustainability Manager and Purchase Director BIANCHI INDUSTRY SPA

"La visione d'insieme che fornisce questo corso è il miglior modo per approfondire i vari aspetti aziendali in un secondo tempo, definendo subito gli scopi e i team adeguati."

Pierre Coronella

Key Account Training Project Manager SIDEL SPA

"Il corso è completo e fornisce strumenti utili alla gestione delle dinamiche aziendali."

Emma Migliorini

Kaizen Manager SEA SOCIETÀ EUROPEA AUTOCARAVAN SPA A SOCIO UNICO

"Corso completo ed esauriente tenuto da un docente competente e di grande esperienza sul campo."

Diego Lottici

Direttore Produzione ZEC SPA

"Il corso risulta impegnativo anche se di 2 giorni. Il risultato è comunque buono. L'insegnante è preparato e competente."

Nicola Vignaga

Direttore di Produzione F.I.S. - FABBRICA ITALIANA SINTETICI SPA

"Ottimo corso, capacità del docente nello spiegare argomenti e di coinvolgimento."

Paolo Portoni

Responsabile Manutenzione ISRINGHAUSEN SPA

"Considero il corso molto interessante e ben gestito dal docente."

Massimiliano Alini

Production Manager KONE INDUSTRIAL SPA

"Argomenti complessi trattati in modo chiaro e semplice grazie anche all'ausilio di esercizi pratici. Corso introduttivo su aspetti fondamentali della Qualità, diretto anche a chi si avvicina per la prima volta a questo mondo."

Pietro Medaglia

Quality System Supervisor THE SWATCH GROUP ASSEMBLY SA



P1 - DIRETTORE DI STABILIMENTO

Strategie e tattiche di miglioramento delle performance di fabbrica

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

21 - 22 maggio 2026 | 22 - 23 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso, estremamente concreto, permette ai partecipanti di definire e implementare con successo le strategie e le tattiche di miglioramento delle performance dello stabilimento, sia in termini di efficienza, quindi di costi e di profitto, sia in termini di efficacia, quindi di flessibilità, velocità e puntualità di consegna.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori di Stabilimento
- Direttori di Produzione
- Responsabili di Produzione

APPRENDERETE A...

- Redigere e condurre un piano pluriennale di miglioramento delle performance globali
- Attivare progetti operativi e team interfunzionali integrati ed efficaci
- Progettare e attivare interventi organizzativi mirati al coinvolgimento interfunzionale e alla condivisione di obiettivi comuni
- Identificare e agire sulle 3 leve fondamentali di cambiamento: gli strumenti, l'organizzazione e le persone
- Ottenere il coinvolgimento e l'adesione del personale agli obiettivi fissati

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Stesura di un piano strategico di produzione
- Progettazione di un piano di miglioramento delle performance
- Analisi e definizione dei fattori critici di successo di fabbrica
- Discussione di casi concreti: passi, criticità, leve di successo

I PLUS:

Ai partecipanti saranno lasciati gli eseguibili per il calcolo degli indicatori di performance e per la mappatura delle competenze del personale

Ogni argomento è supportato da esempi e casi aziendali reali vissuti dal docente e discussi con i partecipanti



P1 - DIRETTORE DI STABILIMENTO

PROGRAMMA

L'evoluzione del mercato: i nuovi parametri produttivi strategici e i fattori critici di successo

- L'evoluzione del mercato: vincoli e leve di successo
- Efficacia ed efficienza di stabilimento: i nuovi fattori critici di successo
- Competere sul piano di costi, qualità, servizio: il cambiamento necessario e la collaborazione interfunzionale

Il Piano Strategico di Produzione: dalla formulazione alla implementazione operativa

- Definire gli obiettivi di performance rispetto ai fattori critici di successo: qualità, costi, servizio
- Espandere gli obiettivi strategici in sotto-obiettivi e indicatori mirati
- Redigere il piano strategico triennale
- Scomporre il piano strategico in piani operativi di breve periodo
- Controllare e gestire efficacemente il piano di miglioramento

Misurare le performance: come progettare e implementare un cruscotto di indicatori efficace

- Logiche e obiettivi del cruscotto
- Aree di monitoraggio e livelli di dettaglio:
 - qualità
 - lead time e servizio
 - costi ed efficienza
 - sicurezza
 - flessibilità
- Visual Factory e comunicazione efficace

L'analisi dei risultati e la definizione di azioni correttive: il controllo di gestione in produzione

- Ottimizzare il sistema di controllo di gestione individuando il miglior criterio di contabilità industriale
- L'analisi fine e comparativa dei costi per il monitoraggio delle performance

La stesura del budget di produzione

- Il budget degli acquisti/approvigionamenti
- Il budget della manodopera diretta/indiretta
- Il budget dei materiali
- Il budget degli investimenti
- Il budget dei servizi tecnici di produzione
- Budget operativo e budget dinamico
- Utilizzare budget rigidi e flessibili e misurare gli scostamenti sui costi e sulle quantità

La valutazione degli investimenti

- Criteri generali
- Calcolare il periodo di ritorno (pay back time)
- Valutare la redditività degli investimenti: VAN e TIR

LA VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE E LA DEFINIZIONE DEL SISTEMA INCENTIVANTE

- Mappare e monitorare le performance individuali e di squadra: la matrice delle competenze
- Progettare il sistema incentivante/premiante: parametri qualitativi e quantitativi, obiettivi a breve/medio/lungo termine, modalità di monitoraggio

- Incentivazione individuale, collettiva, di gruppo
- Determinare il giusto equilibrio tra retribuzione fissa e variabile
- Proporre e condividere con successo il sistema incentivante

L'evoluzione verso l'organizzazione snella (lean) di fabbrica

- Da fabbrica tradizionale a fabbrica integrata
- Da reparti a cellule produttive o unità tecnologiche elementari
- Dal controllo alla responsabilizzazione
- Nuovi ruoli e responsabilità del personale di fabbrica
- Le leve di successo nella gestione del personale:
 - dalla specializzazione alla polivalenza e polifunzionalità
 - motivazione, coinvolgimento, valorizzazione del personale
 - delega e crescita professionale

Migliorare le performance: il pilastro competitivo 'costi'

- Identificare e misurare il valore e gli sprechi: il Value Stream Mapping
- Attivare azioni concrete e motivanti: il kaizen
- Ottimizzare l'efficienza di linee e impianti: OEE, 5S, 4M
- Ottimizzare la produttività del personale: l'efficienza globale della manodopera

Migliorare le performance: il pilastro competitivo 'tempo'

- Analisi e ottimizzazione del layout e dei flussi produttivi: i passi e gli strumenti necessari all'eliminazione di attese, ritardi e asincronie
- Cell Design: da flussi incrociati a flussi tesi e veloci
- Micro-layout e ottimizzazione delle postazioni interne al flusso
- Bilanciamento e livellamento del flusso produttivo
- La metodologia LTR (Lead Time Reduction): ottimizzare il valore nel processo produttivo
- Sistemi Pull e Just in Time
- Flessibilità e riduzione dei tempi di cambio produzione: SMED & Quick Change Over

Migliorare le performance: il pilastro competitivo 'qualità'

- Misurare e controllare i "costi della non qualità"
- FMEA di processo: attivare filtri efficaci di non conformità
- Responsabilizzare il personale diretto all'autocontrollo

Il coinvolgimento del fornitore nel miglioramento delle performance

- Coinvolgere il fornitore nel processo di miglioramento: criticità e leve di successo
- Dal rapporto tradizionale all'integrazione logistico-produttiva: partnership e co-design



P24 - WCM - WORLD CLASS MANUFACTURING

Un percorso di valutazione per identificare le aree di miglioramento in produzione

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

3 - 4 giugno 2026 | 14 - 15 dicembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Un'azienda può essere definita eccellente quando, operando in una logica di miglioramento continuo, produce redditività e, in assenza di sprechi e valorizzando le proprie risorse umane, realizza prodotti e servizi perfettamente coerenti con la qualità e la dinamica richieste dal mercato. World Class Manufacturing, conosciuto anche con il suo acronimo WCM, rappresenta un modello di gestione aziendale in grado di sviluppare rapidamente il valore e quindi le prestazioni, garantendo efficienza ed efficacia a tutti i processi industriali che determinano il successo o l'insuccesso di ogni azienda. Strutturato nei dieci pilastri tecnici che costituiscono i processi aziendali sui quali intervenire, il WCM definisce un percorso di miglioramento organizzato in sette step consecutivi.

Il corso WCM è focalizzato sull'apprendimento di un modello di gestione concreto, in grado di identificare opportunità di miglioramento partendo proprio dalle inefficienze che ne limitano il flusso del valore.

A CHI È RIVOLTO

- Imprenditori
- Operations Manager
- Direttori di stabilimento
- Responsabili di Produzione
- Tecnici e responsabili industrializzazione di processo
- Ingegneri di produzione

APPRENDERETE A...

- Conoscere i concetti fondamentali del World Class Manufacturing
- Conoscere la struttura e i passi di implementazione della metodologia World Class Manufacturing
- Conoscere quali sono i pilastri tecnici e manageriali
- Conoscere ed imparare ad utilizzare strumenti e tecniche di implementazione dei pilastri del WCM
- Valutare un progetto di introduzione del World Class Manufacturing in azienda

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni sui principali Pilastri del WCM

I PLUS:

- Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici



P24 - WCM - WORLD CLASS MANUFACTURING

PROGRAMMA

World Class Manufacturing:

- Principi generali
- La scelta delle aree Modello
- Il sistema di Audit
- La roadmap verso l'eccellenza

World Class Manufacturing: struttura dei pilastri e step di implementazione

I 10 Pilastri tecnici:

1. SA - Safety: sicurezza del Posto di lavoro
2. CD - Cost Deployment: definire le azioni di miglioramento dei costi
3. FI - Focus Improvement: miglioramento focalizzato di uno specifico problema
4. AM + WO - Autonomus Maintenance e Workplace Organization
5. PM - professional Maintenance
6. QC - Quality Control
7. L&CS - Logistic / Customer Services
8. EEM + EPM - Early Equipment Management, Early Product Management
9. ENV - Enviroment Ambiente
10. PD - People Development: sviluppo delle competenze del personale

Esempi e casi di applicazione per i pilastri più importanti

I 10 Pilastri Manageriali:

1. Management Commitment
2. Clarity of Objectives
3. Route Map to WCM
4. Allocation of Highly Qualified People to Model Areas
5. Commitement dell'Organizzazione
6. Competence of Organization toward Improvement
7. Time & Budget
8. Level of Detai
9. Level of Expansion
10. Motivazione delle persone

Strumenti e metodologie a supporto delle attività del WCM

1. **OPL** One Point Lesson
2. **SOP** Standard Operating Procedure
3. **SMP** Standard Manutentive Procedure
4. **4M** MAN/METHOD/MATERIAL/MACHINE metodo di scomposizione del problema per identificare le aree sensibili
5. **5W** 5 WHY porsi ed iterare domande sul perché di un fenomeno
6. **5W+1H** WHAT/WHERE/WHEN/WHICH/WHO/HOW posizionare il fenomeno nell'ambito di questi item
7. **3M** valutazione oggettiva del posto di lavoro
8. **KAIZEN** progetti specifici di miglioramento
9. **KPI** Key Performance Indicators - Indicatori oggettivi dei risultati

Il piano di implementazione della metodologia WCM

- Definire le priorità in base all'impatto (es. costi, servizio, sicurezza, ecc.)
- Attaccare perdite/attività che generano maggiori costi o nfluiscono sulla soddisfazione del cliente
- Definire un'area modello e un team di progetto per fare un progetto pilota
- Definire il piano di diffusione del progetto pilota
- Applicare le 7 fasi del piano di implementazione per ogni pilastro
- Coinvolgere, diffondere le conoscenze, condividere i risultati



P6 - CAPO IN PRODUZIONE

Migliorare le capacità manageriali e di gestione delle persone

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

26 - 27 maggio 2026 | 8 - 9 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

I Responsabili di Produzione e i Capi Intermedi, ai quali si rivolge il corso, hanno generalmente una forte esperienza e competenza tecnica, ma hanno necessità di migliorare le proprie capacità di gestione delle persone (leadership, motivazione, delega, presa di decisioni, atteggiamento propositivo, gestione dei conflitti, pianificazione del tempo, ...).

Il corso prende in esame tutte le "linee relazionali" presenti in produzione (collaboratori, colleghi di altri Uffici/ Reparti e superiori) e fornisce le tecniche e le metodologie per migliorare la gestione delle relazioni e le capacità di management dei Capi in Produzione.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili di produzione
- Responsabili di Servizi Tecnici
- Capi Reparto
- Capi Linea

APPRENDERETE A...

- Migliorare le capacità di decisione, di delega, di leadership
- Utilizzare le capacità e le tecniche relazionali per gestire il proprio comportamento nei rapporti con i superiori, i colleghi e i collaboratori, in funzione degli obiettivi aziendali
- Organizzare e gestire in modo efficiente il personale e/o il gruppo di lavoro, anche in situazioni conflittuali
- Indirizzare il gruppo di lavoro verso la ricerca di opportunità per il miglioramento
- Gestire i processi di miglioramento attraverso la comunicazione e il team work
- Motivare e responsabilizzare le persone focalizzandole sugli obiettivi aziendali di qualità, servizio e costi
- Garantire il corretto approccio al processo di analisi e di planning d'azione
- Essere più propositivi nei confronti della Direzione
- Ottenere più motivazione e coinvolgimento dal personale
- Migliorare la pianificazione del tempo per poter uscire dalla condizione di "gestione dell'emergenza"
- Auto-analizzare i propri comportamenti e definire un piano di miglioramento delle proprie modalità di relazione e di gestione delle persone

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

Il corso, estremamente pratico, prevede numerose esercitazioni, tra cui:

- Sistemi di autodiagnosi
- Analisi dei comportamenti dei Gruppi di Lavoro dei partecipanti
- Esercitazioni e simulazioni di Gruppo
- Role Play
- Case studies

I PLUS:

La stesura del Piano d'Azione personale permette al partecipante di definire le azioni di miglioramento da implementare al ritorno in azienda

Check List "Analisi dei comportamenti per sviluppare la propria leadership", realizza quanto hai appreso:

- identificando le aree di miglioramento
- implementando il piano d'azione sviluppato in aula
- confrontandoti con il docente anche dopo la fine del corso



P6 - CAPO IN PRODUZIONE

PROGRAMMA

Introduzione

- Obiettivi e responsabilità della Funzione Produzione
- Il processo produttivo in relazione ai fattori di successo ed alla strategia aziendale: costi, qualità, tempi
- Funzioni e cooperazione con gli altri settori aziendali

SVILUPPARE LE CAPACITÀ PER GESTIRE LE PERSONE

Il Capo intermedio: da capo gerarchico ad allenatore

- Come costruire lo spirito di squadra e sviluppare l'attitudine a lavorare assieme
- Il ruolo della comunicazione: cosa e come comunicare
- La formazione: più processo partecipativo che trasferimento di informazioni
- Le conoscenze e la professionalità per poter "dialogare" con gli Uffici di Staff (Tempi e Metodi, Progettazione, Controllo Qualità, Programmazione della Produzione, Manutenzione)

Conoscere le persone per saperle gestire anche all'interno del gruppo di lavoro

- I ruoli giocati dalle persone all'interno del gruppo
- La valorizzazione delle persone in relazione alla loro esperienza, alla professionalità e alle potenzialità
- Analisi delle interrelazioni tra i ruoli giocati e le dinamiche che essi possono scatenare
- Come e quando intervenire per annullare l'impatto negativo di alcuni ruoli sulla produttività del gruppo
- Come identificare le personalità
- Come trovare individui altamente motivati
- Come trovare proprio chi serve per un particolare lavoro

La gestione ed il superamento dei conflitti

- Il conflitto è sempre negativo? Come considerare il conflitto in modo costruttivo
- Come individuare i segnali che preludono situazioni difficili
- I diversi tipi di conflitto: operativo, di organizzazione, per errate valutazioni o mancate informazioni, generato da disposizioni
- Come riuscire a gestire i conflitti individuali e all'interno del gruppo di lavoro
- La gestione dei rapporti con le persone: come motivare e responsabilizzare le persone
- Risolvere situazioni conflittuali tra più Funzioni (Qualità, Acquisti, Tempi e Metodi, Manutenzione, Magazzino)
- Creare un clima di motivazione e non conflittualità in Reparto
- Tecniche di problem solving per gestire il conflitto
- Controllare in modo attivo le prestazioni delle persone, motivandole al raggiungimento di obiettivi di servizio, qualità e produttività

Decidere in un contesto sempre più dinamico

- Decidere rapidamente ed in modo corretto
- Come prendere decisioni efficaci
- Come sviluppare i tratti di un buon decision maker

Come essere un leader che sa lavorare efficacemente in gruppo

- I comportamenti direttivi e i comportamenti relazionali
- La flessibilità e la leadership situazionale e condivisa
- Sviluppare il proprio stile di Leader
- Come funzionano i gruppi e come comportarsi perché lavorino bene

Motivare le persone al raggiungimento degli obiettivi di produzione

- Come focalizzare il personale sugli obiettivi di Produttività e Qualità
- Come creare motivazione nelle persone
- Come creare un gruppo affiatato e coeso
- Come definire obiettivi e aspettative di prestazioni
- Come sviluppare piani d'azione positivi

La delega e la crescita professionale dei propri collaboratori

- Il corretto utilizzo della delega come strumento di motivazione e responsabilizzazione
- Cosa delegare e come delegare con efficacia

MIGLIORARE LE CAPACITÀ PER GESTIRE LE ATTIVITÀ Organizzazione e gestione dei progetti di miglioramento

- I principi del miglioramento continuo
- Il circolo virtuoso del miglioramento: migliorare, gestire, misurare, quantificare e definire
- Tecniche di problem finding e problem solving
- Metodologie di miglioramento continuo: 5S, ...

Il controllo dei risultati ottenuti

- Gli indicatori di controllo
- L'analisi dei risultati e l'avanzamento del progetto
- La stesura del 'Foglio di Miglioramento' per definire le azioni correttive
- I report per la Direzione



P3 - TECNICHE DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLA PRODUZIONE

Ottimizzare l'efficienza e l'efficacia delle attività manifatturiere

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

12 - 13 maggio 2026 | 27 - 28 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Un'azienda manifatturiera, per essere competitiva, deve saper adeguare rapidamente il proprio programma di produzione alle mutevoli situazioni interne ed esterne.

È necessario pertanto conoscere l'impatto delle decisioni di programmazione della produzione su costi e servizio al cliente, scegliere i sistemi di pianificazione, programmazione e schedulazione più adeguati, utilizzarli al meglio ed avere un sistema di controllo robusto ed efficace.

Il corso presenta e analizza in modo approfondito i vari sistemi di programmazione e controllo della produzione, i relativi campi di applicazione e le attenzioni da porre, con un taglio pratico ed operativo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili della Pianificazione e Programmazione della Produzione
- Material Manager
- Planner
- Responsabili di Produzione
- Personale di Produzione e Logistica che svolge attività di programmazione, schedulazione e controllo della Produzione

APPRENDERETE A...

- Definire un valido Piano Principale della Produzione (MPS) a partire dagli ordini e dalle previsioni di vendita
- Scegliere le modalità di gestione dei materiali più adatta
- Ottimizzare l'utilizzo dei sistemi MRP
- Valutare vantaggi e criticità ed implementare concretamente un sistema Just in Time per la gestione della produzione e degli approvvigionamenti
- Controllare le performance produttive ed identificare le opportunità di miglioramento

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Costruire un Piano Principale di Produzione (MPS) e scegliere quali leve operative utilizzare
- Utilizzare praticamente gli strumenti per la gestione delle scorte: calcolo degli indici di rotazione/giorni di giacenza, analisi ABC, matrice incrociata
- Calcolare i costi di produzione e l'impatto economico di differenti scelte di programmazione della produzione
- L'utilizzo e l'ottimizzazione dei sistemi MRP
- La determinazione del lotto di acquisto e del lotto di produzione
- Utilizzare le regole di carico per la programmazione di breve periodo

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto, verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata

Verrà distribuito un applicativo per il dimensionamento del lotto economico di approvvigionamento e di produzione



P3 - TECNICHE DI PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DELLA PRODUZIONE

PROGRAMMA

Introduzione ai sistemi di pianificazione, programmazione e controllo della produzione

- La terminologia della programmazione della produzione
- La pianificazione della produzione
- Differenze tra pianificazione, programmazione di medio periodo e programmazione operativa

La pianificazione dei sistemi produttivi

- Le leve decisionali della pianificazione di lungo periodo
- La scelta dei sistemi produttivi: engineer to order, make to order, assemble to order e make to stock
- La scelta della modalità di produzione: reparti, celle e linee di produzione

Il piano principale di produzione – Master Production Schedule (MPS)

- La previsione delle vendite
- Le scelte nella definizione di un piano di produzione: numero di turni, attivazione di straordinari, anticipi di produzione
- Come verificare la fattibilità di un piano principale di produzione
- Il confronto tra piani di produzione alternativi

Quantificare e ottimizzare i costi inerenti alla programmazione della produzione

- Come determinare i costi di mantenimento scorta, emissione e gestione ordini, set up, rottura stock/ritardata consegna, straordinario
- Cenni sui costi di prodotto

Gestire le scorte

- Il calcolo dell'indice di rotazione/periodo di copertura
- L'analisi ABC
- La matrice incrociata giacenze – consumi e giacenze – fatturato
- Definire un piano di miglioramento delle scorte

Utilizzare i metodi di gestione scorta: i sistemi pull

- Come definire il lotto economico di approvvigionamento
- Dimensionare i lotti di produzione
- L'utilizzo dei sistemi di gestione a livello di riordino
- L'utilizzo dei sistemi a intervallo fisso di riordino
- Quando utilizzare i sistemi pull tradizionali
- Vantaggi e svantaggi dei sistemi pull tradizionali

Utilizzare i sistemi push - MRP (Material Requirement Planning)

- I sistemi MRP: gli input, gli output e le fasi
- Cosa occorre per avere un sistema MRP affidabile e che funzioni bene
- I limiti dei sistemi MRP

L'evoluzione dei sistemi push: MRPII e APS

- Il Capacity Requirement Planning (CRP)
- Il Material Resource Planning (MRPII)
- La schedulazione a capacità infinita e a capacità finita
- I sistemi Advanced Planning Systems (APS) e closed loop

La produzione a flusso: il Just in Time

- Le condizioni per poter applicare il Just in Time
- I kanban
- Come implementare e far funzionare efficacemente un sistema JIT
- I vantaggi del JIT

Innovazioni nella programmazione della produzione

- Il CONWIP (CONstant WIP)
- La Theory Of Constraints (TOC) e il Synchronous Manufacturing
- Programmare e schedulare la produzione mediante il sistema Drum Buffer Rope

La gestione delle produzioni su commessa

- Specificità della produzione su commessa
- Modalità di gestione della produzione su commessa

La programmazione operativa di breve periodo: lo scheduling di produzione

- La schedulazione dei lavori di produzione
- Obiettivi e misure di performance della programmazione operativa
- Le regole di carico
- I sistemi di scheduling

Come controllare l'avanzamento della produzione

- La rilevazione manuale
- La rilevazione automatica mediante barcode/RFID

Gli indicatori di performance nella produzione

- Gli indicatori di performance (KPI)
- Le rese dei materiali
- La misura della produttività dei macchinari: OEE (Overall Equipment Effectiveness)
- La misura della produttività della manodopera
- Utilizzare il work sampling per analizzare l'utilizzo della manodopera e/o degli impianti



P2 - LEAN MANUFACTURING

Velocizzare e rendere efficiente il processo produttivo

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

<i>date</i>		<i>quote di partecipazione IVA esclusa</i>
30 - 31 marzo 2026	28 - 29 settembre 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Riduzione dei tempi di consegna, dei lotti produttivi, dei costi totali: sono tutti fattori critici di successo che impongono di ripensare radicalmente il flusso produttivo e di individuare nuove aree di miglioramento delle performance, in quanto le tecniche tradizionali di miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza non sono più sufficienti per garantire il successo. Occorre un nuovo approccio all'analisi e ottimizzazione del flusso produttivo. Questo corso tratta in modo concreto ed efficace gli strumenti, i modelli organizzativi e gli indicatori di performance necessari all'implementazione della produzione snella. Lean manufacturing significa imparare a identificare il flusso delle attività che generano valore nel sistema produttivo e contemporaneamente identificare ed isolare gli sprechi, ossia tutte le attività che non generano valore.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori di stabilimento
- Direttori e Responsabili di Produzione
- Direttori e Responsabili Logistica
- Ingegneri di Produzione

APPRENDERETE A...

- Identificare il flusso del valore e gli sprechi produttivi, cogliendo nuove importanti opportunità per snellire e velocizzare il processo di produzione
- Riprogettare il processo logistico-produttivo, orientandolo all'abbattimento degli sprechi e alla massima generazione di valore per il cliente e lungo tutto il flusso di evasione dell'ordine
- Affrontare con successo il cambiamento organizzativo e culturale alla base della produzione snella
- Conoscere i principali modelli organizzativi alla base del Lean Manufacturing, personalizzandoli alla propria realtà aziendale

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Casi concreti di implementazione della Lean Production in aziende leader di diversi settori industriali, con discussione degli step del progetto e delle criticità incontrate
- Esempio di utilizzo della Value Stream Map per tracciare il flusso di valore e individuare le fonti di spreco
- Progettazione di cellule produttive con il passaggio da flussi produttivi incrociati (per reparti) a flussi "canalizzati" per famiglia tecnologica di prodotto
- Impiego delle principali tecniche di abbattimento degli sprechi, riduzione del tempo di attraversamento, abbattimento dei tempi di set up e miglioramento della flessibilità produttiva
- L'evoluzione organizzativa necessaria per avviare con successo e sostenere nel tempo la Lean Production

I PLUS:

Il corso è estremamente concreto: l'ultimo giorno del corso è dedicato alla presentazione e discussione di alcuni casi reali di successo in aziende leader

Ai partecipanti saranno lasciati gli eseguibili per la mappatura del valore e il calcolo di indicatori di performance



P2 - LEAN MANUFACTURING

PROGRAMMA

Introduzione: i principi alla base della trasformazione Lean

- L'evoluzione dello scenario competitivo alla base della Lean Production: fattori critici di successo e cambiamenti necessari
- Il concetto di valore e spreco nel processo produttivo-logistico
- La definizione di un piano strategico delle Operations congruente con gli obiettivi
- Il cambiamento necessario: risvolti e implicazioni su organizzazione, uomini e strumenti gestionali e operativi
- Gli obiettivi, i vantaggi e le criticità della Lean Production

L'evoluzione dalla fabbrica tradizionale alla fabbrica snella

- Processo: nuovo layout e cell-design, da reparti a flusso incrociato a cellule a flusso teso
- Prodotto: group technology e progettazione modulare orientata alla riduzione costi
- Gestione: team-based organization, multi tasking, multi skilling
- Organizzazione: dall'orientamento funzionale verticale all'orientamento per processo e cross-funzionale
- Fornitura: da fornitori tradizionali a partner in co-design e Just in Time

Avviare e gestire efficacemente il cambiamento e la cultura Lean

- Come passare efficacemente da un'organizzazione verticale-funzionale ad un'organizzazione cross-funzionale, orientata al flusso di valore
- Motivare, coinvolgere, responsabilizzare il personale a tutti i livelli
- Come progettare, promuovere e controllare il cambiamento: change management e leve fondamentali su cui agire

Gli strumenti della Lean Production: applicazioni, casi aziendali e simulazioni operative

- La definizione del valore per il cliente: il metodo FAST e il modello di KANO
- La tracciatura del valore e la stesura del percorso di lean transformation: Current State Map e Future State Map obiettivo
- L'identificazione e la misura degli sprechi: i 7 sprechi
- Cell design: come progettare cellule produttive a flusso teso, veloce e controllato
- Il livellamento e bilanciamento dei flussi produttivi
- La produzione "tirata dal cliente": Takt Time, kanban e Just in Time
- Comprimerne i lotti produttivi e massimizzare la flessibilità: come abbattere i tempi di cambio produzione con le tecniche di Quick Change Over
- La regolarità operativa e l'affidabilità di linee ed impianti: T.P.M. e KAIZEN
- La riduzione del tempo di attraversamento di produzione: la tecnica LTR e l'indice di flusso

Gli indicatori di controllo

- Come rivedere la metrica aziendale per misurare il valore generato e evidenziare gli sprechi evitabili e riducibili
- Progettare e implementare un efficace e robusto cruscotto di indicatori di performance di stabilimento

Gestire con successo il progetto di trasformazione Lean

- Progettare e avviare il piano di Lean Manufacturing
- Il percorso di implementazione e le fasi critiche del progetto
- L'estensione e il consolidamento a tutto lo stabilimento
- Il mantenimento dei risultati



P25 - GEMBA WALKS

Una metodologia pratica di miglioramento continuo delle performance produttive

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

20 marzo 2026 | 10 luglio 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

“Gemba”, parola giapponese, si riferisce al luogo in cui il valore viene creato e migliorato. Il 'Gemba Walk' è un'attività che porta il management in prima linea alla ricerca di sprechi (attività senza valore aggiunto) e opportunità.

L'obiettivo di Gemba Walk è cogliere la situazione coinvolgendo tutti coloro che toccano il processo per comprendere lo scopo, il processo e le persone. È solo quando si comprende la situazione che il miglioramento è possibile e ha maggiori probabilità di successo.

Insegnando questa metodologia ai team di gestione, avranno una migliore comprensione dell'approccio corretto all'implementazione di Gemba Walk e al sostegno di una cultura Lean di miglioramento continuo.

Il corso permette di apprendere la metodologia, saperla implementare correttamente in un progetto pilota e saperla rendere una procedura operativa attiva.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori di stabilimento
- Responsabili di Produzione
- Capi intermedi di produzione
- Responsabile Qualità
- Lean Manager
- Analisti e ingegneri di produzione
- Tecnici e responsabili industrializzazione di processo

APPRENDERETE A...

- Conoscere la metodologia Gemba Walks
- Rendere visivi i flussi di valore per fornire informazioni di processo istantanee (misure giornaliere delle prestazioni), qualità del lavoro e progressi negli sforzi di miglioramento.
- Apprendere gli strumenti operativi e la loro applicazione
- Impostare un progetto applicativo della metodologia Gemba Walks

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Utilizzo di Check List operative
- Esempi di applicazione di Gemba Walks

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici. Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata.



P25 - GEMBA WALKS

PROGRAMMA

Introduzione al Gemba Walk

- Che cos'è Gemba?
- Cosa non è Gemba
- Perché Gemba?
- Cos'è il Processo Gemba?
- Perché il Gemba Kaizen?
- Obiettivo dell'approccio Gemba
- Cosa significa GEMBA: andare sul posto, chiedere, capire, imparare

La definizione delle 3M

- Cos'è Muda, Mura e Muri
- La struttura Gemba
- Come vedere le 3M aiuta i nostri occhi Kaizen

Osservare dove migliorare: sviluppare la capacità di vedere opportunità di miglioramento

- I Modi per sviluppare gli occhi Kaizen
- Come identificare le criticità
- Come identificare opportunità di miglioramento

Vai sul "campo" ed osserva: suggerimenti per l'osservazione

- Implementazione del processo
- Suggerimenti per l'osservazione

Le 3 Fasi del GEMBA WALK

- Le 3 P: Purpose (obiettivo), Process (attività), People (personale addetto)
- Comprendere l'importanza del valore per il cliente:
 - la preparazione: definire l'obiettivo preparandosi
 - l'esecuzione: vai sul campo, osserva e chiedi il perché
 - il debrief: definisci le attività di miglioramento
- Il coinvolgimento del management per sostenere la metodologia

Gli strumenti a supporto dei Gemba Walks

- Le check list di analisi
- Il reporting per la sintesi dei risultati
- L'action plan
- Indicatori per misurare l'efficacia delle azioni di miglioramento previste

Gli 11 steps per rendere efficaci i Gemba Walks

1. Prepara la squadra
2. Avere un piano
3. Segui il flusso di valore
4. Concentrati sempre sul processo, non sulle persone
5. Documenta le tue osservazioni
6. Fai domande
7. Non suggerire cambiamenti durante il Gemba Walk
8. Vai sul campo per il Gemba Walk in team
9. Cambia il programma no osservare sempre le stesse cose
10. Follow-up con i dipendenti
11. Il ritorno al Gemba

Esercitazioni pratiche con i partecipanti



P19 - KAIZEN WEEK MANAGEMENT

Definire ed implementare la settimana kaizen per il miglioramento continuo

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

21 aprile 2026 | 17 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La settimana Kaizen è una metodologia strutturata per attivare azioni di miglioramento nell'ambito produttivo coinvolgendo le persone. La sua organizzazione, implementazione e gestione è fondamentale per individuare miglioramenti ed ottenerne i risultati.

La metodologia Kaizen è focalizzata alla identificazione degli sprechi e delle attività non a valore aggiunto per focalizzare interventi operativi di miglioramento.

Il corso è molto pratico e permette ai partecipanti di ritornare in azienda con l'acquisizione degli strumenti per implementare con efficacia la settimana Kaizen.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori di Stabilimento
- Direttori e Responsabili di Produzione
- Direttori e Responsabili Logistica
- Ingegneri di Produzione

APPRENDERETE A...

- Pianificare e preparare la settimana Kaizen
- Definire il team di lavoro per avere la garanzia di ottenere risultati
- Utilizzare gli strumenti standard della settimana Kaizen
- Predisporre i materiali e documentazione a supporto
- Affrontare con successo un progetto di miglioramento attraverso la settimana Kaizen

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Illustrazione di casi reali
- La definizione della Check List per realizzare la settimana Kaizen
- Applicazioni sugli strumenti esposti

I PLUS:

- La metodologia utilizzata è attiva, verranno discussi anche i casi presentati dai partecipanti



P19 - KAIZEN WEEK MANAGEMENT

PROGRAMMA

L'organizzazione e preparazione del progetto di miglioramento

- Individuare le possibili aree di intervento
- Definizione macro-obiettivi del progetto (es. riduzione tempi di attrezzaggio, riduzione scorte e spazi, riduzione scarti e difettosità prodotto, ecc.)
- Definizione dell'organizzazione e delle modalità operative del progetto (scelta del team, individuazione team leader, linee guida e vincoli)
- Predisposizione del meeting point e preparazione della fase realizzativa

La preparazione della settimana

- La pianificazione della settimana Kaizen
- Obiettivo della settimana Kaizen
- Selezione dei membri del team
- Programma della settimana
- Area di svolgimento della settimana Kaizen
- La preparazione del materiale
- La preparazione Dati

Lo svolgimento della settimana Kaizen

- Il programma operativo della settimana Kaizen
- L'analisi del processo attuale e individuazione delle inefficienze e sprechi nel processo
- L'analisi delle cause
- L'individuazione delle soluzioni
- La definizione dei nuovi standard operativi

La gestione del materiale e documenti

- Gli standard delle presentazioni da fare
- Il materiale standard da utilizzare
- La gestione informatica del materiale: il Knowledge
- Management e Sharing della settimana Kaizen

Il follow up (giornale Kaizen)

- Monitoraggio dei risultati
- Come consolidare ed estendere il miglioramento in azienda
- Gli aspetti chiave da considerare per ottenere un miglioramento rapido dei processi produttivi

Le analisi e gli strumenti a supporto durante lo svolgimento della settimana Kaizen

- I 7 Sprechi
- Le 5S
- L'Analisi di Pareto e flusso dei processi
- Poka-yoke: a prova di errore
- Controllo Visivo
- Kanban
- Operazioni standardizzate
- Riduzione set-up
- Flusso continuo

La comunicazione durante la settimana Kaizen

- Le presentazioni del mattino: comunicare le azioni pianificate per la giornata ed il loro impatto sul risultato finale
- Le presentazioni della sera: comunicare i risultati delle azioni i punti salienti della giornata (report giornaliero) • La presentazione finale: presentare i risultati ottenuti e i punti aperti del giornale Kaizen

Le condizioni organizzative per rendere efficace la settimana Kaizen

- Il commitment e la condivisione degli obiettivi e dei risultati attesi
- La focalizzazione delle persone
- La formazione sulle metodologie e tecniche da utilizzare
- Il coordinamento dell'azione di miglioramento
- La gestione a vista come forma di comunicazione

Lavoro di gruppo: l'impostazione di una settimana Kaizen

Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale



P26 - LA METODOLOGIA LPA - LAYERED PROCESS AUDIT

Un percorso di valutazione per identificare le aree di miglioramento in produzione

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 maggio 2026 | 4 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il Layered Process Audit (LPA) è una metodologia di miglioramento continuo che coinvolge più livelli di gestione. Consiste nella verifica programmata e regolare di tutti gli elementi del processo produttivo, dal mantenimento dei macchinari e delle attrezzature alla corretta applicazione delle procedure di lavoro standard, con lo scopo di ottenere processi sotto controllo e migliorare la qualità del prodotto finale. Le verifiche devono essere condotte dal personale interno, sia da chi è direttamente coinvolto nei processi produttivi, sia dai responsabili.

Gli LPA forniscono un'opportunità di verifica continua, approfondita e verticale dei processi principali di un'organizzazione, diffondendo i principi della standardizzazione e del miglioramento continuo nella cultura aziendale.

Il corso permette di apprendere la metodologia, saperla implementare correttamente in un progetto pilota e saperla rendere una procedura operativa attiva.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori di stabilimento
- Responsabili di Produzione
- Lean Manager
- Responsabile Qualità
- Analisti e ingegneri di produzione
- Tecnici e responsabili industrializzazione di processo
- Capi intermedi di produzione

APPRENDERETE A...

- Conoscere la metodologia LPA (Layered Audit Process)
- Apprendere gli strumenti operativi e la loro applicazione
- Impostare un progetto applicativo della metodologia LPA

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Utilizzo di Check List operative
- Esempi di applicazione degli Audit LPA

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici

Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



P26 - LA METODOLOGIA LPA - LAYERED PROCESS AUDIT

PROGRAMMA

Introduzione

- Definizione del Layered Process Audit (LPA)
- Cosa sono i Layered Process Audit (LPA)
- La finalità del Layered Process Audit (LPA)
- I benefici dell' LPA per l'organizzazione

Progettazione di un progetto pilota di LPA

- Il supporto del Top Management
- La scelta dei processi
- Strutturazione degli audit
- LPA process owner e planning team
- Definizione dei ruoli e dei livelli
- Frequenza ottimale

Le fasi per lo sviluppo e l'attuazione dei Layered Process Audit (LPA)

- Cosa è e cosa non è il Layered Process Audit (LPA)
- Ambito di utilizzo degli audit di processo a strati
- Le richieste dei clienti (CSR)
- Gli "strati" di Audit (Audit layers)
- Come costruire un team di pianificazione LPA:
 - elementi di revisione
 - livelli di verifica
 - frequenza di verifica
- Come formare il Team di implementazione
- Lo sviluppo di modelli per l'auditing e il reporting
- Suggerimenti per un lancio di successo
- Gestione del rischio: Insidie comuni e come evitarle

La conduzione dell'Audit

- Scelta degli indicatori dell'area di audit
- Realizzazione delle check list specifiche per ogni "layer" di controllo
- La registrazione dei risultati
- La stesura del piano di azioni correttive
- Il mantenimento del Layered Process Audit (LPA)
- Gestione degli elementi su un audit: cosa aggiungere, modificare od eliminare
- Il miglioramento continuo del processo di Audit

Gli strumenti di supporto a LPA

- Sviluppo delle Check List per ogni "strato" di analisi dell'LPA
- Il piano di implementazione
- Stesura della procedura di LPA
- Report periodici al management
- Indicatori per la misura dell'efficacia

Esercitazioni pratiche con i partecipanti



P5 - STRUMENTI E TECNICHE DI MIGLIORAMENTO DELL'EFFICIENZA GLOBALE D'IMPIANTO (O.E.E.)

Come Applicare le tecniche per migliorare l'efficienza globale d'Impianto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

18 - 19 maggio 2026 | 1 - 2 dicembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso affronta come gestire e migliorare le performance di impianto/linea, analizzando tutti gli strumenti e metodi disponibili per migliorare le prestazioni delle linee/impianti, valutando inoltre le modalità (come e quando) per applicarle efficacemente.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori di stabilimento
- Responsabili di Produzione
- Capi Reparto / Capi Linea
- Analisti e ingegneri di produzione
- Tecnici e responsabili industrializzazione di processo

APPRENDERETE A...

- Definire e calcolare gli indicatori di efficienza, saturazione, produttività di linee/macchine/impianti
- Misurare e analizzare le prestazioni della linea/impianto e le relative perdite
- Identificare le aree per migliorare e strumenti da utilizzare per il miglioramento dell'OEE di linea/impianto
- Ottenere risultati migliori dal personale
- Pianificare l'attuazione di un programma di miglioramento dell'efficienza di linea/impianto
- Realizzare con successo programmi di miglioramento

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Misura delle performance: produttività, efficienza, saturazione di impianti
- Applicazioni della Tecnica SMED
- Applicazioni reali su progetti di miglioramento dell'OEE

I PLUS:

Ai partecipanti saranno consegnati la modulistica in formato elettronico e gli eseguibili per la stesura e il calcolo dell'OEE e l'analisi dei tempi di set up
L'80% del corso è dedicato a esercitazioni operative e all'applicazione degli strumenti di miglioramento dell'efficienza globale di linea/impianti



P5 - STRUMENTI E TECNICHE DI MIGLIORAMENTO DELL'EFFICIENZA GLOBALE D'IMPIANTO (O.E.E.)

PROGRAMMA

Le Fasi per raggiungere importanti e sostenibili miglioramenti di performance delle linee

- Analisi delle prestazioni attuali della linea: individuare criticità principali, selezionare e utilizzare gli strumenti e metodi idonei di miglioramento
- Coinvolgimento del personale per ottenere il meglio da loro
- Pianificazione e gestione con successo i programmi di miglioramento

Analizzare e migliorare l'efficienza linee

- Fattori critici di successo e Key Performance Indicators (KPI)
- Misurare e analizzare l'efficienza linee
- Overall Equipment Effectiveness (OEE):
 - Come calcolare, interpretare e controllare l'efficacia complessiva della linea / impianto
 - Le sei grandi perdite della produzione: come evidenziarle, stratificarle, e quantificarle
 - Disponibilità di una linea/impianto: cosa significa e come può essere ottimizzata
 - La prestazione di una linea/impianto: cosa significa e come può essere ottimizzata
- Quantificare l'impatto economico delle perdite OEE
- Come raccogliere i dati, analizzare OEE e le relative perdite
- Strumenti e tecniche per recuperare l'efficienza delle linee e degli impianti:
- Ridurre i tempi di set up:
 - Programmazione dei set up: ottimizzazione dei lotti produttivi
 - Tecnica SMED per minimizzare i tempi di riattrezzaggio
- Ridurre guasti e micro fermate:
 - Tecnica F.M.E.C.A. per eliminare i guasti meccanici ed elettrici agendo sulla causa del guasto piuttosto che sull'effetto
 - Gestione della Manutenzione
- Manutenzione autonoma (AM)
- Manutenzione preventiva
- Total Productive Maintenance (TPM)
 - Le 5S ed il continuo miglioramento per ridurre le micro-fermate e gli inceppamenti
- Ridurre le perdite di qualità con la tecnica F.M.E.C.A.
- Migliorare la produttività della linea: definizione della velocità standard ed analisi delle cause di non rispetto
- Analisi dei "colli di bottiglia" per evidenziare e rimuovere i "colli di bottiglia" di linea e bilanciamento dei flussi produttivi

Migliorare le prestazioni delle persone

- Misurare le conoscenze e capacità delle persone (matrice delle competenze)
- Pianificare un percorso di sviluppo per il personale
- Definire obiettivi e misurare i risultati del personale
- Come e quando delegare
- Come fornire un feedback e coaching
- Motivare il personale
- Come valutare il personale

Attuare con successo i programmi di miglioramento definiti

- Come definire e gestire i gruppi lavorativi orientati ad un miglioramento del rendimento:
 - Sviluppare conoscenze e capacità
 - Organizzazione e Composizione del Team
 - Strumenti per gestire il gruppo di miglioramento
- Definire un'implementazione e un piano di comunicazione
- Gestione a vista
- Kick off del programma di miglioramento
- Guidare il cambiamento
- Gestire i conflitti e le barriere al cambiamento
- Misurare i risultati
- Change management: rendere i risultati sostenibili e consolidare il nuovo modo di lavorare
- Promuovere il miglioramento continuo

Sessione operative sui bisogni e sulle richieste dei partecipanti: definizione delle tecniche per implementare e migliorare l'O.E.E. dell'azienda



P10 - LA TECNICA SMED PER MIGLIORARE I SET UP

Ridurre drasticamente i tempi persi per preparazioni e setup con un metodo condiviso

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

1 luglio 2026 | 7 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

In un contesto di mercato dove la richiesta del cliente è sempre più veloce e con meno quantità è necessario per aumentare l'efficienza globale degli impianti e macchine (O.E.E.) ed ottimizzare le scorte di magazzino, ridurre drasticamente i tempi di setup legati ai cambi prodotto.

La nostra esperienza nello SMED ha permesso, con un progetto specifico, di ridurre i tempi di PIT STOP in Formula 1 del 10%, un risultato eccellente dati i pochi secondi necessari per fare un PIT STOP.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili di Produzione
- Analisti T&M / Industrializzazione
- Ingegneria di Produzione
- Capi Reparto / Capi Linea evoluti

APPRENDERETE A...

- Conoscere lo SMED, la tecnica che consente di comprimere i tempi di setup dal 30% al 70%.

Oggetto di tale forte razionalizzazione tecnica-organizzativa saranno sia le attività cicliche (attrezzaggi di linee e macchine, loro avvii / fermate), sia attività episodiche di notevole impatto (come pulizie, regolazioni). Ne deriveranno nuove best practice come cicli, istruzioni operative e modifiche tecniche, ma con una forte enfasi all'utilizzo delle risorse a disposizione

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi di progetti SMED realizzati
- Analisi di filmati di set up per identificare le aree di miglioramento

I PLUS:

Il corso è assai concreto, esperienziale, sia per il tipo di argomento trattato, sia per il contesto d'applicazione. A tal fine, per ogni sezione del programma, dopo una breve didattica del docente, sarà richiesto ai partecipanti di esemplificare come applicare quanto illustrato su propri processi (produttivi, di pulizia, di riparazione, ...). Questo per massimizzare il ritorno di valore per l'azienda.



P10 - LA TECNICA SMED PER MIGLIORARE I SET UP

PROGRAMMA

L'analisi di processo per la riduzione dei tempi di setup e preparazione

- Individuare le attività più critiche in un ciclo e le aree di intervento
- Esempi SMED recenti da progetti di recupero d'efficienza
- Applicazioni SMED non tradizionali (manutenzioni, uffici, pulizie)
- Quali risorse coinvolgere, gli strumenti e indicatori da impiegare
- Cos'è il tempo di setup e perché ridurlo: la visione di Shigeo Shingo
- Bilanciare il costo di riattrezzaggio con i volumi del lotto economico
- Vantaggi e svantaggi della produzione in grandi e piccoli lotti (JIT)

Come bilanciare flessibilità e produttività nel processo produttivo

- Tecniche di analisi del sistema produttivo (ASME Flowchart)
- Come calcolare l'efficienza (OEE e sue componenti)
- Calcolare l'efficienza in un setup (Utilizzo e saturazione addetti)

Ridurre il tempo di attrezzaggio senza intaccare la qualità del risultato

- La scomposizione del ciclo di attrezzaggio in attività elementari
- Gantt / PERT per l'analisi delle attività in preparazioni complesse
- La definizione del tempo ottimale
- I criteri di controllo dell'esecuzione dei setup. Il ruolo degli standard

La riduzione del tempo di riattrezzaggio con SMED

- Cos'è SMED: dove si applica, per quali risultati e come si raggiungono
- Come estendere la "logica" SMED a tutte le attività "inutili"
- Ridurre il lead time globale e incrementare la flessibilità di produzione

8 PASSI per applicare con successo SMED ai propri processi

1. Analisi della situazione di partenza (AS-IS)
2. Separare le attività in IED e OED (Inside/Outside Exchange of Die)
3. Ridurre le attività IED (razionalizzazioni logiche / procedurali)
4. Migliorare le procedure IED scorporando quote di OED
5. Ottimizzare le attività IED (parallelizzare, una migliore schedulazione)
6. Studiare miglie tecniche BASE (standardizzazioni, serraggi, dime)
7. Studiare miglie tecniche AVANZATE (automazioni)
8. Creare checklist aggiornate per nuovi standard operativi (TO-BE)

KPI per monitorare l'andamento di setup e preparazioni

KPI di flusso, produttività, saturazione manodopera / disponibilità d'impianto, di parallelismo tra attività e di efficienza del set-up

L'impatto e i benefici dovuti alla riduzione del tempo di riattrezzaggio

- Come valutare i miglioramenti ottenuti da un progetto SMED
- Come mantenere nel tempo i benefici ottenuti
- Estensione dell'approccio ad altre aree dello Stabilimento



P11 - LA TECNICA 5S

Il metodo più rapido per ottenere un riordino radicale e una maggior cura dell'ambiente di lavoro

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

9 marzo 2026 | 12 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Organizzazione, Ordine, pulizia, standardizzazione e rispetto sono condizioni necessarie per migliorare. Il corso sulla tecnica 5S aiuta il partecipante a definire un percorso e progetto di applicazione nella propria azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili di Produzione
- Team leader di Produzione
- Responsabili di Unità Produttive / Reparto
- Responsabili di Manutenzione / Servizi Generali
- Quality Managers

APPRENDERETE A...

- Comprendere come avviare con successo un programma 5S attraverso esperienze concrete presso realtà italiane ed estere
- Attivare il "programma" 5S in modo sistematico e regolare per riconoscere ciò che è superfluo, inefficiente o fonte di spreco nel sistema produttivo e logistico
- Coinvolgere il personale e tutta l'azienda nel processo di rinnovo e miglioramento della gestione "bottom up"
- Applicare le regole base di "cura delle linee e impianti" per aumentarne efficienza e migliorare le condizioni di lavoro

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Check List per analizzare la situazione nella propria azienda
- Analisi di progetti 5S realizzati
- Analisi di immagini per valutare Prima e Dopo l'applicazione della metodologia 5S

I PLUS:

In questo seminario intensivo ogni partecipante potrà confrontare le proprie conoscenze col metodo e le efficaci esemplificazioni proposte in aula, esperienze tratte da decine di questi progetti aziendali. Poi, con il de-briefing finale, ogni partecipante potrà riportare in azienda utili elementi metodologici e ulteriori suggerimenti operativi



P11 - LA TECNICA 5S

PROGRAMMA

Introduzione alle 5S: storia e applicazioni originali più recenti

- Identificare gli obiettivi e gli aspetti salienti delle 5S
- Rendere il personale diretto l'attore principale del cambiamento
- Migliorare le condizioni di lavoro con la riduzione dei guasti tecnici
- 5S per la riduzione dei difetti e degli incidenti di sicurezza (BBS)

Conoscere il significato del programma 5S: i cinque passi

- SEIRI: separa / allontana l'inutile dal contesto di lavoro
- SEITON: ordina / riordina / dai una sistemazione a quanto rimasto
- SEIKO: FASE I: pulisci e come farlo > FASE II: perché si sporca?
- SEIKETSU: standardizza il metodo che hai definito coi tuoi colleghi
- SHITSUKE: forma all'autocontrollo, rispetta e fallo rispettare

Applicazione delle 5S in Italia con casi aziendali ed esempi concreti

Condurre un progetto 5S: i punti chiave

- Conoscere i rischi di insuccesso e le chiavi del suo successo
- Saper passare dal lancio del progetto all'ottenimento dei risultati
- Il ruolo dei cantieri pilota e dell'estensione a tutto lo Stabilimento
- Il ruolo delle 5S come vera e propria strategia "condivisa" fra Produzione e Manutenzione (jidoka)
- Come garantire la comunicazione lungo tutto il progetto di avvio 5S
- Identificare i ruoli dei differenti attori (capo, team dedicati, staff tecnici)

Le migliori tecniche di applicazione e monitoraggio

- Lo start-up e la messa "a nuovo" del layout, impianti e uffici
- Eliminare ciò che è inutile: metodo delle etichette (red & yellow tags)
- Ricercare ed eliminare le fonti di disordine e spreco (7W)
- Creare una pulizia "a valore aggiunto" / semplificare quella esistente
- Definire e formalizzare le regole della nuova "organizzazione"
- Assicurare la giusta disposizione con ordine e metodo
- Come realizzare e mantenere i nuovi standard operativi
- Le tecniche di Visual Factory e gestione "a vista"

Consolidare i risultati ottenuti

- L'audit periodico e come "venderlo" nel reparto e agli altri enti
- Sviluppare l'approccio 5S
- Saper integrare i nuovi nella cultura 5S
- Dare visibilità a status e progressi con opportuni indicatori (KPI)
- Come e perché coinvolgere altre funzioni aziendali



P7 - L'INDUSTRY 4.0 PER IL MIGLIORAMENTO DELL'EFFICIENZA IMPIANTI

Come utilizzare software di connessione delle macchine per la gestione in tempo reale delle performance di impianto (O.E.E.)

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

5 giugno 2026 | 26 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Ogni azienda, in linea con Industry 4.0, necessita di strumenti semplici ma efficaci, in grado di garantire la connettività, la raccolta dati, l'aggregazione e l'analisi, con investimenti minimi ed un rapido ritorno dell'investimento (ROI).

I sistemi di automazione che gestiscono la produzione manifatturiera possono essere ottimizzati solo disponendo delle adeguate informazioni in tempo reale.

Normalmente, le linee di produzione sono soggette a numerose cause che ne determinano la perdita di efficienza rispetto alla effettiva potenzialità: guasti, soste, sprechi, scarti, riducono la produzione causando perdite economiche alle aziende.

La conoscenza automatica in tempo reale degli indicatori di performance (KPI) permette di stabilire il valore dell'OEE (Overall Equipment Effectiveness) che indica l'effettiva efficienza produttiva dell'impianto; capire le cause di inefficienza è la condizione per definire e pianificazione delle azioni di miglioramento e valutare i risultati ottenuti.

Il corso permette di capire come disporre dei dati di produzione in tempo reale consente di conoscere ed anticipare i punti deboli del sistema produttivo, prendere decisioni efficaci per incrementare l'efficienza.

A CHI È RIVOLTO

- Operations Manager
- Responsabili Produzione
- Responsabili Manutenzione
- Ingegneri di Manutenzione
- Responsabili Engineering

APPRENDERETE A...

- Raccogliere ed analizzare i dati necessari al miglioramento dell'efficienza globale d'impianto
- Definire un modello di miglioramento continuo offerto dalla gestione in tempo reale dei dati raccolti e dalla
- valutazione degli indicatori di misura in tempo reale, giornalieri, settimanali e mensili

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Case studies applicativi
- Simulazione in aula di applicazioni di analisi O.E.E.
- Il calcolo del payback dell'investimento

I PLUS:

- Durante il corso verranno discussi casi applicativi su esigenze portate dai partecipanti



P7 - L'INDUSTRY 4.0 PER IL MIGLIORAMENTO DELL'EFFICIENZA IMPIANTI

PROGRAMMA

Il ruolo della Produzione nell'Industry 4.0

- L'automazione della produzione
- La connettività di tutte le macchine in produzione
- La gestione in tempo reale della Produzione

La raccolta dei dati

- I dati raccolti dall'hardware di bordo macchina
- I dati raccolti dagli operatori macchina
- L'invio dei dati attraverso la rete locale e geografica
- Hardware e software per la raccolta dati

I sistemi MES per la connettività e raccolta dati

- Definire le informazioni necessarie dall' hardware di bordo macchina
- Implementare il sistema di connettività tra le macchine
- La raccolta dati

L'analisi dei dati per migliorare l'O.E.E. (Overall Equipment Effectiveness)

- Il calcolo dell'efficienza globale d'impianto (O.E.E.):
- **Aumentare l'Efficienza:** migliorare la produttività dei macchinari, riducendo gli sprechi e le inefficienze
- **Ridurre i Tempi di Fermo Macchine:** analizzare i fermi per eliminare i problemi prevedibili e ripetitivi relativi alla produzione
- **Aumentare la Produttività:** diminuire i tempi di inattività, di mancata produzione o guasto, per aumentare l'effettiva capacità produttiva dei vostri impianti
- **Migliorare la Qualità:** analizzare le quantità di parti prodotte difettose, per individuare con più facilità i motivi e rimuoverli, ottenendo una riduzione di scarti e sprechi
- L'analisi statistica per capire le aree di miglioramento e le cause di generazione di inefficienze macchina (fermi per set up, guasti, microfermate, velocità)
- L'applicazione delle tecniche di miglioramento dell'O.E.E.

macchina

- Disponibilità d'informazioni a bordo macchina (stato macchine, disegni e manuali, ...)
- Le informazioni della macchina per informare l'operatore e gestire le criticità durante la produzione

La Gestione Digitale dei documenti di produzione

- Dispositivi digitali portatili e wereable
- Gestione e distribuzione del database documentale

I Sistemi di Reporting

- Report in tempo reale
- Report periodici: giornalieri, settimanali, mensili, trimestrali ed annuali

Le piattaforme innovative di assistenza al personale di Produzione

- Sistemi di telediagnosi e controllo remoto
- Smart Glasses e sistemi di comunicazione
- Piattaforme per la comunicazione "You See What I See"
- Applicazioni per la formazione degli operatori e dei manutentori
- Aspetti di sicurezza comportamentale

Analisi economica e valutazione del Ritorno di Investimento

- Strumenti di valutazione economica
- Costi d'investimento, di esercizio e bilancio costi/benefici
- L'analisi del Payback e ROI (Return on Investment)

L'impatto organizzativo

- Le competenze dell'operatore macchina 4.0
- Formazione continua: metodi e strumenti



P12 - RESPONSABILE INDUSTRIAL ENGINEERING

Dal T&M tradizionale su cicli e postazioni al miglioramento continuo dell'OEE d'impianto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

22 - 23 giugno 2026 | 19 - 20 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso, estremamente concreto, permette ai partecipanti di definire e implementare con successo progetti di miglioramento delle performance (costi e tempi di attraversamento) dello stabilimento. Il corso permette ai partecipanti di definire un progetto di miglioramento dell'efficienza (sia macchine che manodopera) all'interno della propria azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Industrializzazione
- Analisti T&M
- Ingegneria di Produzione
- Responsabili di Produzione
- Capi Reparto evoluti

APPRENDERETE A...

- Conoscere e sperimentare gli strumenti e le metodologie più efficaci per mettere in atto azioni di miglioramento delle performance di produzione, agendo sull'efficienza di linee, impianti e manodopera
- Implementare una nuova e più efficiente organizzazione e gestione snella della produzione e dei collaboratori
- Comprendere come linearizzare e bilanciare dei processi
- Definire sistemi di misura delle prestazioni per uomini e impianti e avviare idonee azioni di recupero d'efficienza

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni sulle tecniche illustrate
- Esempi di applicazioni di progetti in azienda

I PLUS:

Nello svolgimento del programma del corso, in corrispondenza ad ogni sezione didattica, sarà cura del relatore esemplificare con "business cases" quanto esposto. A tal fine è prassi che i partecipanti esponano e discutano casi propri



P12 - RESPONSABILE INDUSTRIAL ENGINEERING

PROGRAMMA

L'evoluzione della funzione Tempi e Metodi in azienda

- Dai Tempi e Metodi all'Industrial Engineering (IE): i nuovi obiettivi
- Le nuove competenze professionali richieste dalla funzione
- L'impatto organizzativo della funzione IE

Sistemi di misura dell'efficienza di linee e impianti

- Come si calcola, interpreta e monitora l'OEE (Rendimento Globale)
- Le "six big losses" di produzione: come quantificarle e stratificarle
- Disponibilità di una linea / impianto: cos'è e come si ottimizza

Sistemi di misura e controllo dell'efficienza della manodopera

Come calcolare, interpretare e ottimizzare: il tempo attivo, passivo, la prestazione e il ritmo di lavoro; l'utilizzo e l'efficienza organizzativa; la produttività e la saturazione degli addetti

Strumenti e tecniche di recupero efficienza di linee e impianti

- La tecnica S.M.E.D. per minimizzare tempi persi per preparazioni, controlli, ...
- La tecnica F.M.E.A. per eliminare i guasti agendo su causa e contromisure
- Le 5S ed il miglioramento continuo per ridurre microfermate ed inceppamenti
- Bottleneck Analysis per evidenziare e rimuovere i colli di bottiglia e gli sbilanciamenti del flusso produttivo di stabilimento, reparto o linea
- La tecnica L.T.R. (Lead Time Reduction) per il minimo lead time di produzione

Strumenti e tecniche di recupero efficienza della manodopera

Sapere coinvolgere e motivare le risorse agendo su:

- L'ergonomia del posto di lavoro (attrezzature, dime, automazioni)
- Il metodo di lavoro (standard operativi ed economie di apprendimento)
- Il lay-out (razionalizzazione con tecniche di ri-progetto)
- Conoscere il Work Sampling per ottimizzare la saturazione della manodopera diretta e indiretta

Problem solving di produzione per avviare la delega nei recuperi

- Come individuare le criticità maggiori (macchina, fermata)
- Cambiare con metodo (PDCA, DMAIC,...)
- Redigere un piano di azione per la rimozione delle inefficienze rilevate
- Valutare la fattibilità delle azioni correttive (analisi costi-benefici)
- Controllare l'efficacia delle azioni correttive pianificate
- Migliorare nel tempo l'efficacia del piano di azione
- Consolidare e standardizzare i risultati ottenuti

Avviare il cambiamento culturale per un programma di recupero d'efficienza

- Convertire la "conduzione" della linea in sua "cura attiva" con ispezioni, controlli, serraggi, manutenzioni di primo livello) da parte dell'addetto diretto
- Trasformare i manutentori da "riparatori di guasti" a "analisti e riparatori"
- Creare fiducia e motivare un team interfunzionale di recupero d'efficienza

Verso una nuova organizzazione e gestione della produzione

- Lean production e "canalizzazione" della produzione
- Produrre a isole di fabbricazione / montaggio / collaudo
- Le 10 fasi di un progetto aziendale di recupero d'efficienza globale



P4 - FORMAZIONE PRATICA ANALISTI TEMPI E METODI

Definire i Tempi Standard e il Sistema di Controllo e Miglioramento dell'efficienza in produzione

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

4 - 5 maggio 2026 | 10 - 11 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso fornisce gli strumenti e le tecniche per ottimizzare una postazione di lavoro, industrializzare una linea di assemblaggio, analizzare il metodo di lavoro garantendo produttività, qualità e sicurezza, redigere e ottimizzare il ciclo di lavoro, misurare i tempi standard, controllare e ridurre i costi produttivi. A questi temi più tecnici, si affianca la trattazione degli aspetti comportamentali di coinvolgimento del personale e di gestione di eventuali conflittualità.

A CHI È RIVOLTO

- Analisti e ingegneri di produzione
- Preventivisti e Cost Controller
- Capi intermedi di produzione
- Tecnici e responsabili industrializzazione di processo

APPRENDERETE A...

- Definire e calcolare gli indicatori di efficienza, saturazione, produttività della manodopera diretta/indiretta e di linee/macchine/impianti
- Ottimizzare i metodi di lavoro, razionalizzare le postazioni di lavoro, migliorare i processi produttivi e gli assetti
- Misurare i tempi di lavorazione con tecniche tradizionali ed evolute: cronometraggio e valutazione del ritmo di lavoro, MTM (Methods-Time-Measurement), MOST e TMC (Tempi-Metodi-Collegati)
- Bilanciare, dimensionare e industrializzare una linea di produzione
- Abbattere i tempi di cambio produzione e avvio (SMED, Quick Change Over, Rapid Tool Setting)
- Progettare e realizzare un database di preventivazione parametrica rapida ed efficace dei cicli produttivi
- Tarare il giudizio di efficienza mediante la visione di appositi film sul ritmo di lavoro
- Definire e controllare un piano di miglioramento delle performance produttive
- Migliorare la conoscenza degli aspetti comportamentali indispensabili per coinvolgere il personale di produzione e proporre nuove soluzioni metodologiche evitando dispersive conflittualità

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Il giudizio di efficienza nella rilevazione cronometrica (video tape di supporto alla valutazione del ritmo di lavoro)
- Ottimizzazione del ciclo e della postazione di lavoro: lo studio di metodi, attrezzature, ergonomia, layout e flussi
- Misura delle performance: produttività, efficienza, saturazione di manodopera e impianti
- Calcolo del fabbisogno di manodopera e definizione degli assetti
- Preventivazione dei tempi: le tecniche a tempi predeterminati T.M.C., MTM, MOST
- Coefficienti di maggiorazioni fisse e variabili: dal tempo normale al tempo standard
- Calcolo e ottimizzazione degli abbinamenti uomo-macchina
- Dimensionamento del personale indiretto tramite Work Sampling

I PLUS:

Ai partecipanti saranno consegnati la modulistica in formato elettronico e gli eseguibili per la stesura e il calcolo dei tempi ciclo, il calcolo del lotto economico, l'analisi dei tempi di set up, il work sampling

L'80% del corso è dedicato a esercitazioni operative e all'applicazione degli strumenti di industrial engineering



P4 - FORMAZIONE PRATICA ANALISTI TEMPI E METODI

PROGRAMMA

Evoluzione della Funzione 'Tempi e Metodi'

- Nuovi obiettivi e aree di intervento
- Evoluzione del ruolo e delle responsabilità dell'analista
- Tipologie degli strumenti da impiegare

Impatto e relazione tra l'ottimizzazione dei cicli e i costi aziendali

- Costi fissi, variabili, diretti e indiretti
- Analisi e valutazione di fattibilità economica, temporale e tecnica di un investimento per migliorare un ciclo di produzione

La misura delle performance di uomini, macchine, linee e impianti

- Produttività
- Efficienza
- Saturazione
- Utilizzazione
- Prestazione

Analisi del lavoro diretto

- Le leve di miglioramento del metodo di lavoro: come ottimizzare fasi di lavoro, attrezzature, layout ed ergonomia della postazione
- Tipologie e funzioni delle distinte base
- La scomposizione del ciclo di lavorazione
 - operazioni, fasi e sottofasi
 - elementi di operazione e tipologia di micro movimenti
- Introduzione alle tecniche di misura del lavoro: come scegliere la tecnica di rilevazione tempi più adatta alla propria realtà produttiva

Misurare il lavoro diretto con il cronometraggio

- Aree di applicazione, vantaggi e criticità del cronometraggio diretto
- Preparare e impostare un rilievo cronometrico
- Fattori di riposo: criteri di valutazione e assegnazione di maggiorazioni fisiologiche, fisse e variabili
- Scomposizione del ciclo in operazioni semplici, fasi e sottofasi
- I parametri principali di un rilievo:
 - tempo normale
 - tempo attivo
 - tempo passivo e saturazione
 - produzione oraria
 - tempo standard

La valutazione del ritmo di lavoro: il giudizio di efficienza

- Modalità e tecniche di valutazione del ritmo
- Normalizzare il tempo rilevato attraverso la valutazione del ritmo di lavoro
- Scale di valutazione e criteri di assegnazione del giudizio: filmati ed esercitazioni pratiche per la taratura del giudizio di efficienza

Le tecniche di preventivazione a tempi predeterminati normali: MTM, TMC

- Introduzione alle tecniche a tempi predeterminati rispetto alla rilevazione cronometrica
- Il sistema e le tabelle M.T.M.: vantaggi, svantaggi, aree e percorso di applicazione
- Il sistema e le tabelle T.M.C. di (Fiat e Zanussi): vantaggi, svantaggi, aree e percorso di applicazione

La preventivazione parametrica rapida

- Il sistema MOST: vantaggi, svantaggi, aree e percorso di applicazione
- La preventivazione parametrica rapida dei tempi diretti e indiretti: garantire velocità e affidabilità del preventivo
- Strutturare una Banca Dati di preventivazione rapida: uno strumento semplice, rapido, efficace di supporto al calcolo di un preventivo
- Esempi di applicativi a supporto del calcolo dei tempi ciclo

Industrializzazione e ottimizzazione delle linee di montaggio

- Linee continue e linee a flusso
- Progettazione, dimensionamento e bilanciamento della linea (metodologia di calcolo)

Lo studio degli abbinamenti uomo-macchina

- Definizione di abbinamento, indici e parametri di analisi
- Il grafico delle operazioni abbinate
- Calcolo e ottimizzazione dell'abbinamento: 1 operaio - 2 o più macchine
- Calcolo e ottimizzazione dell'abbinamento: 2 o più operai - 1 macchina

Analisi e ottimizzazione del lavoro indiretto

- Il sistema della rilevazione statistica multipla (Work Sampling)
- Il dimensionamento del personale indiretto: passi e indicatori

Ottimizzazione dei tempi di cambio produzione

- Perché ridurre i tempi di set up: riduzione dei lotti produttivi e del lead time, flessibilità produttiva
- Ridurre i cambi di produzione con la tecnica SMED



P20 - MIGLIORARE TAKT TIME E PRODUTTIVITÀ DELLE LINEE DI ASSEMBLAGGIO

Tecniche e strumenti per analizzare e migliorare la produttività

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

13 marzo 2026 | 11 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso, estremamente pratico e concreto, permette ai partecipanti di migliorare il takt time e la produttività delle Linee di Assemblaggio, attraverso l'ottimizzazione preventiva del metodo (industrializzazione di processo), il calcolo dei "Tempo Ciclo" con tecniche di preventivazione rapida e la valutazione della saturazione e bilanciamento della linea.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori di stabilimento
- Responsabili di Produzione
- Analisti e ingegneri di produzione
- Capi intermedi di produzione
- Tecnici e responsabili industrializzazione di processo
- Personale Tempi e Metodi

APPRENDERETE A...

- Analizzare le possibili impostazioni di layout e di identificare i punti di forza e i punti deboli
- Identificare le migliori soluzioni di Workplace Organization e Internal and External Logistics
- Definire il layout ottimale della linea di produzione
- Misurare i tempi di lavorazione con tecniche di cronometraggio o a tempi predeterminati (MOST)
- Bilanciare, dimensionare e industrializzare una linea di produzione
- Ottimizzare i metodi di lavoro, razionalizzare le postazioni di lavoro, migliorare i processi produttivi e gli assetti
- Calcolare e migliorare il TAKT TIME della linea

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Ottimizzazione del ciclo e della postazione di lavoro: lo studio di metodi, attrezzature, ergonomia, layout e flussi
- Esempi di bilanciamento linee
- Modalità di bilanciamento
- Applicazione del MOST per il calcolo dei tempi standard di Montaggio
- Calcolare saturazione, takt time e produttività della linea

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici. Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata.



P20 - MIGLIORARE TAKT TIME E PRODUTTIVITÀ DELLE LINEE DI ASSEMBLAGGIO

PROGRAMMA

Identificare le priorità di intervento

- Misurare e analizzare la produttività delle linee di assemblaggio: come calcolare, interpretare e controllare
- Come raccogliere i dati, analizzare la produttività e i relativi sprechi
- Definizione degli obiettivi di recupero efficienza

Layout della linea di assemblaggio: possibili soluzioni scelta del layout ottimale

- Linea a forma di "U"
- Linea a forma di S
- Linea a forma rettangolare
- Linea composta da linee parallele
- Linea a forma di "L"
- Linea a forma di "C"

Definizione takt time, numero di operatori e stazioni

- Il calcolo del tempo standard con il Sistema Cronometrico
- Il calcolo del tempo standard con la tecnica a tempi predeterminati MOST
- Premontaggi e ridefinizione del numero di stazioni
- Sequenza di montaggio
- Bilanciamento della linea
- Calcolo del TAKT TIME

Ottimizzare la logistica di asservimento alla linea

- Ottimizzare l'impiego delle relative attrezzature per la movimentazione materiali e la loro fornitura in linea
- Ottimizzare il posizionamento dei materiali presso la linea
- Kanban e Supermarket per la gestione dei materiali
- Sistema di trasporto della linea
- Manipolatori

La tecnica 5s per l'ottimizzazione dell'area di Lavoro

- SEIRI: separa / allontana l'inutile dal contesto di lavoro
- SEITON: ordina / riordina / dai una sistemazione a quanto rimasto
- SEIKO: FASE I: pulisci e come farlo > FASE II: perché si sporca?
- SEIKETSU: standardizza il metodo che hai definito coi tuoi colleghi
- SHITSUKE: forma all'autocontrollo, rispetta e fallo rispettare

Strumenti e tecniche per incrementare la produttività di linee di assemblaggio:

- La valutazione preventiva di saturazione e bilanciamento della linea
- Migliorare la produttività della linea: definizione della velocità standard ed analisi delle cause di non rispetto
- Analisi dei "colli di bottiglia" e bilanciamento dei flussi produttivi
- Lo studio del metodo per migliorare l'efficienza dei cicli di assemblaggio e di ridurre i costi diretti di produzione
- Come migliorare i metodi di lavoro, l'ergonomia delle postazioni e il sistema di approvvigionamento materiali
- Ottimizzazione preventiva del metodo (industrializzazione di processo)
- Valutazione pre-manufacturing: preventivazione e simulazione preventiva dei costi di prodotto a fronte di modifiche di metodo
- Utilizzare il Poka-yoke come strumento per evitare errori e problemi di qualità

La gestione di un progetto di miglioramento della produttività della linea

- Definisci i gruppi di lavoro orientati ad un miglioramento della produttività e stabilisci un piano d'azione
- Il visual management: misura i risultati e sviluppa una gestione a vista
- Rendi i risultati sostenibili e consolida il nuovo modo di lavorare
- Promuovi il miglioramento continuo



P13 - RESPONSABILE MANUTENZIONE

Aspetti tecnici, gestionali e comportamentali per disporre di un servizio evoluto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 - 26 maggio 2026 | 25 - 26 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso, estremamente concreto, permette ai partecipanti di definire e implementare con successo le strategie e le tattiche di miglioramento delle performance della manutenzione lavorando in team e collaborando con le altre funzioni aziendali.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e Tecnici di Manutenzione
- Responsabili e Tecnici di Produzione
- Responsabili di Servizi Tecnici

APPRENDERETE A...

- Guidare con successo le attività e i programmi di manutenzione come organizzazione e sua gestione
- Gestire efficacemente il personale coinvolgendo, motivando, responsabilizzando, limitandone la conflittualità
- Migliorare le proprie capacità relazionali favorendo la collaborazione interfunzionale
- Mappare le competenze del personale di manutenzione per definire uno specifico piano di crescita professionale

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni sulle tecniche illustrate
- Esempi di applicazioni di progetti in azienda

I PLUS:

I partecipanti durante il corso elaboreranno un piano di miglioramento sia della propria funzione, sia per la sfera più personale di "capo"

Le esemplificazioni e best practice proposte e sviluppate in aula saranno d'aiuto e stimolo per la sua costruzione e condivisione col gruppo



P13 - RESPONSABILE MANUTENZIONE

PROGRAMMA

Disporre di un Servizio “up-to-date”

Ruolo, obiettivi e fattori critici di successo del “nuovo” servizio

- Dal costo vivo di manutenzione al costo globale e all'OEE
- Integrazione fra Produzione e Manutenzione nel raggiungimento delle performance produttive globali

Le tre leve di successo: Organizzazione / Persone / Strumenti

- Progettazione/ingegnerizzazione del processo manutentivo
- Misura e Monitoraggio attivo delle performance
- Miglioramento e coinvolgimento interfunzionale
- Consolidamento ed estensione dei risultati

Confronto con i modelli manutentivi più evoluti

- Il Total Productive Maintenance (TPM)
- La Manutenzione Predittiva (PrM)
- La Manutenzione Affidabilistica e risk-based (RCM / RBI)

Strumenti e tecniche di miglioramento della Disponibilità

- Il miglioramento dell'Affidabilità
- Il miglioramento della Manutenibilità
- La gestione della ricambistica

La gestione del piano di manutenzione

- Struttura di un programma di manutenzione: WBS, Gantt / PERT
- Assegnazione delle attività e la definizione del carico di lavoro
- Cost control e risultati del programma
- Il SIM: requisiti fondamentali del Sistema Informativo di Manutenzione

Essere un buon Responsabile

Comprendere il ruolo “evoluto” del responsabile di Manutenzione

- Competenze, capacità comportamenti indispensabili per ricoprire efficacemente questo ruolo
- Mappatura dei punti di forza e di debolezza del proprio stile di gestione
- Definizione di una scheda individuale di miglioramento

Gestire il personale e lavorare efficacemente in gruppo

- Motivazione e incentivazione dei collaboratori
- Coinvolgimento e valorizzazione del personale. Casi da realtà italiane
- Gestione costruttiva dei conflitti e creazione di un clima propositivo
- Negoziazione efficace interna e con le altre funzioni aziendali
- Comunicazione e ascolto attivo. Test sulla capacità di ascolto
- Leadership situazionale e delega. Esempificazioni e test
- Gestione del team: profili “di riferimento” e strategie da adottare
- Come sviluppare piani d'azione “positivi”

Sviluppare le competenze dei propri collaboratori

- Mappare le competenze dei propri collaboratori
- Definire un piano di crescita professionale per obiettivi e metriche
- Monitorare i risultati e come favorire la delega
- Come redigere efficaci report e cartellonistica di manutenzione
- Briefing e follow up periodici per il controllo attivo del servizio



P8 - ORGANIZZARE E GESTIRE LA MANUTENZIONE

Strumenti e tecniche di miglioramento delle performance manutentive

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 - 17 marzo 2026 | 28 - 29 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso ha un taglio estremamente concreto; approfondisce strumenti e tecniche evolute di gestione della manutenzione, integrando efficacemente aspetti tecnici e gestionali; si approfondiscono i sistemi di pianificazione e controllo degli interventi e il corso fornisce quindi metriche, indicatori, strumenti e modelli gestionali indispensabili per guidare con successo le attività e i programmi di manutenzione.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili di Manutenzione
- Responsabili Tecnici
- Ingegneri di Manutenzione

APPRENDERETE A...

- Aumentare il tempo di corretto funzionamento degli impianti
- Ridurre i costi di manutenzione
- Aumentare la sicurezza degli interventi
- Focalizzarsi sugli interventi a valore anziché sulla gestione delle emergenze
- Ridurre l'incidenza dei guasti
- Identificare ed eliminare le cause dei problemi
- Ridurre gli interventi su chiamata

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Costruzione di un piano di manutenzione preventiva
- Mappatura del ciclo di intervento sugli impianti di un'azienda-tipo
- Costruzione di un tableau de bord di indicatori di performance di un sistema manutentivo
- Case study: la gestione delle politiche di manutenzione in ottica di riduzione dei costi

I PLUS:

I partecipanti potranno portare i propri cicli di intervento e discuterne con il docente per trovare punti critici di miglioramento di efficienza ed efficacia



P8 - ORGANIZZARE E GESTIRE LA MANUTENZIONE

PROGRAMMA

L'organizzazione della manutenzione

- Da centro di costo a centro di valore
- Le politiche manutentive: preventiva, time based, condition based, autonomous maintenance
- La manutenzione predittiva: tecniche, costi, benefici
- Affidabilità e manutenibilità
- La definizione delle priorità di intervento attraverso l'analisi delle criticità
- La scelta della metodologia di gestione più adatta al tipo di intervento

Obiettivi e priorità degli interventi di manutenzione

- Le attività manutentive di base
- La codifica degli impianti e schede macchina
- L'analisi a consuntivo dei risultati

Impostare e implementare la giusta strategia manutentiva: vantaggi, svantaggi, aree di applicazione e criticità dei 4 principali modelli manutentivi

- Identificare il miglior compromesso tra Automantenimento e Terziarizzazione della Manutenzione
- I 4 modelli a confronto: Il Total Productive Maintenance (T.P.M.), la Manutenzione Budget Zero (M.B.Z.), i Contratti Interni di Manutenzione (C.I.M.), l'Assicurazione della Capacità Produttiva (A.C.P.)

La manutenzione preventiva

- Gli obiettivi in ottica lean
- Il monitoraggio delle criticità di impianto
- Codifica e scomposizione delle macchine 'critiche'
- La riduzione delle perdite da guasto e la prevenzione

I sistemi di pianificazione della manutenzione e il planning dei piani di lavoro

- Impostare un piano strategico di manutenzione
- Il piano annuale e i piani mensili e giornalieri
- La definizione dei cicli di ispezione, serraggio, lubrificazione e controllo

La programmazione della manutenzione

- I programmi esecutivi: dal piano operativo alla programmazione settimanale
- Dalle richieste di intervento alla definizione degli ordini di lavoro
- L'assegnazione degli ordini di lavoro alle squadre e il monitoraggio dei Carichi di lavoro

Pianificazione e programmazione delle fermate

- La gestione di grandi e piccole fermate: modalità di intervento

L'implementazione di un sistema informativo per la gestione della manutenzione

- Criteri, costi, benefici
- Scelta e implementazione in funzione della tipologia di interventi
- I risultati

Misurazione e gestione delle performance manutentive

- Gli indicatori di performance
- I fattori che influenzano l'efficienza
- L'Overall Equipment Efficiency (OEE)
- Process chart e punti critici di intervento
- Indicatori di efficacia, produttività, costo

La terziarizzazione della manutenzione



P21 - APPLICARE IL TPM ALLA MANUTENZIONE DI IMPIANTI E ATTREZZATURE DI PRODUZIONE

Delegare la cura degli impianti alla Produzione, razionalizzando costi e risorse in Azienda

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

28 aprile 2026 | 9 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Con questo training si intende sensibilizzare i partecipanti alle logiche, tecniche e risultati attesi di un progetto di TPM (Total Productive Maintenance). Ciò consente di far prendere conoscenza, anche a risorse tecniche-operative esperte, le potenzialità di cost reduction ed efficientamento possibile nei reparti, magazzini, laboratori grazie al solo coinvolgimento motivante della forza lavoro. Il linguaggio utilizzato e le esemplificazioni saranno estremamente diretti, chiari e concreti.

A CHI È RIVOLTO

- Direzione di Stabilimento
- Responsabile Manutenzione
- Ingegneria di Manutenzione
- Responsabile Produzione
- Ufficio Tecnico
- Servizi Generali

APPRENDERETE A...

- Acquisire conoscenze e criteri utili alla implementazione di un progetto TPM
- Ottimizzare i tempi di fermata / ripartenza / pulizie
- Limitare il capitale investito in ricambi, attrezzature

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazione inerenti il calcolo di OEE (secondo Nakajima, secondo Joeng-Phillips)
- Sviluppo di analisi FMEA, SMED, logiche poka-yoke e di visual manufacturing
- Esempi dei tools più tipici utilizzati in progetti TPM e di Auto-Manutenzione

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto, con ampio spazio alla discussione di casi pratici
Verranno condivise applicazioni di TPM presso aziende italiane di differenti settori
Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



P21 - APPLICARE IL TPM ALLA MANUTENZIONE DI IMPIANTI E ATTREZZATURE DI PRODUZIONE

PROGRAMMA

Azienda Produttiva e Servizio Manutenzione

- La "casa" Toyota (TPS) e il modello di Nakajima del TPM
- I Pilastri del TPM per focalizzare le diverse azioni di cambiamento

I principali KPI del Servizio Manutenzione

- MTBF (Mean Time Between Failure), MTTRes (Mean Time To Restoration) e loro componenti tecnico-gestionali
- Affidabilità e Manutenibilità di un impianto
- Costo della manutenzione (ricambi, lavoro, attrezzature)

Come misurare e controllare l'efficacia e l'efficienza di un impianto produttivo

- Fermate non produttive
- Scarsa qualità del prodotto
- Tasso di flessibilità (riconfigurazione impianto)

OEE (Overall Equipment Effectiveness) - Rendimento Globale Impianti

- Due modelli di calcolo di OEE (Nakajima 6 Big Losses vs. Joeng-Phillips 16 Big Losses)
- Analisi e stratificazione delle perdite (Disponibilità, Prestazione, Qualità)
- Come attivare un programma di recupero delle perdite
- Esercitazione pratica al calcolo e alla analisi dell'OEE

Il percorso "5S per OEE più elevati e maggiore Sicurezza

- Significato delle 5S (Elimina, (ri)Ordina, Pulisci, Standardizza, Valuta & Mantieni)
- Esempi di applicazione della tecnica in realtà italiane
- Un programma di implementazione delle 5S / 6S (Safety)

Il metodo "SMED" per elevare la Disponibilità

- Significato del metodo SMED di Shingo e le sue 8 fasi
- Esempi di applicazione della tecnica in realtà italiane
- Un programma di implementazione dello SMED

Caccia ai Guasti con la "FMEA"

- La tecnica FMEA (Failure Mode Effect Analysis) per un impianto produttivo
- Aumentare l'affidabilità e la sicurezza degli impianti con FMEA
- Esempi di applicazione della tecnica in realtà italiane
- Implementare un piano di riduzione guasti

Il ruolo della Manutenzione Autonoma (AM) in un progetto TPM

- La suddivisione delle attività (da semplici conduttori di macchina sino ad analisti dei guasti)
- Organizzative della AM (i 4 livelli di competenze da realizzare in fabbrica)
- Esempi di piano di Manutenzione Autonoma (AM)
- Esempi di piano di Manutenzione Preventiva (su base temporale, su condizione dell'asset, ...)
- Organizzare, motivare e valutare le "squadre TPM"



P27 - AUTO-MANUTENZIONE

Comprendere i concetti “chiave” alla base della Manutenzione Autonoma, sue peculiarità e i criteri per ottenere risultati in Stabilimento

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

29 aprile 2026 | 13 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso di pone come obiettivo quello di far comprendere i concetti “chiave” del TPM e le attività tipiche della Manutenzione Autonoma (AM) e i fattori “di successo” per sostenere i risultati in Reparto. E' importante ridurre le perdite d'efficienza globale con la prevenzione del deterioramento degli impianti, il ripristino rapido e autonomo di condizioni standard per diversi livelli di complessità esecutiva. È fondamentale definire le migliori regole di ingaggio per la sostituzione di ricambi e per piccole riparazioni. Supportare la rilevazione di condizioni anomale con verifiche periodiche del funzionamento delle macchine e/o interpretazione dei suoi “segnali deboli”.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili vendite
- Direzione Stabilimento
- Assistenti alla Direzione Stabilimento
- Responsabili di Manutenzione
- Responsabili di Produzione
- Industrial Engineer
- Safety Managers

APPRENDERETE A...

- Quali attività TPM possono essere svolte da operatori di impianto per mantenere i propri impianti e apparecchiature indipendentemente dalla Manutenzione di Stabilimento.
- Come implementare le attività di Auto-Manutenzione, passo dopo passo, con deleghe strutturate per alcuni interventi ispettivi di primo livello
- Comprendere come misurare, comunicare e verificare la risoluzione di attività in Auto-Manutenzione

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazione inerenti il calcolo di OEE
- Esempi dei tools più tipici utilizzati in progetti di Auto-Manutenzione

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



P27 - AUTO-MANUTENZIONE

PROGRAMMA

Origine del TPM / Integrazione con altre logiche manutentive e di improvement

- TPM, ovvero il “pilastro” Zero Fermate del TPS (Toyota Production System)
- TPM e altre logiche di Manutenzione con cui interagire e integrarsi
- Uso di KPI per linee e impianti (OEE, Up Time, Efficienza)
- Scelta del reparto / macchina / linea “pilota” e figure “chiave” da coinvolgere

Cenno alle tecniche più tipiche del TPM

- 5S: Evitare blocchi e inceppamenti con l'adozione di più semplici standard operativi
- SMED: Ridurre i tempi di avvio / bonifica/ set-up per una maggiore flessibilità operativa
- FMEA: Come eliminare riparazioni, extra-controlli, recidive con l'analisi dei guasti
- JIDOKA: Evitare blocchi o danni al prodotto con semplici soluzioni tecniche (Poka-Yoke)

Focus su Auto-Manutenzione (AM) e sua implementazione

- Che cosa è AM / Cosa non è AM
- AM secondo il JIPM (Level 1/2/3/4)
- Il deterioramento “naturale” e “forzato” di un macchinario da mantenere
- AM come cambiamento di cultura in Stabilimento
- Sostegno ai progetti AM con il coinvolgimento del Management e gestione dei carichi

Strumenti tipici della Autonomous Maintenance

- Activity Board / Tableau de Bord (TDB) e suo uso. Esempi
- One-Point Lesson (OPL). Tipi ed esempi

Sette passi per l'applicazione della AM in Stabilimento

- Step 1 - Fase iniziale: “Clean & Inspect” (le 5S con “Red Tags” e loro gestione)
- Step 2 - Eliminazione dei problemi (fonti e aree inaccessibili)
- Step 3 - Creazione di standard (di pulizia / lubrificazione / controllo livelli / serraggi / ...)
- Step 4 - Esecuzione di ispezioni “generalì”
- Step 5 - Esecuzione di ispezioni “autonome”
- Step 6 - Standardizzare con la “gestione a vista”
- Step 7 - Avvio della gestione manutentiva “in autonomia” dell'impianto

Misurazione e verifica delle attività AM

- Quali utilizzare? Possibili misure
- Perché auditare / auto-valutarsi
- Esempi di audit di aree in Auto-Manutenzione



P18 - L'INDUSTRY 4.0 PER L'ANALISI, GESTIONE E MIGLIORAMENTO DELLA MANUTENZIONE

Come ricercare guasti e gestire interventi da remoto attraverso il troubleshooting

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

27 febbraio 2026 | 4 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

L'avvento delle tecnologie Industry 4.0 porta ad evolvere il ruolo della Manutenzione, l'uso di sensori di nuova generazione e la rapida distribuzione dei dati generati stanno dotando le macchine di un sistema capace di guidare il manutentore a capire le cause dei guasti facilitando sia il lavoro di pianificazione preventiva che la ricerca guasti. In più le recenti tecnologie e i nuovi strumenti portatili e wereable (Smart Glass, Smart Watch) stanno ampliando le possibilità di comunicazione e di telepresenza. Diventa quindi possibile applicarle ad ambiti quali il telecontrollo, il monitoraggio delle linee produttive e l'assistenza ai clienti da remoto.

Questo corso aiuta a sviluppare le competenze che permettano lo sviluppo di servizi di manutenzione evoluti e integrati.

A CHI È RIVOLTO

- Operations Manager
- Responsabili Produzione
- Responsabili Manutenzione
- Ingegneri di Manutenzione
- Responsabili Engineering

APPRENDERETE A...

- Sviluppare servizi di manutenzione innovativi integrando le tecnologie offerte dalla Industry 4.0 all'interno dei sistemi già presenti o creandone di nuovi
- Sviluppare servizi di teleassistenza e manutenzione remota in grado di ridurre i costi e aumentare il livello di servizio, integrando le tecnologie offerte dalla Industry 4.0

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Case studies applicativi
- Simulazione in aula di applicazioni di analisi guasti in remoto
- Il calcolo del payback dell'investimento

I PLUS:

- Durante il corso verranno discussi casi applicativi su esigenze portate dai partecipanti



P18 - L'INDUSTRY 4.0 PER L'ANALISI, GESTIONE E MIGLIORAMENTO DELLA MANUTENZIONE

PROGRAMMA

Il ruolo della manutenzione nell'Industry 4.0

- Sviluppo della manutenzione predittiva
- Manutentore e progettista: come cambia l'Early Equipment Management

La raccolta dei dati

- I dati raccolti dall'hardware di bordo macchina
- I dati raccolti da operatori e manutentori
- L'invio dei dati attraverso la rete locale e geografica
- Hardware e software per la raccolta dati

L'analisi dei dati

- Informazioni ottenibili dai dati raccolti
- L'analisi statistica per capire le cause di generazione dei guasti
- L'applicazione dell'FMECA di processo

L'interazione uomo macchina e macchina - macchina

- Manutenzione a distanza (tele manutenzione, teleassistenza, etc)
- Disponibilità d'informazioni a bordo macchina (stato macchine, disegni e manuali, ricambi a magazzino o sul mercato)

Il Problem Solving nella ricerca guasti

- L'analisi per gli impianti di produzione interna e per gli impianti presso il cliente
- L'ascolto attivo del cliente per la raccolta delle informazioni fondamentali e dei "segnali deboli"
- Principi di ricerca guasti
- Le Tecniche di troubleshooting
- Come usare la procedura dei 7 passi
- Perché una ricerca guasti fallisce
- Metodi di problem solving

Cenni ad altre modalità di gestione dei rischi:

- Fault Tree Analysis (F.T.A.)
- Event Tree Analysis (E.T.A.)
- Hazard and Operability studies (HAZOP)

La Gestione Digitale dei documenti di manutenzione

- Dispositivi digitali portatili e wearable
- Gestione e distribuzione del database documentale
- Uso dei QR Code esempi e applicazioni

Le piattaforme innovative di assistenza al cliente

- Sistemi di telediagnosi e controllo remoto
- Smart Glasses e sistemi di comunicazione
- Piattaforme per la comunicazione "You See What I See"
- Applicazioni per la formazione degli operatori e dei manutentori
- Aspetti di sicurezza comportamentale
- Applicazioni di realtà aumentata in ambito industriale

Analisi economica e valutazione del Ritorno di Investimento

- Strumenti di valutazione economica
- Costi d'investimento, di esercizio e bilancio costi/benefici
- L'analisi del Payback e ROI (Return on Investment)

L'impatto organizzativo

- Le competenze del "manutentore 4.0"
- Formazione continua: metodi e strumenti
- I contratti di assistenza remota
- La gestione della sicurezza nelle comunicazioni informatiche



P14 - RESPONSABILE CONTROLLO QUALITÀ

Organizzare la funzione, migliorare il proprio livello di servizio e sostenere la cultura della qualità

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

20 - 21 maggio 2026 | 23 - 24 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso, estremamente concreto, permette ai partecipanti di essere in grado di organizzare al meglio la propria funzione, oltre il puro "numero" delle Non Conformità e la redazione della reportistica per la Direzione: guidare il proprio gruppo di lavoro verso comportamenti responsabili e con assunzione di delega, per il recupero di sprechi e deviazioni nei comportamenti operativi.

A CHI È RIVOLTO

- Quality Manager / Responsabile Controllo Qualità
- Quality Assistant
- Responsabili di Laboratorio
- QSE – Quality Supply Engineers
- Facilitatori e Staff di Stabilimento

APPRENDERETE A...

- Riprogettare l'organizzazione snella del Controllo Qualità (CQ) nelle sue funzioni principali
- Definire il migliore workflow e content documentale per la gestione e diffusione dei dati di Qualità in azienda
- Sapersi rapportare con profitto con la Direzione
- Motivare gli addetti al miglior CQ e alla "vendita" delle skills più tipiche e preziose di un CQ in Stabilimento
- Organizzare un tableau de bord razionale del CQ per impostare un sistema di KPI per controllare le prestazioni dei propri collaboratori

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni sulle tecniche illustrate
- Esempi di applicazioni di progetti in azienda

I PLUS:

- Gli esempi e best practice proposte e sviluppate in aula saranno d'aiuto e stimolo per la sua costruzione e condivisione col gruppo



P14 - RESPONSABILE CONTROLLO QUALITÀ

PROGRAMMA

Una visione evoluta del CQ

- Andare "oltre" il Sei Sigma nella congiuntura economica attuale
- Disporre e perché di un processo per l'analisi e l'improvement
- "Cicli" PDCA e DMAIC per la soluzione di problemi "customer oriented"
- Mappatura "critica" del livello di servizio reso allo Stabilimento

KPI per focalizzare il gruppo e i propri colleghi alla Qualità Cliente

- Metriche di Qualità: VOP, VOC, Cp / Cpk. Principi, applicazioni e loro limiti
- Il forte ruolo della pianificazione sui risultati aziendali (Quality Plan)

Strategie per un efficace CQ nello Stabilimento

- Identificare i problemi di Qualità in produzione e saperli gestire
- Il controllo in produzione: ruoli e responsabilità (esempi di organizzazioni)
- Il CQ "correttivo": Controlli e autocontrolli. Data analysis e control plans
- Il CQ "preventivo": piani di rischio (FMEA/HAZOP), studio critico dei flussi produttivi, punti zero difetti, dei documenti e delle informazioni. Coinvolgimento dei fornitori in funzione della criticità della componentistica

Costi e qualità: cosa controllare?

- Costi della non qualità (COPQ): impatto sulla redditività
- Quality costs: teorie e limiti d'azione
- Comportamento con materiali in contratto di fornitura "in qualità" (free pass)
- Best practice necessarie per la qualifica del materiale in subfornitura / acquisto

Perché supportare il Quality Management in azienda

- I vantaggi dei Sistemi informativi a supporto della Qualità
- Specifiche per automatizzare il Quality Data Management

Sistemi di controllare del processo Qualità

- Costruire il tableau de bord Qualità con idonei KPI per controllare i processi
- Scegliere i più idonei quality drivers, interni ed esterni, per anticipare i problemi

Skills personali da possedere per condurre uomini di funzione

- Quality Tools tradizionali ed evoluti. Esempi e self test
- Uso di diversi tipi di grafici per far vivere i risultati e i KPI del CQ nei reparti
- Tecniche recenti di problem solving creativo

Svolgere in modo efficace il ruolo di "capo" CQ in Stabilimento

- Elementi utili per condurre gruppi di miglioramento
- Leadership e competenze da testare e sviluppare
- Il ruolo dell'educazione e della formazione alla Qualità in azienda
- Come motivare e delegare il miglioramento continuo nei reparti e uffici
- Gestire i conflitti interfunzionali
- Work team e Qualità nelle organizzazioni con forte delega al risultato



P9 - FORMAZIONE PRATICA AL CONTROLLO QUALITÀ

Controllare e migliorare la qualità di prodotti e processi

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 - 26 marzo 2026 | 21 - 22 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il termine “qualità totale” esprime l’attitudine e la cultura di un’azienda a fornire prodotti e servizi che soddisfino a pieno le esigenze dei clienti. Questa cultura si traduce nel far “bene al primo colpo” i prodotti e le attività, eliminando gli sprechi e i difetti dai processi. Questo corso, con un taglio estremamente pratico, presenta sia le principali tecniche per il controllo e il miglioramento della qualità con l’obiettivo di creare cultura alla qualità e ottimizzare il servizio ai clienti e di ridurre sprechi e costose rilavorazioni.

A CHI È RIVOLTO

- Quality Manager e Quality Auditor
- Addetti al Quality Control di accettazione, produzione e collaudo
- Personale tecnico da formare al Controllo Qualità

APPRENDERETE A...

- Utilizzare al meglio gli strumenti e le tecniche del Controllo Qualità
- Realizzare programmi di miglioramento sulla base di informazioni oggettive
- Gestire il processo di cambiamento da attività QC ispettive a preventive
- Interagire con fornitori e clienti su tematiche attuali del Controllo Qualità (Six Sigma, ...)

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Piani di campionamento per il QC in accettazione e in collaudo finale
- Costruzione e interpretazione di control charts per dati variabili e a giudizio
- Esempio strutturato di auditing 5S / housekeeping
- Tableau de Bord Quality Control

I PLUS:

- I partecipanti potranno portare le proprie esigenze e discuterne con il docente per trovare punti di miglioramento



P9 - FORMAZIONE PRATICA AL CONTROLLO QUALITÀ

PROGRAMMA

Il Controllo Qualità in azienda

- Qualità e concorrenza globale
- L'approccio globale alla qualità
- Gli orientamenti attuali del CQ

Organizzare il Controllo Qualità

- Ruoli e responsabilità dei differenti servizi dell'azienda
- Competenze tecniche e capacità manageriali necessarie per chi si occupa di CQ
- Le soluzioni organizzative per il CQ

Raccogliere e analizzare i dati

- I piani di campionamento per attributi, semplici, multipli, skip-lot
- Le control charts per dati variabili (X-R, X-S, XmR) e per dati a giudizio (p/np, c/u)
- Il calcolo dei limiti di controllo
- Gli indici di capacità (Cpk, Ppk,...)

Effettuare il controllo dei materiali in entrata

- Tecniche ed esecuzione dei campionamenti
- Le aree di accettazione e controllo
- Gestire i rapporti con la Produzione e con i Fornitori
- Il Free Pass e la sua gestione
- La gestione dei prodotti non conformi

Gestire il Controllo della Qualità in produzione

- Data Collection e Check List in produzione
- Il trattamento dei materiali non conformi e le azioni correttive
- Non Conformità (NC) e Non Macchinabilità (NM)
- L'identificazione del prodotto lungo il processo produttivo
- Rintracciabilità del prodotto e verifiche ispettive sul prodotto
- La gestione delle modifiche
- La movimentazione e lo stoccaggio durante il ciclo produttivo

Gestire il collaudo del prodotto

- La "release" del prodotto
- Valutare il feedback del cliente: il Vendor Rating

Migliorare la qualità in Produzione

- I work team e le equipe semi-autonome di lavoro
- Produzione a reparti e produzione in cellule di lavorazione
- Piani coordinati di miglioramento: 5S e TPM
- Il controllo tradizionale e l'autocontrollo

Migliorare la qualità in Progettazione

- La progettazione orientata alla produzione: il Design for Manufacturing
- Assembly e i Variety Reduction Program
- L'analisi P-FMECA/D-FMECA
- Il Quality Function Deployment

Costi e Qualità: minimizzare i costi della non qualità

- Misurare i Costi della non Qualità
- I contratti di fornitura in qualità (free pass)

Implementare un progetto di miglioramento della qualità

- I diagrammi di Pareto-Juran per definire le priorità d'azione
- I diagrammi causa-effetto per rappresentare le possibili cause
- Il controllo del rendimento globale impianto (OEE)
- Cenni di Six Sigma
- Il Work Team della qualità: ruoli e figure chiave



P15 - SPC – STATISTICAL PROCESS CONTROL

Sperimentare come monitorare e migliorare le prestazioni aziendali basandosi sui dati

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

15 - 16 giugno 2026 | 11 - 12 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso, estremamente concreto, permette ai partecipanti di capire e sperimentare, attraverso un uso esteso e interattivo di simulazioni statistiche, applicazioni di tecniche per il controllo statistico di processo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Controllo Qualità
- Assistenti di produzione con funzione di controller
- Ingegneria di Manutenzione
- Tecnologi di Processo / Quality Auditors (PPAP)
- Industrial Engineers

APPRENDERETE A...

- Utilizzare le metodologie statistiche per la gestione e il controllo di processi “chiave” interni ed esterni all'azienda
- Identificare la variabilità intrinseca e quindi la qualità “standard” che gli impianti sono in grado di fornire
- Prevenire i difetti con il controllo statistico a vantaggio della marginalità aziendale e del buon livello di servizio reso dallo Stabilimento

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni sulle tecniche illustrate
- Esempi di applicazioni di progetti in azienda

I PLUS:

Applicazioni e simulazioni svolte direttamente dai partecipanti su file dati e database aziendali con software Microsoft Excel™ e demo di Minitab™ o equivalenti per svolgere le migliori analisi dei dati e i report grafici e tabellari più efficaci



P15 - SPC – STATISTICAL PROCESS CONTROL

PROGRAMMA

Processi aziendali e dei reparti dal punto di vista statistico

- La visione per flussi delle attività aziendali
- Controllare i processi per ottenere prodotti e servizi conformi
- Definire lo “stato” desiderato. Esempi di parametri di settaggio
- Definire le problematiche di variabilità dei processi industriali. Sigma (σ)

Apprendere le metodologie statistiche utili all'SPC

- Inquadrare i processi con dati caratteristici (per variabili, oppure a giudizio)
- Data collection e relativo data management
- Quality Tools “base” e “avanzati” per l'analisi e il controllo di un processo
- Stabilità di un processo e suo contrasto inopportuno (tampering)

Saper utilizzare efficacemente le control charts

- Principi base delle carte di Shewhart: elementi costitutivi, tipi
- Logica dell'uso delle carte: limiti e regole di lettura (Nelson)
- Analizzare il processo e impostare le condizioni di controllo
- Control charts e processi da gestire con i dati reperibili in azienda
- Analisi del processo vs. Controllo del processo

Dati da misurazione: control charts per VARIABILI

- Dati da misurazioni: $\bar{X}$ -R, $\bar{X}$ -S, IX
- Esempi e de-briefing da parte del relatore

Dati da giudizio: control charts per ATTRIBUTI

- Dati da giudizio: p/np, c/u, IX
- Esempi e de-briefing da parte del relatore

Dati da contesti “particolari”

- Processi “non gaussiani”
- Produzioni in piccola serie (short run charts)
- Limiti delle control charts di Shewhart ($\pm 1,5 \sigma$ e perché)
- Esempi e de-briefing da parte del relatore

Process capability: indici sintetici a supporto

- Caratterizzare il processo attraverso gli indici di process capability
- Indici di capacità e potenzialità e loro limiti nell'uso: Cpk, Cpu, Cp, Ppk, k

Analisi GR&R per ottenere misurazioni industriali affidabili

- L'importanza della misura: concetti base, norme di riferimento
- Analisi dei sistemi di misurazione: GR&R

Esempi di test di laboratorio per garantire la validazione del processo di misura



P17 - MSA – MEASUREMENT SYSTEM ANALYSIS

Analisi dei Sistemi di Misurazione

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

13 - 14 luglio 2026 | 9 - 10 dicembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Alle aziende sempre più spesso sono richieste evidenze statistiche del proprio “sistema” di misurazione e giudizio, inerenti laboratori, ma anche apparecchiature e attrezzature “di campo” utilizzate dal proprio personale. È importante a tal fine saper gestire al meglio tali attività, controllando le performance complessive più salienti di Ripetibilità e Riproducibilità, per poter decidere con la minima distorsione nelle misure e nei giudizi. Obiettivo di questo corso è presentare, con un taglio pratico e concreto, i principali concetti della MSA per le aziende manifatturiere e di processo, realizzando con SW statistici professionali ed MS Excel più simulazioni di casi reali.

A CHI È RIVOLTO

- Quality Managers / Responsabili Quality Control
- Addetti al Controllo e Collaudo con uso di Attrezzature, Macchine 3D
- Personale di Laboratorio e di Metrologia
- Tutti coloro che definiscono specifiche e tolleranze, poi oggetto di misurazione
- Tutti coloro che preparano metodi / attrezzature / check list

APPRENDERETE A...

- Supportare i partecipanti nella piena comprensione della tecnica MSA
- Garantire il minimo dispendio di sforzi per acquisire dati significativi, con la minima distorsione
- Illustrare i principi, la metodologia e gli strumenti necessari alla corretta esecuzione della MSA, requisito del Six Sigma (processi DMAIC e DMADV) e della norma IATF 16949:2016
- Comprendere la natura “sistemica” della Misurazione, vero supporto allo sviluppo di prodotti e processi eccellenti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Study GR&R per le diverse situazioni metrologiche: dalla scelta dello strumento alla sua messa in campo
- Criteri AIAG e Statistici per definire l'idoneità del Sistema di Misurazione
- Relazione fra GR&R e capacità di un processo (Cp e Cpk)
- Esercitazioni mirate con supporto di Microsoft Excel™ e SW statistici (Minitab™ o equivalenti) dove le reportistiche tabellari e grafiche saranno oggetto di illustrazione e critica da parte dei partecipanti, guidati dal docente

I PLUS:

- Qualificare un qualunque sistema di misurazione come idoneo oppure no a “misurare”
- Identificare con criteri di classificazione ogni sistema di misurazione come accettabile, utilizzabile, da migliorare, non idoneo
- Indicare le migliori contromisure tecniche e di miglioramento operativo per poterlo eventualmente riutilizzare



P17 - MSA – MEASUREMENT SYSTEM ANALYSIS

PROGRAMMA

Introduzione

- Perché misurare?
- Importanza della MSA – Measurement System Analysis
- Tipi di MSA: per caratteristiche misurabili (Variabili) e giudicabili (per Attributi)

Misurare è un processo

- Gli elementi caratteristici
- Esempi pratici e discussione dei casi

MSA: Per chi, perché e quando risulta utile

- Perché MSA un requisito Automotive
- Cosa è un sistema di misurazione (AIAG)

Fattori con influenza sul processo di misurazione

- Paralelo fra processo produttivo e processo di misurazione
- Cause di variabilità e pattern di anomalie del sistema di misurazione
- Andamenti di variabilità “anomala” (pattern)

Idoneità generale di uno strumento di misura

- Quando un sistema di misura si può dire idoneo
- L'incertezza di misura (U), l'impatto sul giudizio di conformità (zone I, II, III) ed errori conseguenti
- Risoluzione accettabile di uno strumento di misurazione. Pattern di scarsa risoluzione

Errori di Misurazione: Leve per minimizzarli

- Metriche di accuratezza (bias e linearità)
- Metriche di Precisione (ripetibilità e riproducibilità)
- Stabilità (control-charts utili)
- Attività preliminari alle sessioni di validazione del sistema di misurazione

Valutazione di Sistemi di Misurazione per VARIABILI

- Strumenti per VARIABILI. Esempi
- Il processo di valutazione
- Metodologie di Analisi (prova funzionale, altre verifiche preliminari)

Analisi dello Strumento

- Type 1 Gage Study: finalità e suo svolgimento
- Caratteristiche del campione master
- Sinottico riassuntivo delle attività (scopo, numero operatori, campioni e repliche)
- Stima di ripetibilità e bias
- Criteri di accettabilità

Analisi del Processo di Misurazione

- Type 2 Gage Study: finalità e suo svolgimento
- Richiamo delle “fonti” di variabilità per AIAG: EV - Equipment Variability e AV- Appraiser Variability
- Evidenza geometrica delle due componenti EV/AV
- Sinottico riassuntivo delle attività (scopo, numero operatori, campioni e repliche)
- Metodo Xbar-R (Average Range Method)
- GR&R - Componenti della varianza e altri indicatori
- Scopo dello studio in atto e migliori driver per giudicare l'idoneità del modo di misurare
- Criteri di loro idoneità statistica e di accettabilità per AIAG
- GR&R - Esempi “tabellari” su MS Excel e loro limiti rispetto l'uso di SW statistici
- Metodo ANOVA (crossed e nested): le configurazioni sperimentali possibili
- Richiamo di ANOVA: modello della media e componenti della varianza di una misura
- L'evidenza della interazione (parte*operatore) e suo significato operativo mentre si misura
- Esempi di report grafici: condizioni operative e critica delle evidenze
- Azioni da svolgere se il sistema risulta inadeguato
- Relazione fra GR&R e capacità di un processo (Cp e Cpk)
- Type 3 Gage Study: finalità e suo svolgimento
- Sinottico riassuntivo delle attività (scopo, numero operatori, campioni e repliche)

Valutazione di Sistemi di giudizio per ATTRIBUTI

- Strumenti per ATTRIBUTI. Esempi
- Come valutarli
- Valutazione NON OGGETTIVATA (per caratteristiche non misurabili)
- Attributi da classificare: uso dei dati categorici (nominali, binomiali, ordinali)
- Numero di campioni da giudicare
- Criteri di giudizio (K-Statistics; Coefficienti di Kendall)
- Cosa può capitare se è noto un riferimento (miss rate, false alarm, falso positivo / negativo). Esempi
- Criteri AIAG di accettabilità
- Azioni da svolgere se il sistema risulta inadeguato
- Valutazione OGGETTIVATA (per caratteristiche misurabili)
- Attribute Agreement
- Metodo Analitico



016 - DATA ANALYSIS CON MINITAB

Sperimentare come lavorare coi dati realizzando le analisi statistiche più utili

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 - 17 febbraio 2026 | 8 - 9 luglio 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Rendere semplici e di immediata applicazione in Azienda concetti tradizionalmente "ostici" come le analisi statistiche descrittive, di correlazione e monitoraggio su base temporale. Sapere comunicare con il dato. Impostare una corretta data collection, in funzione dei possibili report da utilizzare e diffondere in azienda. Creare un linguaggio aziendale comune basato sui dati e la loro analisi.

A CHI È RIVOLTO

- Quality Manager
- R&D e Progettisti
- Product Manager
- Kaizen Process Engineers
- Chiunque interessato a realizzare l'analisi dati e desideri saperne di più

APPRENDERETE A...

- Comunicare con i dati e imparare a raccogliarli correttamente per impostare report utili per l'azienda
- Identificare e risolvere problemi attraverso i dati, stimando i parametri statistici più utili
- Riconoscere anomalie nei dati e poterli trattare lo stesso
- Creare grafici e analisi numeriche utili al reporting e al process improvement
- Caratterizzare delle condizioni di lavoro e suggerire possibili vie di cambiamento

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Come progettare i rilievi e raccogliere i dati necessari all'analisi
- Rilevare potenziali anomalie e problemi da trend e forme dei dati
- Stima dei parametri statistici più utili dei dati raccolti
- Trovare soluzioni grazie ai dati
- Creare grafici e analisi numeriche con Minitab

I PLUS:

Non sono necessarie particolari conoscenze pregresse, né complicate formule matematiche per procedere alle analisi. Con un approccio passo-passo sarà possibile progettare, raccogliere ed interpretare i dati nel modo migliore.



O16 - DATA ANALYSIS CON MINITAB

PROGRAMMA

Pensare in modo statistico in Azienda

- Saper definire il problema da caratterizzare statisticamente
- Come scegliere i dati, le fonti, come rilevarli (su problemi "nuovi", mai mappati)
- Definire il problema e l'area di indagine
- Modello "black-box": risposta, fattori di input e disturbo (Causa-Effetto)
- Esempi didattici e confronto con pratiche aziendali italiane

Dati, dati... ma per farne cosa?

- Tipi di dati tipi di raccolte dati (dati discreti vs. dati misurabili)
- Tecniche e procedura di raccolta dati
- Utili rappresentazioni grafiche e tabellari
- L'interscambio con i fogli elettronici/altri software professionali a supporto della Data Analysis

Tabelle utili alla raccolta dati

- Condivisione di alcune tabelle proposte
- Confronto critico con quanto utilizzato dai partecipanti in azienda

Conoscere/riconoscere la distribuzione statistica dei dati

- Le distribuzioni di frequenza (dati discreti vs. dati misurabili)
- Indicatori della "centralità" di un processo: media, mediana e moda
- Indicatori di "dispersione" di un processo: range, sigma e coeff. di variazione
- La "fotografia" di un fenomeno "discreto": Bar Chart/ Pareto e Graphical Summary

Caratterizzare le "condizioni" di lavoro e suggerire cambiamenti

- Concetto di "ipotesi statistica" - ciclo PDCA & DMAIC per risolvere un problema
- Errori statistici di I° e II° tipo

Comprendere e stimare la probabilità (rischio) di un dato evento

- Concetto di variabile casuale
- Distribuzioni "notevoli" per il riconoscimento in una data realtà : Normal Probability Plot
- La "fotografia" di un fenomeno "misurabile": Istogramma/Box-Plot/Matrix Plot
- Prestazione attese da un processo vs. prestazioni fornite: Capability Six Pack (Cp,Cpk,...)
- Concetto di stabilità di un processo "a target": Control Charts
- Il ruolo essenziale della Analisi Sistemi di Misura: Gage R&R per misure e giudizi

Comparazione fra più modi di operare

- Uno schema di sintesi delle possibili situazioni in cui ci si può trovare
- Comparazione "non parametrica": Chi Quadro
- Comparazione "parametrica": ANOVA
- Analisi multivariata per categorizzare i dati: Cluster Analysis

Correlazione e regressione delle variabili di un fenomeno

- Concetto di correlazione/coefficiente di correlazione: Scatterplot e Marginal Plot
- Correlazione semplice e multipla
- Concetto di regressione e differenza con la correlazione
- Modelli di analisi di regressione (lineare, polinomiale)



P16 - 8D REPORT

L'approccio Automotive per la migliore risoluzione di problemi

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

11 maggio 2026 | 30 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Migliorare l'efficacia e la gestione del processo di problem solving verso il Cliente ha un impatto immediato, spesso molto significativo in termini di Customer Retention e Customer Satisfaction. L'eccellenza di un'azienda, difatti, oltre che dall'ottimizzazione dei processi più "visibili" (produzione, commerciale), non può prescindere dal miglioramento continuo ottenuto con forte delega nella risoluzione di problematiche in piena efficacia, efficienza e con forte delega verso il basso. Ovunque nella catena logistica interna ed esterna. Nato in ambito Automotive, il processo di problem solving 8D consente di correggere in modo permanente, grazie ad 8 step chiaramente definiti, le pratiche e le procedure risultate "deboli" all'interno dell'Azienda, portando così a meglio gestire sistemi di produzione e controllo, mezzi e spazi logistici, attrezzature e personale specializzato. Obiettivo di questo corso è fornire gli strumenti e i metodi per migliorare l'organizzazione e la gestione del processo di problem solving 8D, contenendone tempi/costi, migliorando il livello di servizio ai Clienti/Fornitori.

A CHI È RIVOLTO

- Quality Manager / Quality Assistant / Responsabile Controllo Qualità
- Customer Service
- Direzione di Stabilimento / Assistenti di Stabilimento
- QSE - Quality Supply Engineers
- Facilitatori e Staff di Stabilimento
- Team Leaders Tecnici

APPRENDERETE A...

- Conoscere l'approccio 8D Report nelle sue caratteristiche principali
- Simulare il workflow migliore per la sua gestione in Azienda per responsabilità e azioni di miglioramento
- Praticare in aula alcuni tools tipici dell'8D Report
- Comprendere come tradurlo ai propri collaboratori da ingaggiare in questo processo di Problem Solving

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Il processo 8D: La modulistica più diffusa e i suoi criteri di compilazione
- I tools più tipici di Problem Solving 8D applicati su casi aziendali reali
- Analisi delle Root Cause all'origine di un problema FMEA ed Action Plan conseguente
- Definire e implementare con successo un piano di correzione e prevenzione di problematiche Cliente
- L'organizzazione di un processo 8D in Azienda: procedure, team, leadership tesa alla piena risoluzione

I PLUS:

Comprendere l'8D Report praticando tools e logiche di Problem Solving su alcuni casi applicativi

Andare "oltre" la pura redazione di reportistica standard, inutile a prevenire recidive delle Non Conformità e dei Reclami Cliente

Riuscire a guidare il team di risoluzione verso veri risultati



P16 - 8D REPORT

PROGRAMMA

INTRODUZIONE AL PROBLEM SETTING & SOLVING

- Cosa è Problema / Tipi di Problemi: Problema Chiuso / Aperto (Esempi)
- Cicli "tipo" di risoluzione "aziendale" dei problemi (PDCA, DMAIC, Boeing, ...)
- Quando si dovrebbe affrontare i problemi in stile 8D?

GLI 8 PASSI NEL DETTAGLIO

1. Disporre di un team valido per la soluzione (S.M.E. - Subject Matter Expert)

2. Saper descrivere il Problema con la tecnica 5W+H (Why, What, When, Where, Who+How Much)

Tools utili allo scopo: Stratificazione Dei Fattori; IS-ISNOT

3. Contenere Il Problema (ICA - Interim Containment Action = le Azioni di Soccorso)

Differenze fra ICA e contromisure

4. Ricerca Delle Cause "Profonde" (RCA)

- Usare I 5 Sensi e Criticare sempre l'informazione (procedere FOS -Fatti>Opinioni>Sentimenti)
- Tools utili:
 - Brainstorming
 - Data Collection - Esempio (Raccolte Dati Stratificate)
 - Process Flowchart (Brown Paper / ASME / Logico / VSM-Value Stream Mapping en alternative)
 - 5 Why's (5 Perché?)
 - 4M (Man, Machine, Method, Materials) detto Diagramma "Causa-Effetto"
 - FMEA (Failure Mode Effect Analysis): Simulare (senza dati) dove il sistema mostra debolezze, possibili inneschi di problema
 - PARETO Analysis: Evidenziare dai dati le "zone" deboli che hanno originato il problema

5. Prevenire Le Recidive

- Poka Yoke (Soluzioni "Furbe" / Robuste)
- Esempi di soluzioni "low cost automation"
- Criteri di robustezza e grado di implementazione di queste contromisure "tecniche"

6. Selezionare le Azioni Correttive / Preventive migliori

Matrice di selezione (Pugh Matrix)

7. Verificare e Validare la Soluzione

- Differenza fra Verifica (Off-Line) e Validazione (On-Line) della soluzione
- Test sulle possibili recidive e "vie" di fuga ai nuovi standard pensati

8. Celebrare la soluzione (8D)

L'importanza del riconoscimento al gruppo della soluzione efficace implementata



P22 - APQP - SVILUPPARE UN PRODOTTO ECCELLENTE IN STILE AUTOMOTIVE

Il piano di sviluppo prodotto in eccellenza del mondo Automotive

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
27 aprile 2026	16 dicembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

APQP - Advanced Product Quality Planning - è il processo di sviluppo di ogni prodotto in ambito Automotive (AIAG), composto di una chiara sequenza di passi necessari a garantire Qualità / Sicurezza / Volumi richiesti dal Cliente, bene definito. Questo processo di organizzazione del lavoro, grazie alla sua capacità di reporting, permette di controllare l'avanzamento dei lavori dei diversi teams coinvolti, grazie a una omogenea struttura valutativa. Ciò facilita anche la comunicazione, consentendo di sincronizzare tali attività, rispettando i termini di consegna pattuiti in vincolanti budget di spesa e delle specifiche di progetto.

A CHI È RIVOLTO

- Project Manager
- R&D
- Acquisti
- Controllo Qualità
- Assicurazione Qualità
- Produzione
- Quality Supplier Engineer

APPRENDERETE A...

- Acquisire conoscenze e criteri utili alla implementazione di un progetto APQP
- Ottimizzare i tempi di sviluppo di un progetto complesso
- Limitare il capitale investito in un progetto (design reviews, reworks, scarse prestazioni, ...)

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazione dell'APQP a un caso reale
- Esempi dei tools più tipici utilizzati in progetti APQP

I PLUS:

Il processo APQP riletto con una modulistica Aziendale e i suoi criteri di compilazione
Esempi dei tools più tipici di APQP (grafici, statistici, matrici a supporto decisionale)
Organizzazione del processo APQP in Azienda: procedure, team, leadership
Fase per fase saranno illustrate esemplificazioni delle tecniche e della attività previste



P22 - APQP - SVILUPPARE UN PRODOTTO ECCELLENTE IN STILE AUTOMOTIVE

PROGRAMMA

Il contesto e gli obiettivi:

- Il Rispetto delle Aspettative del Cliente (Customer Needs)
- Il Rispetto del Time to Market
- La Qualità
- La Capacità Produttiva da garantire

Piano di Sviluppo Prodotto

- Il concetto di "milestone"
- La "scalabilità" dei progetti
- I "deliverables" e "milestones" lungo l'APQP

Le fasi del processo APQP e i requisiti AIAG

1. Plan and Define

- Sourcing Decision
- Customer Input Requirements
- Craftsmanship
- Team Feasibility Commitment

2. Product Design and Development

- Design FMEA
- Design Verification Plan & Report
- Sub-Contractor APQP Status
- Drawings and Specifications

3. Prototype Build

- Prototype Build Control Plan
- Prototype Build(s)

4. Process Design and Development

- Facilities, Tools and Gauges
- Manufacturing Process Flowchart
- Process FMEA
- Measurement Systems Evaluation
- Pre-Launch Control Plan
- Operator Process Instructions
- Packaging Specifications

5. Product and Process Validation

- Production Trial Run
- Production Control Plan
- Preliminary Process Capability Study
- Production Validation Testing
- Part Submission Warrant – PSW

6. Corrective Action

- Correlazione fasi APQP e fasi di sviluppo del progetto

7. Monitoraggio del piano sviluppo prodotto

8. Controllo della documentazione dello stato del processo APQP



P28 - LEAN SIX SIGMA: YELLOW BELT

Le risorse attivatrici "diffuse", essenziali per i progetti Lean Six Sigma

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

9 - 10 febbraio 2026 | 24 - 25 giugno 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso Yellow Belt è il primo livello di formazione all'interno della metodologia Lean Six Sigma, una strategia di gestione aziendale finalizzata al miglioramento dei processi e alla riduzione dei difetti. Questo corso è progettato per fornire ai partecipanti una comprensione di base dei principi e degli strumenti del Lean Six Sigma, rendendoli capaci di supportare progetti di miglioramento sotto la guida di Green Belt o Black Belt.

A CHI È RIVOLTO

- Personale aziendale dedicato al Miglioramento Continuo come Kaizen Engineers
- Ingegneri di Processo, Team Leader
- Responsabili Qualità di aziende certificate 9001 o altri schemi (Automotive, Aerospace, Railway, ecc...)
- Manager di qualsiasi altra area aziendale
- Middle management di nuova nomina
- Supervisor di processo junior
- Staff Tecnico

APPRENDERETE A...

- Avere una conoscenza base del Six Sigma e dei principi Lean
- Poter partecipare come "esperto" (SME - subject matter expert) in progetti DMAIC di efficientamento Lean/Six Sigma
- Conoscenze "basic" tecnico/operative per supportare Green Belt e Black Belt nella realizzazione di Process Mapping, facilitando sia la raccolta dei dati sia la diffusione della relativa analisi per simulazioni e miglioramenti focalizzati
- Identificare opportunità di miglioramento nei propri processi di lavoro

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- In base alle esigenze dei partecipanti e alla loro provenienza

I PLUS:

- Il Miglioramento da sporadico, intermittente, affidato solo a qualche super esperto, diventa l'unico modo per lavorare di tutti e di continuo
- Preparazione alla certificazione SIX SIGMA (Yellow Belt)



P28 - LEAN SIX SIGMA: YELLOW BELT

PROGRAMMA

Introduzione alla Qualità e al Miglioramento operativo

- Definizione di Qualità (USL, LSL)
- Breve cenno ai Sistemi Qualità (ISO 9000, IATF 16949...)
- Cost of Quality (Accertamento, Prevenzione)

Introduzione al Six Sigma di Motorola e al Lean Thinking

- Definizione di Six Sigma e significato di "sigma"
- Breve storia e benefici del Six Sigma
- Saving da progetti Six Sigma
- Tradurre la Voice of Customer (VOC) in caratteristica Critical to Quality (CTQ)
- I 5 principi Lean e i 7 Sprechi (3M's)
- La ricerca del "flusso" nelle attività operative e di gestione

Implementare il Lean Six Sigma in Azienda

- La metodologia e il processo DMAIC (Define, Measure, Analyze, Improve and Control)
- Saper definire un problema da risolvere con la metodologia Six Sigma
- La selezione del migliore progetto Six Sigma
- Ruoli dell'organizzazione Six Sigma (yellow, green, black belts e champion)
- Six Sigma and Lean Thinking: il Lean Six Sigma e le sue peculiarità

Statistica e Six Sigma

- Sigma come "metrica" di Qualità
- Fonti di variazione nelle operation
- Calcolo delle Process Capability e del "sigma level"
- Software a supporto dell'analisi statistica

Problem Solving Tools per il Lean Six Sigma

- Process mapping (Value Stream Mapping, Process Flowchart)
- Pull System, Heijunka, One-Piece-Flow
- Ishikawa Chart (Causa-Effetto) e 5Why's
- Turtle Diagram (SIPOC)
- Run Chart
- Pareto Charts
- Istogramma, Control Charts e Cp/Cpk
- Scatter Diagrams

Sostegno al Lean Six Sigma in Azienda

- Caratteristiche di un progetto Lean Six Sigma di successo
- Leadership e coaching al Lean Six Sigma
- L'impegno aziendale: 10 domande chiave per i leader operativi



P29 - LEAN SIX SIGMA: GREEN BELT

Le risorse autonome "motore" dei progetti Lean Six Sigma

2 + 2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

<i>date</i>	<i>quote di partecipazione IVA esclusa</i>
23 - 24 marzo 2026 + 5 - 6 maggio 2026	Singola: 1.950 € - Multipla: 1.850 €
15 - 16 settembre 2026 + 27 - 28 ottobre 2026	

Il corso Green Belt è un livello intermedio di formazione all'interno della metodologia Lean Six Sigma, progettato per approfondire le conoscenze e le competenze necessarie per gestire e guidare progetti di miglioramento dei processi. Questo corso è destinato ai professionisti che vogliono assumere un ruolo attivo nella gestione di progetti Lean Six Sigma, lavorando sotto la supervisione di Black Belt.

A CHI È RIVOLTO

- Manager operativi
- Tecnici esperti di miglioramento
- Supervisor di processo
- Team Leader
- Staff Tecnico
- Kaizen Engineers

APPRENDERETE A...

- Le Green Belts saranno capaci di supportare i responsabili dei progetti Six Sigma in Azienda (Black Belt) per identificare e implementare le opportunità di cambiamento e le relative criticità (operative e ambientali).
- Saranno quindi project leader part-time, responsabili sia dello scoping dei progetti, sia della loro guida più operativa secondo il processo DMAIC per le rispettive aree di competenza tecnica.
- Con le competenze acquisite le Green Belt potranno essere consultate per avere un aiuto, gestire le interfacce fra business Leaders e Teams Lean Six Sigma, così come dovranno garantire la sostenibilità dei risultati dei progetti di cambiamento.
- Si caratterizzeranno per un pensiero più critico e propenso al cambiamento, grazie ad un approccio scientifico (data-based)

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- In base alle esigenze dei partecipanti e alla loro provenienza

I PLUS:

Il Miglioramento da sporadico, intermittente, affidato solo a qualche super esperto, diventa l'unico modo per lavorare di tutti e di continuo

Preparazione alla certificazione SIX SIGMA (Green Belt)



P29 - LEAN SIX SIGMA: GREEN BELT

PROGRAMMA

Lean Thinking and Six Sigma

- Definizione dell'approccio "Lean"
- La Casa Toyota (Toyota Production System):
- Pilastri e il loro scopo
- I 5 principi del Lean Thinking
- Tipi di spreco (muda) e i 3M's
- Lean e Six Sigma: differenze e perché integrare gli approcci
- Il Lean Toolbox: strumenti per facilitare la ricerca dell'essenziale in Azienda
- La Visual Factory e le 5S/6S (A3 Problem Solving)

Six Sigma: origini e peculiarità del metodo

- Accadde in Motorola: come cambiare in modo drastico, rapido e focalizzato
- Il processo DMAIC per il Problem Solving
- Cosa è "sigma"?
- Six Sigma: ruoli e responsabilità di questa organizzazione "parallela"
- Cost of Poor Quality (COPQ)
- Metriche per caratterizzare e monitorare i processi

DMAIC - Fase DEFINE

- Voice of the customer / Critical to Quality (VOC / CTQ)
- $Y = f(X)$ e la ricerca di un "modello" del problema da risolvere
- Selezione dei progetti
- Sviluppo di un Project Charter e Scoping del progetto
- SIPOC Diagram per mappare Xs e Ys
- Accettabilità & CAP (Change Acceleration Process)
- Matrice RACI e ARMI (Approver, Resource, Member, Interested Party)
- Business Case

DMAIC - Fase MEASURE

- Introduzione al calcolo del "sigma" di un processo (Motorola)
- Indici di Process Capability (Pp, Ppk, Cp, Cpk, Cpm)
- Introduzione all'uso di Minitab Tipi di dati e Statistica di base
- Esempi di Data Collection
- Campionamento di dati
- Identificare le Xs che influenzano le Ys
- Measurement Plan
- Tecniche MSA (Measurement Systems Analysis)
- Dati normali e non normali
- Business Case

DMAIC - Fase ANALYZE

- Review dei 7 Quality Tools
- Statistica più avanzata (ANOVA, Regressione)
- Analisi Multifattoriale grafica
- Selezione delle variabili "critiche"
- Statistical Process Control (SPC): Control Charts e loro analisi
- Process Mapping (VSM, Process Flowcharting)
- Qualitative Analysis (QA)
- Risk Analysis e Failure Mode Effect Analysis (FMEA)
- Business Case

DMAIC - Fasi IMPROVE & CONTROL

- Design Of Experiment (DOE) e ricerca degli ottimi
- Six Sigma Control Plans
- Ricerca di soluzioni "robuste" (Poka Yoke, Low Cost Automations)
- Valutazione e Selezione delle soluzioni "best of"
- Pilot Testing
- Chiusura del progetto e definizione dei nuovi standard operativi
- Business Case



P23 - L'USO DI EXCEL PER GESTIRE E MIGLIORARE LA PRODUZIONE, MANUTENZIONE E LOGISTICA

Utilizzare efficacemente Excel in Produzione, Manutenzione e Logistica

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
20 - 21 aprile 2026	14 - 15 settembre 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso, estremamente pratico e concreto, permette ai partecipanti di approfondire le principali funzionalità di Excel ed utilizzarle per migliorare le analisi di dati, presa di decisioni e reportistiche in Produzione, Manutenzione e Logistica.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili di Produzione, Manutenzione e Logistica
- Pianificatori e programmatori della produzione
- Capi reparto
- Responsabili di magazzino
- Personale di produzione, manutenzione e logistica che utilizzano frequentemente Excel e ne vogliono migliorare l'utilizzo

APPRENDERETE A...

- Utilizzare efficacemente le più importanti funzioni di Excel per la produzione, manutenzione e logistica
- Analizzare un'importante mole di dati mediante le tabelle pivot
- Monitorare la produttività in produzione e magazzino
- Uniformare e snellire l'inserimento di dati in fogli Excel
- Creare grafici per facilitare la condivisione e rendere facilmente visibile la situazione in reparto e magazzino
- Realizzare report efficaci

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercizi applicativi di Excel in ambito produzione, manutenzione e logistica
- Analisi di produttività e calcolo dell'OEE
- Analisi ABC in produzione e manutenzione
- Analisi delle scorte

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici. Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata.



P23 - L'USO DI EXCEL PER GESTIRE E MIGLIORARE LA PRODUZIONE, MANUTENZIONE E LOGISTICA

PROGRAMMA

Le principali caratteristiche di Excel

- La terminologia di Excel
- Le principali caratteristiche dei fogli Excel

Azioni su fogli e celle

- Inserire, cancellare, raggruppare e copiare i fogli
- Dividere un foglio, utilizzare le finestre multiple
- Formattare le celle, caratteri, bordi
- Utilizzare la convalida dei dati
- Proteggere fogli e cartelle di lavoro

Gestire i riferimenti di cella e collegamenti

- Riferimenti assoluti, relativi e misti
- Gestire i collegamenti tra vari file Excel
- Individuare e ripristinare i collegamenti esterni

LE PRINCIPALI FUNZIONI DI EXCEL PER LA PRODUZIONE, MANUTENZIONE E LOGISTICA

Funzioni di testo

ANNULLA.SPAZI, CONCATENA, DESTRA, SINISTRA, STRINGA.ESTRAI, LUNGHEZZA, MINUSC, MAIUSC, TROVA, SOSTITUISCI

Funzioni matematiche, statistiche e condizionate

SOMMA, SOMMA.SE, SOMMA.PIU'.SE, MEDIA, DEVIATION STANDARD, CONTA.SE, CONTA.PIU'.SE

Funzioni di data

ADESSO, DATA, SETTIMANA, MESE, TRIMESTRE, ANNO, ...

Funzioni di ricerca

CERCA.VERT, CERCA.ORIZZ, CONFRONTA, INDICE

Funzioni logiche

SE (semplice e a cascata), E, O, SE.ERRORE

La funzione SUBTOTALE

La funzione SUBTOTALE e l'utilizzo dei filtri

Funzioni informative

VAL.VUOTO, VAL.ERR, VAL.NON.DISP, VAL.TESTO, ...

ANALIZZARE I DATI E REALIZZARE GRAFICI E REPORT EFFICACI

Tabelle e tabelle pivot

- L'utilizzo di tabelle
- Le tabelle pivot
- Filtri sulle tabelle pivot
- Campi calcolati

Utilizzare le formattazioni condizionali e creare grafici efficaci

- Le principali modalità di formattazione condizionale
- I principali tipi di grafici
- Grafici su due assi
- Grafici pivot

APPLICAZIONI DI EXCEL PER GESTIRE E MIGLIORARE LA PRODUZIONE, MANUTENZIONE E LOGISTICA

Analizzare la produttività

- Produttività in produzione
- Calcolo dell'OEE
- Produttività in magazzino

Analisi delle attività in produzione, manutenzione, logistica e analisi ABC

- Analisi ABC in produzione
- Creazione di un database delle attività di manutenzione e relativa analisi
- Analisi ABC prelievi
- Analisi delle scorte

Creare report e grafici efficaci

- Report e grafici di produzione
- Report e grafici di attività di manutenzione
- Report e grafici di attività logistiche

I CORSI DI FORMAZIONE PER AREA



LOGISTICA



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

LA PAROLA AI PARTECIPANTI

"Questo corso mi ha insegnato molto e ho appreso molto da poter inserire nel magazzino che gestisco. Cercando di trasmettere tutto quello che ho imparato ai miei collaboratori."

Diego Casciano

Warehouse Supervisor TECNIPLAST SPA

"Buon mix di teoria ed esempi. La giornata è stata un'ottima opportunità di confronto e di arricchimento di conoscenze in un clima piacevole e confortevole."

Stefano Mazzola

Direttore Acquisti di Gruppo GREFAN SPA

"Corso completo ed esauriente. Docente preparato e ottima predisposizione a mantenere alta l'attenzione."

Jenny Bonettini

Customer Distribution Manager ORTHOFIX SRL

"Ho trovato molto utile questo corso per l'attività di responsabile logistica. Sono state toccate molte tematiche e personalmente ho trovato parecchi spunti da apportare e studiare in Azienda."

Alberto Giordano

Responsabile Logistica ACQUE MINERALI D'ITALIA SPA

"Corso super interessante e ottimo giudizio anche nei confronti del relatore, super chiaro e soprattutto con la capacità, con parole semplici, di spiegare argomenti super complessi e in continuo divenire."

Marina Serra

Import/Export Team Leader VIMERCATI SPA

"Ottimo corso ed elevata capacità del docente di trattare gli argomenti."

Stefano Risciotti

Stock Management Specialist SLIMPA SPA

"Relatori preparati e attenti alle singole esigenze dei partecipanti, che ci hanno fornito immediate soluzioni o almeno suggerimenti concreti da cui partire per risolvere e migliorare le nostre criticità."

Silvana Franco

Responsabile Logistica GREEN HAS ITALIA SPA

"Efficace e completo, utile il confronto con altri 'colleghi' e altre realtà aziendali."

Paolo Bonatti

Category Manager A&T EUROPE SPA

"Ho apprezzato molto la competenza e la disponibilità del docente. Per molti argomenti sarà utile un approfondimento per implementare alcune procedure aziendali."

Andrea Iracà

Ufficio Trasporti CERAMICA DEL CONCA SPA



L1 - RESPONSABILE LOGISTICA

Gestire in modo efficace ed efficiente la logistica aziendale

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

14 - 15 maggio 2026 | 19 - 20 novembre 2026 Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La logistica va assumendo un ruolo sempre più rilevante all'interno delle aziende, con un elevato impatto su costi e servizio offerto ai clienti, sia interni che esterni. Occorre gestire i flussi fisici ed informativi legati all'approvvigionamento, trasformazione e distribuzione dei prodotti in contesti di crescente complessità, con un numero sempre più elevato di codici da gestire e in mercati globali.

Il responsabile della logistica si trova a gestire questi processi, coordinare risorse umane, tecnologiche e fornitori logistici e ad essere coinvolto in scelte sia operative che strategiche.

Le competenze richieste sono numerose e ad ampio spettro, sia di carattere tecnico-operativo, che strategico e relazionale.

Questo seminario fornisce gli strumenti e gli skills necessari.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori e Responsabili Logistica
- Supply Chain Manager
- Operations Manager

APPRENDERETE A...

- Analizzare criticamente l'insieme di attività, strategiche ed operative, in cui è coinvolto il Responsabile della Logistica
- Valutare obiettivamente vantaggi e svantaggi dell'outsourcing di attività logistiche e come scegliere al meglio un partner logistico
- Utilizzare efficacemente gli strumenti e gli indicatori di performance per gestire e controllare le attività logistiche
- Approfondire la conoscenza di trend e novità nella logistica, in Italia e nel mondo
- Sviluppare la propria organizzazione logistica e gestire le relazioni con la direzione, i clienti interni e i collaboratori

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Valutazione e controllo delle performance logistiche
- Valutazione di un progetto di revisione della rete distributiva e scelta di un partner logistico
- Analisi e miglioramento delle attività logistiche
- Misura e riduzione dei lead time interni e del work in progress
- Presentazione e discussione di casi aziendali ove sono state implementate con successo soluzioni di Lean Logistics

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Saranno approfondite tematiche strategiche, strumenti operativi e sviluppate le competenze relazionali necessarie al Responsabile Logistica



L1 - RESPONSABILE LOGISTICA

PROGRAMMA

GLI OBIETTIVI E GLI INDICATORI DI PERFORMANCE

Evoluzione e trend della logistica

- La logistica e il contesto competitivo
- La gestione dei flussi fisici ed informativi
- L'evoluzione della logistica e i trend attesi per i prossimi anni

Gli obiettivi e gli indicatori di performance della logistica

- Gli obiettivi della logistica
- L'impatto della logistica sui risultati aziendali
- I fattori critici di successo
- Gli indicatori di performance
- Il tableau de bord logistico

Il livello di servizio

- La dimensione del servizio logistico
- La misura e il controllo del livello di servizio

I costi logistici

- Le componenti del costo totale logistico
- Le aree di intervento per ridurre i costi logistici
- Dati sull'incidenza dei costi logistici e delle sue componenti in diversi settori e Paesi
- La misura della produttività del personale logistico

SCELTE E ASPETTI STRATEGICI

L'analisi dei processi logistici

- I principali processi logistici
- L'identificazione dei processi logistici critici
- L'analisi dei flussi logistici
- L'utilizzo del modello ASME per evidenziare attività a valore/non a valore
- Il modello SCOR per analizzare la propria Supply Chain ed effettuare benchmarking

La logistica nell'organizzazione aziendale

- Le attività presidiate dalla logistica
- Possibili configurazioni organizzative
- La logistica integrata e il supply chain management

Configurare la rete distributiva

- Possibili configurazioni di reti distributive
- Scegliere la configurazione distributiva più adatta; impatti su costi e livello di servizio
- Casi aziendali di evoluzioni di reti distributive

L'outsourcing delle attività logistiche: come e quando

- Valutare i vantaggi e gli svantaggi della terziarizzazione
- Come selezionare un partner logistico
- Come gestire un progetto di outsourcing
- Il contratto di outsourcing: cosa fare / non fare
- Trend dell'outsourcing in Italia e nel mondo

La Lean Logistics: realizzare una logistica snella

- Come applicare le tecniche Lean alla logistica

- Gestire i flussi interni di materiali: implementare la Lean logistics all'interno dei magazzini e degli stabilimenti
- Gestire i flussi esterni di materiali - la lean logistics nella supply chain: milk runs con i fornitori, centri di consolidamento, utilizzo di sistemi di confezionamento riutilizzabili
- Gestire i flussi di informazione in logica Lean
- L'utilizzo dei sistemi PULL
- Esempi di applicazioni di Lean Logistics

Definire e implementare un piano di miglioramento logistico

- Analisi dei flussi e costi logistici
- Revisione della rete distributiva
- Analisi e miglioramento della gestione dei magazzini e delle scorte
- Analisi e miglioramento organizzativo
- Come implementare un piano di miglioramento logistico

GESTIRE LE ATTIVITA' OPERATIVE PER MIGLIORARE L'EFFICIENZA E IL LIVELLO DI SERVIZIO

La logistica di approvvigionamento

- I sistemi di riordino
- La gestione degli approvvigionamenti
- Valutare e controllare le performance dei fornitori
- La gestione delle scorte

La logistica interna: la gestione della produzione e dei magazzini

- I sistemi di programmazione della produzione
- La gestione delle relazioni con la Produzione
- L'organizzazione dei magazzini e della movimentazione merci in stabilimento

La logistica distributiva

- La gestione dei centri distributivi
- Controllare e misurare la produttività dei magazzini
- La gestione delle scorte di prodotto finito

La gestione dei trasporti

- La distribuzione fisica
- Scegliere la corretta modalità contrattuale
- L'analisi e la negoziazione delle tariffe di trasporto

I sistemi informativi per la logistica

- Sistemi informativi logistici e sistemi ERP
- La gestione della tracciabilità
- I sistemi di identificazione automatica

La gestione dei collaboratori, delle relazioni con i clienti interni e con la direzione

- Gestire e motivare i collaboratori
- Il marketing interno della funzione logistica
- Gestire i rapporti con i clienti interni
- Gestire i rapporti con la Direzione



L2 - SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Ottimizzare l'intera catena logistica

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

:

quote di partecipazione IVA esclusa

26 - 27 marzo 2026 | 1 - 2 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Avere una visione globale della propria supply chain, dai fornitori dei fornitori ai clienti dei clienti, consente di definire strategie e implementare soluzioni innovative e di successo, garantendo un'ottimizzazione globale in termini di costi e livello di servizio.

I confini funzionali, organizzativi e geografici stanno rapidamente sparendo. Le attività di pianificazione, approvvigionamento, produzione, vendita e spedizione devono essere allineate per rispondere alle esigenze del cliente in modo efficiente ed efficace. Stanno nascendo, inoltre, nuove, interessanti opportunità di collaborazione con fornitori e clienti.

Questo corso si focalizza sull'efficace pianificazione e gestione dei flussi informativi e di merci, perché siano fortemente integrati all'interno dell'azienda e con i principali fornitori e clienti al fine di conseguire un'ottimizzazione globale dell'intera catena logistica.

A CHI È RIVOLTO

- Supply Chain Manager
- Responsabili Logistica
- Responsabili Acquisti e Approvvigionamenti
- Responsabili Produzione
- Responsabili Commerciali
- Tutti i manager interessati al miglioramento globale delle performance della supply chain

APPRENDERETE A...

- Sviluppare una visione globale delle attività svolte all'interno e all'esterno dell'azienda nella propria supply chain
- Monitorare e migliorare le performance globali della supply chain
- Ottenere vantaggi competitivi mediante la riprogettazione della supply chain e la gestione integrata dei flussi fisici ed informativi
- Valutare vantaggi, limiti e campi di applicazione di soluzioni innovative nell'ambito del supply chain management

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Valutare e controllare le performance della propria supply chain
- Simulazione di una supply chain e sperimentazione di strategie e soluzioni di gestione alternative
- Presentazione e discussione di casi aziendali ove sono state implementate con successo soluzioni di supply chain management

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Verranno presentati numerosi case studies relativi ad applicazioni di soluzioni innovative di SCM

I partecipanti sperimenteranno direttamente l'impatto di diverse modalità di gestione della supply chain mediante l'utilizzo di una simulazione



L2 - SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

PROGRAMMA

Dalla logistica al Supply Chain Management

- I flussi fisici ed informativi
- Le fasi di evoluzione della logistica
- La logistica integrata e il Supply Chain Management
- Struttura di costi e ripartizione margini in alcune filiere
- I modelli di Supply Chain Management

La gestione degli approvvigionamenti e dei fornitori

- La previsione della domanda
- La gestione strategica degli acquisti e le modalità di relazione con i fornitori
- Modalità innovative per i contratti di fornitura: contratti revenue sharing, buy back e quantity flexible
- La gestione degli approvvigionamenti

Gestire le scorte in ottica supply chain management

- Le principali modalità di gestione delle scorte
- Centralizzare o decentralizzare le scorte: il risk pooling
- La gestione echelon delle scorte
- Il consignment stock
- Il vendor managed inventory (VMI)

Gestire la distribuzione e la relazione con i clienti

- La definizione della rete distributiva
- La scelta delle modalità distributive: magazzinaggio e distribuzione tradizionale, direct shipment e cross docking
- Gestire gli ordini e la relazione con i clienti
- La gestione dei trasporti

Mappare i processi e costruire un modello della supply chain

- Identificare rischi e opportunità di ottimizzazione globale mediante la mappatura della supply chain
- Il modello ASME
- La metodologia SCOR: Supply Chain Operations Reference model
- Il benchmarking e gli indicatori di performance della supply chain

Implementare con successo soluzioni innovative di supply chain management

- La strategia Push-Pull
- L'effetto bullwhip: come coordinarsi e gestire l'informazione lungo la supply chain
- Ottenere i benefici della standardizzazione e differenziazione: il postponement
- Il Quick Response
- Il Just In Time II: rivedere strategicamente la propria modalità di gestione degli approvvigionamenti
- La reverse logistics
- La Theory of Constraints (ToC) e il Synchronous Manufacturing
- L'utilizzo di soluzioni di supply chain management in diversi settori



L11 - IMPARIAMO A COSTRUIRE IL CRUSCOTTO DI KPI PER MONITORARE LA SUPPLY CHAIN AZIENDALE

Utilizzare le nuove tecniche di DATA-DRIVEN per migliorare le performance

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

13 marzo 2026 | 11 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Oggi molte Aziende non hanno evidenza dei grossi margini di miglioramento che sono già alla loro portata, semplicemente perché non sono aiutate a monitorare costantemente ed efficacemente le loro prestazioni. Così non si conoscono i concreti potenziali di miglioramento realmente disponibili e così non ci si dedica da subito all'ottimizzazione dei propri processi.

Per un'Azienda diventa fondamentale potersi concentrare sul suo business. Per agevolare questo legittimo obiettivo è necessario però poter disporre di un cruscotto simile a quello presente sulla nostra automobile. Luci con colori diversi sia per quando le cose funzionano e sia soprattutto per quando le cose non funzionano.

Sempre più diventiamo DATA-DRIVEN. Il fine ultimo della Business intelligence e Data Science è soddisfare il business attraverso una visualizzazione chiara e immediata dei dati, declinati al passato (BI Analyst) e al futuro (Data Scientist), estraendo informazioni significative dai flussi di dati operativi.

La misurazione delle proprie performance è la base per migliorare. La Supply Chain deve poter verificare in continuo lo scostamento tra risultati e obiettivi per definire, una volta capite le cause che non hanno permesso di raggiungere gli obiettivi, le azioni correttive necessarie. Un sistema di miglioramento si basa sulla definizione dei KPI più rappresentativi dei Drivers di generazione del Valore della Supply Chain. L'implementazione di un Reporting è la base per migliorare la credibilità e visibilità all'interno dell'azienda e nei confronti della Direzione. È un corso fondamentale per tutti coloro che sono coinvolti nel processo della Supply Chain e che hanno la responsabilità di garantire il miglioramento dei processi e dei risultati dell'Azienda.

A CHI È RIVOLTO

- Supply Chain Manager
- Responsabili Logistica
- Responsabili Acquisti e Approvvigionamenti
- Responsabili Produzione
- Tutti i manager interessati al miglioramento globale delle performance della supply chain

APPRENDERETE A...

- Identificare e formalizzare i diversi processi Aziendali. Dove iniziano e dove terminano.
- Creare degli indicatori coerenti con gli obiettivi aziendali e di funzione
- Conoscere i KPI di valutazione della funzione più attuali ed efficaci e imparare a selezionare quelli più idonei per la Supply Chain
- Individuare le diverse modalità per gestire le azioni correttive
- Apprendere le tecniche di costruzione del Reporting e dei KPI coerenti con gli obiettivi della funzione
- Realizzare e gestire il cruscotto di KPI e i relativi Reporting
- Conoscere le metodologie e gli strumenti più innovativi per misurare le performance della Supply Chain

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Casi concreti di costruzione dei cruscotti di KPI
- Benchmarking interno ed esterno come metodo

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



L11 - IMPARIAMO A COSTRUIRE IL CRUSCOTTO DI KPI PER MONITORARE LA SUPPLY CHAIN AZIENDALE

PROGRAMMA

Il processo decisionale DATA-DRIVEN

- Che cosa è il data-driven e cosa sta producendo nella nuova cultura manageriale

La realizzazione del cruscotto di KPI

- Le finalità del nostro cruscotto di KPI
- Perché tutte le funzioni in Azienda devono ricevere annualmente i loro obiettivi, monitorati mensilmente.
- Conoscere prima di fare
- Coinvolgere e motivare tutte le persone coinvolte nel progetto di costruzione del cruscotto di KPI
- Gli errori da non fare
- Analizzare le performance per migliorare

Gli Indicatori di Performance: come definire e costruire specifici KPI della Supply Chain

Clienti

- Puntualità di consegna: % di righe d'ordine on time e giorni medi di ritardo
- LT di consegna cliente da data ordine
- Rispetto delle date di consegna richieste da Cliente
- Completezza degli ordini ed errori su ordini

Pianificazione

- Affidabilità delle Previsioni Commerciali

Fornitori

- LT di consegna fornitori da data ordine
- % di ordini con data ordine fornitori modificata
- Puntualità: % di righe in ritardo e giorni medi di ritardo
- Il Supplier Risk Index per gestire il rischio di fornitura

Magazzino

- Indice di Rotazione e giorni di copertura delle scorte
- % obsoleti
- Disponibilità dei prodotti Make To Stock
- Mancanti per la Produzione
- Produttività e livello di servizio del magazzino
- Saturazione del magazzino

Trasporti

- % costi trasporto su venduto
- Costo di trasporto: €/ton per area geografica
- Saturazione dei mezzi

Gli Indicatori di Progetto

- Le modalità di definizione degli obiettivi e dei target
- Valutare le performance dei singoli progetti rispetto agli obiettivi definiti
- La verifica dell'impatto dei risultati del Progetto sui KPI di Performance

I Reporting della Supply Chain

- Sviluppare il Reporting della Supply Chain per gestire il Processo di miglioramento delle Performance con il modello A3T
- Il Report per i Pilastri della Supply Chain:
 - Costi
 - Servizio
- Il ruolo dell'IT nella costruzione dei KPI e Reporting
- I cruscotti logistici e il monitoraggio real time delle prestazioni
- Tempistiche e modalità di presentazione del reporting

Il miglioramento continuo

- L'uso del Visual Management per analizzare gli andamenti dei Progetti e i risultati dei KPI definiti
- L'analisi causa-effetto per definire le azioni di miglioramento
- Diffondere e mantenere la cultura e le azioni di miglioramento continuo delle Performance Logistiche



L8 - VALUTAZIONE, NEGOZIAZIONE E GESTIONE DI UN APPALTO AD UNA COOPERATIVA DI SERVIZI LOGISTICI

Strumenti e tecniche per migliorare il processo di outsourcing

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

⋮

quote di partecipazione IVA esclusa

27 febbraio 2026 | 27 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso permette di valutare la convenienza di un outsourcing logistico (housing, handling, trasporti). L'illustrazione di strumenti e metodologie per l'analisi e scelta del partner, la definizione di costi competitivi, la negoziazione e la stesura contrattuale permetterà di definire una metodologia di supporto alla realizzazione di una soluzione di successo.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori e Responsabili Logistica
- Supply Chain Manager
- Operations Manager
- Responsabile Trasporti
- Responsabile Magazzino
- Direttori Acquisti e Responsabili Acquisti

APPRENDERETE A...

- Definire quando conviene un outsourcing logistico
- Dare una visione complessiva dei rischi connessi alla gestione dell'appalto
- Come selezionare il fornitore
- Come e quali prestazioni monitorare
- Quali tempi richiede la soluzione
- Contratto: quali rischi evitare

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercitazioni sulla valutazione dei fornitori e scelta del partner
- Esercitazioni sul calcolo dei target di costo per housing, handling e trasporti
- Esercitazioni sulla negoziazione con i fornitori
- Definizione di KPI e SLA Contrattuali
- Illustrazione di Case Studies
- L'elaborazione di un piano d'azione per il miglioramento personale

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



L8 - VALUTAZIONE, NEGOZIAZIONE E GESTIONE DI UN APPALTO AD UNA COOPERATIVA DI SERVIZI LOGISTICI

PROGRAMMA

Quando, come, perché terziarizzare

- L'evoluzione del mercato e della logistica
- Il mercato della logistica conto terzi
- Outsourcing: vantaggi e rischi

Conoscere i propri costi

- L'entità dei costi logistici
- La struttura dei costi logistici: housing, handling e trasporto
- Individuare e calcolare i driver di costo
- Confrontare i propri costi con quelli di un fornitore di servizi logistici

Conoscere il servizio e le necessità effettive

- Strategie di costo e servizio
- Il servizio programmato, atteso e realizzato
- Le aspettative del cliente
- La definizione di Service Level Agreement (SLA)

La selezione del partner logistico

- Il percorso metodologico e le scelte di fondo
- La creazione dei documenti di valutazione per la scelta
- La struttura della tariffa e i requisiti della tariffa
- La definizione dei Service Level Agreement (SLA)
- La scelta dei fornitori da coinvolgere
- L'audit dei fornitori e dei siti proposti
- Qualità degli strumenti utilizzati dall'operatore logistico per pianificare, eseguire e controllare le operazioni
- Tabulazioni e scelta del partner

La negoziazione con il fornitore

- Analisi dei costi per ogni funzione logistica (housing, handling e trasporto) e definizione dei target negoziali
- Definire gli obiettivi di miglioramento per la durata del contratto
- Il processo negoziale

La stesura del contratto di appalto

- La verifica della professionalità e serietà del fornitore
- La corretta identificazione dell'oggetto
- La corretta determinazione del corrispettivo
- La clausola premi e penali
- Le modalità di gestione dell'appalto e del subappalto
- Le garanzie: la compensazione, la fidejussione e la clausola di manleva, tra efficacia ed opportunità

Attivazione e manutenzione del processo di outsourcing

- Fasi e pianificazione delle attività di implementazione
- Definizione delle modalità informatiche per l'implementazione e governo dei servizi in outsourcing
- Il controllo delle prestazioni
- Il miglioramento continuo

Il piano d'azione personale

- Applicare quanto appreso una volta rientrati in azienda
- Stabilire il proprio piano di miglioramento personale



L4 - GESTIONE, CONTROLLO E RIDUZIONE DELLO STOCK

Ridurre le scorte migliorando il flusso dei materiali

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

13 - 14 aprile 2026 | 5 - 6 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La corretta gestione dei materiali e degli stock è uno degli aspetti fondamentali per garantire un normale flusso produttivo, la soddisfazione dei propri clienti e, nel contempo, contenere costi e rischi di obsolescenza.

Pur in contesti sempre più dinamici ed in continua evoluzione, è necessario raggiungere il corretto livello di copertura, che garantisca un adeguato servizio ai clienti interni ed esterni senza però incorrere in costi e rischi elevati.

Nel corso saranno analizzati i principali strumenti e le tecniche che permettono di controllare, gestire ed ottimizzare la gestione dei materiali e delle scorte.

A CHI È RIVOLTO

- Material Manager
- Responsabili e addetti alla Logistica
- Responsabili e addetti agli Approvvigionamenti
- Responsabili Magazzini
- Planner

APPRENDERETE A...

- Utilizzare le principali tecniche e gli strumenti per la gestione delle scorte e la previsione della domanda
- Analizzare gli stock e implementare indicatori di performance efficaci
- Implementare un piano di miglioramento delle scorte
- Controllare l'affidabilità dei vostri fornitori
- Ottimizzare il vostro sistema di gestione dei materiali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Controllare le scorte e la disponibilità dei prodotti mediante gli indicatori di performance
- L'analisi ABC delle scorte e le matrici ABC incrociate giacenze - fatturato e giacenze - consumi
- Prevedere la domanda e tenere sotto controllo gli errori dei modelli di previsione
- Definire e implementare un progetto di ottimizzazione degli stock
- Analizzare e migliorare i materiali mancanti

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Sono previste esercitazioni numeriche per applicare subito quanto appreso



L4 - GESTIONE, CONTROLLO E RIDUZIONE DELLO STOCK

PROGRAMMA

La natura e funzione delle scorte

- Le scorte nel processo produttivo-logistico
- Cosa significa gestire le scorte
- I fattori determinanti per la politica di gestione

Come controllare le scorte e i costi collegati alla gestione degli stock

- Gli indicatori di performance degli stock: indici di rotazione, giorni di copertura e disponibilità di prodotto
- Come calcolare i costi di gestione degli stock: costi di mantenimento, costi di stock out, costi degli ordini e di struttura
- Costruire un tableau de bord per il controllo degli stock
- Le tecniche di valorizzazione delle giacenze: FIFO, LIFO e costo medio ponderato

La previsione della domanda

- Metodi quantitativi e qualitativi per la previsione della domanda
- La previsione della domanda per nuovi prodotti: test market e focus group
- Prevedere la domanda mediante i modelli estrapolativi: medie mobili, smorzamento esponenziale
- L'analisi e il controllo degli errori del sistema di previsione
- La scelta e taratura del modello previsionale

L'approvvigionamento dei materiali

- I tipi di ordine
- Le attività del processo di approvvigionamento dei materiali
- Il controllo e il miglioramento delle prestazioni dei propri fornitori
- Il consignment stock
- Soluzioni per migliorare l'approvvigionamento dei materiali

Come implementare un piano di miglioramento delle scorte

- Come analizzare gli stock:
 - analisi ABC
 - matrici incrociate giacenze – consumi e giacenze - fatturato
- Identificare le cause degli stock
- Definire e implementare un piano di miglioramento

Gli strumenti e modelli per la gestione dei materiali e delle scorte

- I modelli Push e Pull
- Il dimensionamento del lotto economico di approvvigionamento
- Modello a punto di riordino: lotto economico e livello di riordino
- Modello a intervallo fisso di riordino: intervallo di rifornimento, disponibilità obiettivo
- Come dimensionare le scorte di sicurezza
- I metodi di gestione a fabbisogno: l'utilizzo dei sistemi MRP
- Gestire le scorte con il Just in Time
- Quando e come applicare i diversi modelli di gestione scorte

La gestione delle scorte nella pratica aziendale

- L'effetto bullwhip
- I principi del postponement
- Benchmarking su indici di rotazione in diversi settori
- L'applicazione dei modelli di analisi e gestione delle scorte nella pratica aziendale



L3 - ORGANIZZARE E GESTIRE IL MAGAZZINO

Aumentare la produttività e l'efficacia delle attività di magazzino

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

1 - 2 aprile 2026 | 22 - 23 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Migliorare la gestione e l'organizzazione dei magazzini ha un impatto immediato e, spesso, molto significativo sui costi logistici e sulla soddisfazione dei clienti. L'eccellenza di un'azienda, oltre che dall'ottimizzazione dei processi più 'visibili' (produzione, commerciale), non può prescindere dal miglioramento continuo dei livelli di efficienza ed efficacia nei magazzini. Questo si può realizzare mediante sistemi, mezzi, attrezzature adeguate e personale specializzato e motivato.

Obiettivo di questo corso è fornire gli strumenti e i metodi per migliorare l'organizzazione e la gestione del proprio magazzino, contenendo i costi e migliorando il livello di servizio ai clienti interni ed esterni.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Magazzini
- Responsabili Centri di Distribuzione
- Responsabili Gestione Materiali

APPRENDERETE A...

- Migliorare l'efficacia e la produttività delle attività di magazzino
- Controllare le prestazioni del proprio magazzino
- Scegliere le migliori soluzioni di stoccaggio/material handling
- Migliorare la gestione del personale di magazzino e le relazioni con gli altri enti aziendali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Controllare la gestione del magazzino mediante gli indicatori di performance
- Scegliere la soluzione di stoccaggio più adatta
- Migliorare la gestione delle scorte e delle merci
- Gestire il rapporto con i collaboratori

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Vengono proposti concetti e soluzioni pratiche che potrete utilizzare per migliorare la gestione del vostro magazzino



L3 - ORGANIZZARE E GESTIRE IL MAGAZZINO

PROGRAMMA

I SISTEMI PER LA GESTIONE DEL MAGAZZINO

Le principali caratteristiche dei magazzini

- Flussi fisici, flussi informativi e giacenze
- Le aree e le attività di un magazzino
- I fattori che condizionano le prestazioni di un magazzino
- I principali parametri di prestazione

I sistemi di stoccaggio e di movimentazione

- Le modalità di stoccaggio per unità di carico di grandi e piccole dimensioni: vantaggi, svantaggi e costi
- Ottimizzare l'utilizzo di superfici e volumi
- I magazzini automatici
- I sistemi di movimentazione: soluzioni tecniche e scelta tra acquisto e noleggio

Il layout e l'allocazione dei materiali

- Il dimensionamento delle aree di magazzino
- Ottimizzare il layout del magazzino
- I criteri di allocazione dei materiali
- La mappatura e le ubicazioni di magazzino

I sistemi informatici e di identificazione automatica

- I sistemi informatici per la gestione del magazzino
- Come utilizzare i sistemi di bar code
- RFID: quando e come utilizzarli
- I sistemi vocali per il magazzino: Voice Picking
- I sistemi Pick to Light

COME ORGANIZZARE E GESTIRE IL MAGAZZINO

La gestione delle scorte

- Gli indicatori di gestione delle scorte
- Analizzare e migliorare la gestione delle scorte

Il picking e l'allestimento degli ordini

- Le modalità di picking
- Ottimizzare l'attività di picking e di allestimento degli ordini

L'outsourcing delle attività di magazzino

- La terziarizzazione delle attività di magazzino
- Come gestire i rapporti con i terzi
- Come scegliere il partner logistico
- Vantaggi, svantaggi e costi della terziarizzazione

Controllare i costi e le performance del magazzino

- Come analizzare e ridurre i costi di gestione del magazzino
- Controllare la produttività del personale
- Gli indicatori di performance del magazzino
- Il tableau de bord

Gestire le relazioni con le altre attività aziendali e il sistema distributivo

- Gestire i rapporti con le altre funzioni aziendali
- Il rapporto con i vettori
- Il magazzino come centro di profitto

Gestire il personale di magazzino

- L'organizzazione delle attività di magazzino
- La sicurezza nei magazzini
- Organizzare e gestire il personale

Esempi di organizzazione e gestione del magazzino

- Esempi e casi pratici di organizzazione del magazzino



L6 - MIGLIORARE LA PRODUTTIVITÀ DEL MAGAZZINO CON I TEMPI E METODI

Strumenti e tecniche di miglioramento della produttività di Magazzino

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

15 aprile | 12 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Migliorare la produttività del Magazzino permette non solo una riduzione delle risorse impiegate ma anche un miglioramento del livello di servizio e qualità del lavoro svolto. L'analisi delle attività (ricevimento, stoccaggio, prelievo, spedizione) e la definizione dei tempi standard per eseguirle permette di governare e migliorare l'utilizzo delle risorse all'interno del Magazzino.

Il corso fornirà le nozioni relative a strumenti per il calcolo della produttività ed efficienza, allo studio dei metodi ed alle tecniche più comuni di rilievo dei tempi avvalendosi anche di esempi pratici riferiti a casi aziendali concreti.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabile Produzione
- Responsabile Logistica
- Responsabile Magazzino
- Analista tempi e metodi

APPRENDERETE A...

- Utilizzare le tecniche per definire i tempi standard delle attività di magazzino
- Definire un sistema di controllo della produttività del magazzino
- Identificare le aree di miglioramento attraverso l'analisi degli indicatori sviluppati

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Come calcolare il tempo standard
- Applicazioni di calcolo dei tempi sulle attività di magazzino
- Esempi reali di applicazione

I PLUS:

- I partecipanti potranno portare esempi ed esigenze e discuterne con il docente per trovare spunti di miglioramento



L6 - MIGLIORARE LA PRODUTTIVITÀ DEL MAGAZZINO CON I TEMPI E METODI

PROGRAMMA

La definizione dell'organizzazione di un Magazzino: ruoli ed attività

Analisi delle principali attività di Magazzino: ricevimento, stoccaggio, prelievo, spedizione

Principi di lean warehousing: i 7 Sprechi (MUDA)

Efficienza e produttività: cosa sono e come si calcolano

Il Tempo standard delle attività: cosa è e come si calcola

Lo studio dei metodi di lavoro

Il sistema Warehouse Efficiency Management

basato sulla preventivazione delle attività attraverso la tecnica a tempi predeterminati MOST

Le principali variabili utilizzate per il calcolo del tempo standard delle attività sono

- Layout, percorsi e metri relativi
- Mezzi di movimentazione
- Attrezzature
- Altezza scaffali e posizionamento prodotti
- Tipologia di prodotti
- Modalità di stoccaggio
- Modalità di picking
- Modalità di composizione delle sagome per la spedizione

Le fasi di un progetto di miglioramento dell'Efficienza del Magazzino

- L'ottimizzazione preventiva del metodo e calcolo del "Tempo standard" delle attività con tecniche di preventivazione rapida
- Controllo ed analisi della produttività del personale
- Analisi delle criticità e cause di mancata efficienza
- Stesura ed attivazione del piano di miglioramento

Come impostare un sistema di controllo della Produttività

- Visual Control: indicatori in tempo reale
- Definizione report di analisi della produttività
- Analizzare i risultati in ottica causa-effetto
- Modalità di coinvolgimento delle risorse

Come impostare un sistema di miglioramento della Produttività

- La gestione quotidiana: far bene subito
- La gestione settimanale: anticipare i problemi ed agire
- La gestione mensile: valutare per migliorare

Casi aziendali

- Applicazioni reali di studio Tempi e Metodi



L10 - L'INDUSTRY 4.0 PER LA GESTIONE DEI MAGAZZINI E DELLA DISTRIBUZIONE

Il WMS e TMS per valutare in tempo reale le performance ed ottimizzare la Supply Chain

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

3 giugno 2026 | 3 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Ogni azienda, in linea con Industry 4.0, necessita di strumenti semplici ma efficaci, in grado di garantire la connettività, la raccolta dati, l'aggregazione e l'analisi, con investimenti minimi ed un rapido ritorno dell'investimento (ROI).

Il miglioramento della Produttività del Magazzino ed il rispetto del livello di servizio come consegna al cliente possono essere ottimizzati solo disponendo delle adeguate informazioni in tempo reale.

Normalmente, le attività di Magazzino e di Consegna sono soggette a numerose cause che ne determinano la perdita di efficienza rispetto alla effettiva potenzialità.

La conoscenza automatica in tempo reale degli indicatori di performance (KPI) permette di stabilire il loro andamento; capire le cause di inefficienza è la condizione per definire e pianificazione delle azioni di miglioramento e valutare i risultati ottenuti.

Il corso permette di capire come disporre dei dati sui principali KPI di in tempo reale consente di conoscere ed anticipare i punti deboli del sistema distributivo (Magazzino e Consegna), prendere decisioni efficaci per incrementare l'efficienza e l'efficacia.

A CHI È RIVOLTO

- Operations Manager
- Supply Chain Manager
- Responsabili Logistica
- Responsabili Magazzino

APPRENDERETE A...

- Acquisire elementi conoscitivi e metodologici legati all'organizzazione, alle tecnologie 4.0 utilizzabili per il Magazzino e la Distribuzione
- Raccogliere ed analizzare i dati necessari al miglioramento dei principali KPI
- Definire un modello di miglioramento continuo offerto dalla gestione in tempo reale dei dati raccolti e dalla valutazione degli indicatori di misura in tempo reale, giornalieri, settimanali e mensili

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Case studies applicativi
- Simulazione in aula di applicazioni di analisi guasti in remoto
- Il calcolo del payback dell'investimento

I PLUS:

- Durante il corso verranno discussi casi applicativi su esigenze portate dai partecipanti



L10 - L'INDUSTRY 4.0 PER LA GESTIONE DEI MAGAZZINI E DELLA DISTRIBUZIONE

PROGRAMMA

Le soluzioni ICT per il magazzino

- I sistemi WMS (Warehouse Management System)
- I sistemi TMS (Transportation Management System)

L'automazione e la connessione dei dati nei processi

- L'utilizzo di barcode e dispositivi mobili in radiofrequenza nei processi di ricevimento, movimentazione e spedizione delle merci

I vantaggi della gestione in tempo reale

- Minor costo di gestione (stoccaggio e prelievo) del magazzino
- Necessità di personale meno qualificato grazie alle semplificazioni e ai maggiori controlli del sistema
- Aumento della produttività degli operatori di magazzino grazie all'utilizzo dei palmari
- Miglioramento del servizio al cliente: approntamento delle consegne in tempi più rapidi e con meno errori
- Minore utilizzo di supporti cartacei
- Magazzino aggiornato in tempo reale
- Riduzione dei tempi di inventario
- Tracciabilità delle merci (lotti, matricole)
- Tracciabilità delle spedizioni, localizzazione precisa delle merci e ottimizzazione degli spazi

La raccolta dei dati

- I dati raccolti dagli operatori
- Hardware e software per la raccolta dati
- Implementare il sistema di connettività

L'analisi dei dati per migliorare l'efficienza ed efficacia dei Processi

- Il calcolo dei KPI per la Governance dei Processi
- **Aumentare l'Efficienza:** migliorare la produttività del personale, riducendo gli sprechi e le inefficienze
- **Ridurre i Tempi di evasione ordine:** analizzare le attività a non valore aggiunto per ridurle od eliminarle
- **Aumentare la Produttività:** diminuire i tempi di inattività, di mancata produzione, per aumentare l'effettiva capacità produttiva del vostro Magazzino
- **Migliorare la Qualità:** analizzare le difettosità dei prodotti prelevati e spediti, per individuare con più facilità i motivi e rimuoverli, ottenendo una riduzione di scarti e sprechi
- L'analisi statistica per capire le aree di miglioramento e le cause di generazione di inefficienze
- L'applicazione delle tecniche di miglioramento dell'efficienza ed efficacia

L'interazione uomo macchina e macchina - macchina

- Disponibilità d'informazioni a bordo unità di Prelievo o di spedizione
- Cosa, come e quando informare l'operatore e gestire le criticità durante l'esecuzione delle attività

I Sistemi di Reporting

- Report in tempo reale
- Report periodici: giornalieri, settimanali, mensili, trimestrali ed annuali

Analisi economica e valutazione del Ritorno di Investimento

- Strumenti di valutazione economica
- Costi d'investimento, di esercizio e bilancio costi/benefici
- L'analisi del Payback e ROI (Return on Investment)

L'impatto organizzativo

- Le competenze dell'operatore di Magazzino 4.0
- Formazione continua: metodi e strumenti



L5 - COME RIDURRE I COSTI DI TRASPORTO

Strumenti e tecniche di miglioramento dei costi di trasporto

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

17 giugno 2026 | 9 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

I trasporti rivestono un ruolo importante per garantire un sistema di consegne sicuro e costituiscono un valore d'acquisto di grande rilevanza economica che deve essere analizzato e gestito con grande attenzione.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori Acquisti e Responsabili Acquisti
- Commodity Manager
- Senior e Junior Buyer
- Responsabile Logistica
- Responsabile Trasporti

APPRENDERETE A...

- Fornire gli strumenti per la ricerca e la qualificazione dei fornitori di trasporti
- Conoscere i fondamentali legislativi e normativi del settore
- Apprendere le tecniche specifiche di analisi dei costi e delle tariffe di trasporto
- Impostare la negoziazione di un contratto di trasporto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analizzare i cost drivers delle tariffe di trasporto
- Impostazione un tender di trasporti

I PLUS:

- I partecipanti potranno portare esempi ed esigenze e discuterne con il docente per trovare spunti di miglioramento



L5 - COME RIDURRE I COSTI DI TRASPORTO

PROGRAMMA

Il trasporto su strada

- Trasporto su strada: struttura dei costi
- Trasporto su strada: le leve di ottimizzazione
- Pianificazione dei trasporti: principali approcci e tecniche d'implementazione
- I sistemi TMS (Transportation Management Systems): approfondimento funzionalità e analisi dei benefici ottenibili

Analisi delle performance attuali dei Trasporti

- Identificare i KPI di valutazione economica e di servizio
- Valutare le opportunità di miglioramento
- Definire un piano di miglioramento delle prestazioni con gli attuali fornitori
- Valutare soluzioni alternative sul mercato

Ottimizzazione dei trasporti attraverso un'attenta pianificazione

Come affrontare gli extra costi che impattano nel costo di trasporto

Come Realizzare un tender di successo

- Impostazione del Tender: come fare un'analisi precisa, affidabile e critica delle esigenze
- I parametri tecnici ed economici di valutazione delle offerte dei fornitori
 - aspetto economico
 - la puntualità e la qualità della consegna
 - la flessibilità offerta
 - le conoscenze specifiche del settore
 - la conoscenza del prodotto da trasportare
 - la copertura geografica
 - la dimensione della struttura aziendale
 - i requisiti di sicurezza
- Le fasi del Tender Trasporti
 - l'Audit dei trasporti per conoscere le proprie necessità
 - lo screening dei fornitori
 - il capitolato tecnico logistico
 - la costruzione della tariffa e dei costi accessori
 - gli SLA: i tempi di resa e il livello di servizio
- La valutazione delle offerte
- Tecniche di negoziazioni con il fornitore
- Il controllo delle condizioni contrattuali definite



L7 - COME GESTIRE CORRETTAMENTE LE OPERAZIONI DOGANALI DI IMPORT/EXPORT

Strumenti e tecniche per migliorare la gestione di Import ed Export

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

:

quote di partecipazione IVA esclusa

4 - 5 maggio 2026 | 5 - 6 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso fornisce tutte le competenze necessarie a verificare la correttezza delle operazioni doganali al fine di prevenire irregolarità e relative sanzioni e di ridurre costi operativi e fiscali all'importazione e all'esportazione, migliorando i rapporti contrattuali con clienti e fornitori.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili operativi dei Servizi Import/Export
- Responsabili Uffici Acquisti/Vendite
- Responsabili Amministrativi
- Responsabili Commerciali
- Responsabili Operativi Logistica
- Responsabili Servizio Clienti

APPRENDERETE A...

- Conoscere procedure e adempimenti doganali per impostare una solida strategia permette di ottimizzare i costi nei flussi di import/export
- Risparmiare sugli oneri daziari ed evitare sanzioni potenzialmente significative
- Conoscere e approfondire la logica giuridica procedurale
- Interpretare e applicare i principi del codice doganale comunitario e delle nuove disposizioni di applicazione delle nuove norme comunitarie
- Gestire le procedure amministrative secondo le più recenti istruzioni nazionali
- Esaminare singole ipotesi operative concrete e suggerire le più idonee soluzioni

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esame della documentazione a supporto della bolletta doganale
- Determinare il valore in dogana per l'applicazione del dazio e dell'IVA
- Analizzare i metodi per la riduzione delle spese doganali
- Esaminare i procedimenti di sanabilità degli errori nella dichiarazione doganale

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto, verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti
Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



L7 - COME GESTIRE CORRETTAMENTE LE OPERAZIONI DOGANALI DI IMPORT/EXPORT

PROGRAMMA

Fonti normative comunitarie e nazionali

- Regolamento UE 952/2013 (Codice Doganale Unionale) e Regolamenti UE 2446-2447/2015 (Disposizioni di attuazione)
- Norme nazionali e compatibilità con la regolamentazione comunitaria
- GATT/WTO e principali accordi internazionali con le leggi di recepimento
- Accordi di associazione, Unione doganale, Partenariato, Euromediterraneo
- Atti unilaterali per i Paesi in Via di Sviluppo (PVS – Sistema delle preferenze generalizzate/SPG)

Il Rapporto giuridico doganale

- Territorio doganale comunitario e nazionale ed 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: le ipotesi in cui non si pagano i diritti doganali
- Esportazione di beni dual use soggetti alla Convenzione di Washington (Cites) e di beni culturali

Commercio e trasporto internazionale

- Cenni sul contratto internazionale di vendita e di trasporto
- Le convenzioni internazionali in materia di vendita e di trasporto
- Documenti di trasporto internazionali (CMR, CIM, AWB, Bill of lading)
- Clausole Incoterms®, conoscerle per applicarle correttamente

Fonti normative e tecnica doganale (la gestione dei più importanti documenti doganali)

Le destinazioni doganali e i regimi doganali effettivi

- Adempimenti delle formalità doganali
- La dichiarazione doganale (DAU e DAE)
- Documenti accessori. Carnet TIR, Carnet ATA

L'origine della merce, il made in e le problematiche connesse

- Regole di origine preferenziale e non preferenziale delle merci
- Regole del cumulo
- Rilascio e controllo dei certificati di circolazione delle merci
- Dichiarazione su fattura ed esportatore autorizzato
- Ultimi aggiornamenti in tema di Made IN
- Informazione vincolante sull'origine (IVO)
- Certificazioni e documenti: EUR1, FORM-A, ATR

Classificazione e valore delle merci

- Sistema armonizzato
- Nomenclatura combinata e Taric
- Informazione tariffaria vincolante (ITV)
- Valore e prezzo in fattura

Adempimenti doganali

- Compilazione dei Modelli doganali
- Rappresentanza in dogana
- Dichiarazione d'intento
- Obblighi in materia di esportazioni prodotti dual use

Contenzioso

- Revisione dell'accertamento
- Contestazioni e controversie
- Illeciti amministrativi, penali e sistema sanzionatorio
- Statuto del contribuente
- Competenze delle commissioni provinciali tributarie
- Istruzioni ministeriali per l'applicazione della legge doganale

Procedure di sdoganamento

- Fasi dell'operazione doganale
- Canali verde, giallo, rosso ed effetti fiscali e procedurali
- Liquidazione, pagamento dei diritti e dilazioni
- Deposito e garanzia dei diritti mediante fidejussione bancaria o polizza fidejussoria assicurativa
- Esonero dal prestare cauzione – art. 90 TULD
- Recupero e rimborso dei diritti doganali
- Procedure semplificate
- Restrizioni all'importazione ed all'esportazione ed autorizzazioni di deroga



L9 - MADE IN E DUAL USE

Imparare a gestire correttamente il "MADE IN" e sfruttare commercialmente i benefici per l'origine preferenziale

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 giugno 2026 | 13 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso si propone di illustrare i concetti di "origine delle merci", sia con riguardo all'origine comune/commerciale/non preferenziale (o "made in"), sia con riguardo al concetto prettamente doganale di "origine preferenziale", spendibile nell'ambito degli accordi commerciali di libero scambio (ALS).

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili operativi dei servizi Import/ Export
- Responsabili uffici acquisti/vendite
- Responsabili amministrativi e addetti alla contabilità
- Responsabili commerciali
- Responsabili operativi logistica
- Responsabili servizio clienti

APPRENDERETE A...

- Gestire correttamente l'attribuzione delle origini (preferenziale e non) a merci e prodotti
- Conoscere le modalità di attestazione e/o di autocertificazione delle origini
- Scongiorare i rischi (legali e commerciali) connessi ad una impropria attribuzione e gestione delle origini della merce

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esame delle regole di diverse tipologie di beni, sia con riferimento all'origine preferenziale che non preferenziale
- Esempi di compilazione delle dichiarazioni e attestazioni di origine
- Esame di alcune pronunce giurisprudenziali in tema di origine
- Disamina del formulario per la richiesta di IVO - Informazione Vincolante di Origine

I PLUS:

Conoscenza della disciplina e corretta gestione in azienda dell'origine della merce, tanto per scongiurare conseguenze sanzionatorie (anche penali) quanto per fruire dei vantaggi commerciali in tema di riduzione dei dazi nell'ambito degli accordi preferenziali siglati dall'UE con Paesi terzi



L9 - MADE IN E DUAL USE

PROGRAMMA

Premessa, inquadramento e fonti normative

L'origine non preferenziale/comune/commerciale

- L'origine come concetto geografico
- Il conferimento dell'origine: la lavorazione "sostanziale"
- La trasformazione "economicamente giustificata" e l'"impresa attrezzata"
- Le lavorazioni disciplinate dall'Allegato 22-01 del RD 2015/2446
- Le linee guida dell'Agenzia delle Dogane: l'interpretazione della circolare prot. N. 70339 del 16 luglio 2018
- Le regole dell'UE e la disciplina internazionale sull'origine non preferenziale: "WTO list rules"
- Le "operazioni minime"
- Attestazioni e certificazioni di origine: il Certificato di Origine, modalità di richiesta e rilascio

L'origine preferenziale nel c.d Sistema delle Preferenze Generalizzate

- Il concetto doganale di "origine preferenziale"
- L'attribuzione dell'origine preferenziale: le lavorazioni previste nei protocolli di origine
- Gli Accordi siglati dalla UE con Paesi o gruppi di Paesi
- I certificati di circolazione: EUR.1, EUR-MED e ATR
- Le dichiarazioni di origine preferenziale in fattura
- Le "dichiarazioni del fornitore"
- Esportatore Autorizzato
- Esportatore registrato e Sistema REX
- Le regole di "cumulo"
- Il "no drawback"

Il "MADE IN" nella normativa nazionale

- "Indicazioni di origine" e "tracciabilità dei prodotti"
- Indicazioni di origine sui prodotti e sugli imballaggi
- La disciplina nazionale sulle indicazioni di origine
- "Falsa" e "fallace" indicazione di origine
- L'utilizzo del "marchio"

Conseguenze amministrative e penali per la non corretta dichiarazione di origine

- Le sanzioni per le violazioni in materia di indicazioni di origine

IVO - Informazioni Vincolanti in materia di Origine

- L'attribuzione dell'origine con il supporto dell'Agenzia delle Dogane
- Il formulario di domanda
- La banca dati EBTI della Commissione Europea

I CORSI DI FORMAZIONE PER AREA



ORGANIZZAZIONE E PROJECT MANAGEMENT



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

LA PAROLA AI PARTECIPANTI

"Essendo Sales Manager e non Product Manager il corso ha avuto l'aspetto molto positivo di conoscenza a 360°."

Enrico Farinazzo

Sales Manager ESSECO SRL

"Azioni concrete da implementare in azienda dopo il corso: Aggiornamento strumenti per gestione progetti, Condivisione contenuti teorici ed Applicazione dei contenuti."

Riccardo Barberis

Project Manager LAGOR SRL

"Azioni concrete da implementare in azienda dopo il corso: Motivazione dei collaboratori, Risk Analysis ed individuazione KPI."

Valeria Contartese

Responsabile R&D GREEN HAS ITALIA SPA

"Corso ben strutturato, elevata competenza e grande utilità delle tematiche presentate. Raccomandato a tutti i PM!"

Michele Greco

Technical/R&D Manager ZEC SPA

"Corso ottimamente preparato ed efficace."

Giovanni Gonzato

Sales Area Manager & Application Engineer FRASCOLD SPA

"Ho trovato questa formazione molto efficace poiché dinamica e bilaterale, che tiene conto delle diverse necessità dei partecipanti e li guida con consigli pratici. Seguirò molte delle tecniche viste assieme durante il corso."

Giulia Zanella

Brand Manager LABORATOIRES EXPANSCIENCE ITALIA SRL

"Corso gestito con un approccio molto pratico, sia per gli esercizi in aula, sia per la valutazione con buon senso dei metodi di Project Management. Gradito anche il numero chiuso a pochi discenti."

Cristian Valsecchi

Application Engineering Manager BLM SPA

"Corso ben strutturato, che segue un filo logico facilmente comprensibile, con esercizi e che spiega strumenti semplici per la gestione in modo alternativo allo standard di progetti complessi e del team di progetto."

Mirko Rappo

Program Manager SALVAGNINI ITALIA SPA

"Il corso ha offerto molto spunti di riflessione e strumenti di analisi organizzativa che opportunamente adattati al contesto possono essere prontamente implementabili."

Silvia Marietta

Responsabile Formazione e Sviluppo Organizzativo AIZOON SRL



01 - STRUMENTI E TECNICHE DI PROJECT MANAGEMENT

Come affrontare e gestire con successo ogni tipo di progetto

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

24 - 25 marzo 2026 | 13 - 14 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il successo di un progetto deriva dalla capacità di saper gestire in modo eccellente molteplici variabili, in un contesto dinamico ed in continuo mutamento. L'esperienza già maturata sul campo rischia di non essere sufficiente a finalizzare un'iniziativa complessa, articolata e per certi aspetti nuova ed unica.

Obiettivo di questo corso, basato sui contenuti del PMBOK del Project Management Institute, è quello di fornire un approccio semplice e strutturato per affrontare con successo ogni tipo di progetto.

Il corso è estremamente pratico e coinvolgente perché interamente basato sulla simulazione di un progetto reale: i partecipanti saranno suddivisi in team e apprenderanno le best practices e gli strumenti chiave di Project Management attraverso la sperimentazione diretta in aula, con il meccanismo del 'trial and error'.

A CHI È RIVOLTO

- Capi progetto con esperienza che desiderano consolidare approccio e strumenti
- Capi progetto di nuova nomina
- Responsabili di servizi coinvolti a diverso titolo nella realizzazione di progetti
- Tutte le persone che fanno parte di team di progetto

APPRENDERETE A...

- Acquisire una metodologia e un approccio che permettano di gestire qualunque tipo di progetto
- Utilizzare gli strumenti di base per la pianificazione e il controllo dei tempi e dei costi
- Anticipare le derive di progetto attraverso la Risk Analysis
- Acquisire le best practice per la gestione delle riunioni
- Utilizzare le tecniche di negoziazione e di gestione dei conflitti
- Gestire meglio il proprio tempo e il tempo dei propri collaboratori

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Il corso si sviluppa intorno alla simulazione di un progetto, vero filo conduttore del corso, con debriefing su ciascuno degli argomenti affrontati
- Sono previsti numerosi role play su team building, negoziazione delle risorse, gestione dei conflitti

I PLUS:

Il corso si contraddistingue per l'approccio pratico e concreto (80% pratica e 20% teoria) con alternanza di aspetti relazionali/comportamentali a fasi tecnico/analitiche

Ogni argomento affrontato è coerente con l'approccio del Project Management Institute (PMI)

La didattica è estremamente innovativa: prima si sperimenta, poi si consolidano gli aspetti teorici



01 - STRUMENTI E TECNICHE DI PROJECT MANAGEMENT

PROGRAMMA

Definire ambito e contenuto (lo Scope) del progetto

- Precisare le finalità del progetto: lo sviluppo del Project Charter
- Definire gli obiettivi, i vincoli e le condizioni di riuscita, i limiti e i requisiti
- Descrivere l'ambito del progetto in fase di avvio: lo Scope Statement

Precisare ruoli e responsabilità sulle attività di progetto

- Scomporre il progetto in attività: il sistema W.B.S. – O.B.S
- Assegnare responsabilità specifiche su ogni attività: i work packages

Costituire il team

- Motivare e corresponsabilizzare ogni membro del team
- Saper essere persuasivi ed esercitare la leadership
- Gestire il rapporto e la relazione con i responsabili di area ed il partecipante al team

Budgeting del progetto

- Affinare le stime
- Coinvolgere i fornitori
- Effettuare la prima stesura del budget di progetto
- Saper lavorare in team

Negoziare con profitto

- Preparare e saper condurre una negoziazione efficace
- Superare la logica del compromesso e spingere per un accordo duraturo

Pianificare i tempi

- Costruire un reticolo di progetto (PERT-CPM)
- Evidenziare i percorsi critici e i margini sulle attività
- Elaborare il GANTT
- Rimuovere i vincoli e livellare le risorse

Anticipare le derive di progetto: la Risk Analysis

- Utilizzare il brainstorming per evidenziare i rischi
- Eliminare, trasferire e mitigare i rischi di progetto
- Svolgere un'analisi qualitativa dei rischi

Gestire efficacemente le riunioni ed ottenere il consenso

- Affrontare con successo una riunione con il commitment
- Applicare le tecniche di presentazione efficaci
- Conoscere le 'best practices' sulle riunioni di progetto (avvio, presentazione, punti in sospeso, avanzamento lavori e gestione modifiche)

Monitorare e controllare lo stato avanzamento lavori

- Conoscere ed applicare i diversi criteri di misura dell'avanzamento fisico
- Valutare il lavoro svolto e ciò che manca al completamento

Gestire le situazioni di conflittualità

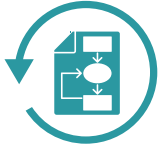
- Gestire i conflitti aperti e latenti in relazione alla situazione e alle persone
- Innescare i meccanismi di escalation quando serve

Comunicare efficacemente: il sistema di reporting

- Redigere un report direzionale incisivo e un tableau de bord
- Conoscere i principali strumenti di comunicazione sui progetti

Gestire la fase di chiusura del progetto

- Saper valorizzare e capitalizzare l'esperienza
- Cenni ai sistemi di knowledge management sui progetti



02 - GESTIRE UN PROGETTO DI SVILUPPO PRODOTTO

Come migliorare le tempistiche di sviluppo ed il rispetto dei costi

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

19 - 20 marzo 2026 | 1 - 2 luglio 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Lo sviluppo di un nuovo prodotto rappresenta una sfida sempre più ambiziosa: è fondamentale far bene al primo colpo, ridurre il time to market, con prezzi concorrenziali e coerenti con il mercato di riferimento. Tutto ciò richiede elevata professionalità nella gestione del processo di sviluppo: performance di prodotto allineate con le aspettative e le esigenze del mercato, progettazione e sviluppo a target costing, mantenimento degli obiettivi di tempo e qualità definiti, costituzione e sviluppo di un team efficace.

Obiettivo del corso è fornire un approccio strutturato e gli strumenti adatti per garantire il successo del progetto di sviluppo nuovo prodotto, dalla progettazione fino all'introduzione sul mercato.

A CHI È RIVOLTO

- Project/Product Manager
- Responsabili area Commerciale/Marketing
- Responsabili Ricerca e Sviluppo
- Responsabili Progettazione e Industrializzazione
- Responsabili Produzione
- Tutte le persone abitualmente coinvolte in un progetto di sviluppo nuovo prodotto

APPRENDERETE A...

- Utilizzare le tecniche di Project Management per la pianificazione e il controllo di tempi - costi - qualità e per la gestione del team
- Applicare un metodo ed un approccio strutturato e rigoroso per gestire il progetto di sviluppo nuovi prodotti
- Conoscere i principali strumenti di progettazione e industrializzazione di nuovi prodotti: Design to Cost, Target Costing, Value Analysis/Engineering, Design for Manufacturing & Assembly, Concurrent Engineering, FMEA prodotto, MOST, ...

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Definire le specifiche richieste dal cliente e pianificare il progetto
- Utilizzare il Concurrent Engineering
- Simulazione pratica e role play:
 - coordinare lo sviluppo di un nuovo prodotto con un Team interfunzionale
 - gestire le relazioni e la comunicazione con fornitori e clienti interni ed esterni

I PLUS:

Utilizzo di una simulazione realistica dello sviluppo di un nuovo prodotto, per permettere ai partecipanti di sperimentare concretamente le difficoltà che si presentano e gli strumenti/approcci da utilizzare

Ampio uso di role play e simulazioni

Alternanza di teoria, pratica e riflessioni sull'applicabilità nel proprio contesto, per un apprendimento che sia utilizzabile immediatamente nella propria realtà lavorativa



02 - GESTIRE UN PROGETTO DI SVILUPPO PRODOTTO

PROGRAMMA

LE FASI DELLO SVILUPPO DI UN NUOVO PRODOTTO

Il progetto di sviluppo prodotto

- Gestire un progetto di sviluppo prodotto
- Il linguaggio dei progetti di sviluppo
- Le fasi e l'importanza di ben impostare il progetto
- Sviluppo di un nuovo prodotto e soluzioni organizzative

Avviare il progetto di sviluppo prodotto

- Comprendere le esigenze del cliente: il customer satisfaction model di Kano
- Definire gli obiettivi
- Identificare le specifiche del prodotto e realizzare il project charter
- La suddivisione del progetto in attività e l'assegnazione delle responsabilità: WBS e OBS
- La costituzione di un team interfunzionale
- La definizione del planning e le milestones di progetto
- La stima del budget di progetto e dei costi di prodotto
- L'avvio (kick off) del progetto

Organizzare e gestire lo sviluppo di un nuovo prodotto

- Il concurrent engineering per ottimizzare il time to market
- Gestire modifiche e varianti
- Gestire le relazioni con fornitori e terzisti
- La gestione della comunicazione interna ed esterna
- La fase di collaudo e avvio

Concludere un progetto di sviluppo

- Bilancio del progetto
- La capitalizzazione dell'esperienza

GLI STRUMENTI PER GESTIRE IL PROGETTO DI SVILUPPO PRODOTTO

Gli strumenti di Project Management

- Definire le responsabilità: OBS, RACI chart
- Stimare e controllare i tempi e le scadenze:
 - Gantt, PERT
 - avanzamento fisico e previsioni a finire
- Stimare e controllare i costi:
 - le tecniche per la stima dei costi
 - il controllo dei costi impegnati e la previsione di costo di progetto a finire
- Il controllo complessivo del progetto: l'Earned Value Management (EVM)
- La gestione dei rischi

Gli strumenti per controllare la redditività progetto di sviluppo

- I sistemi di valutazione degli investimenti
- L'analisi di sensitività
- La stima del costo di prodotto
- Il life cycle costing
- Il target costing

Gli strumenti per una progettazione efficace ed efficiente

- FMEA/FMECA di prodotto
- La Value Analysis
- Il Design to Cost
- Il Design for Manufacturing / Assembly
- Il Quality Function Deployment (QFD)



03 - LA GESTIONE DI COMMESSA

Come raggiungere gli obiettivi economici, qualitativi e temporali

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

1 - 2 luglio 2026 | 10 - 11 dicembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Nella gestione di commessa, per coniugare la redditività aziendale e il soddisfacimento dei bisogni del cliente serve una grande capacità di coordinamento e di gestione dei molteplici attori coinvolti: cliente interno od esterno, reparti interni, fornitori, stakeholders esterni, personale del "field" e del service operanti spesso in un contesto multinazionale.

Obiettivo di questo corso è migliorare le competenze di Project Management lungo tutte le fasi del processo di gestione di una commessa industriale, sia dal punto di vista del fornitore che del cliente.

A CHI È RIVOLTO

- Project Manager
- Field/service Manager
- Responsabili di area e personale coinvolto nel processo di gestione commessa
- Responsabili Vendite e aree tecnico/commerciali
- Controller e Responsabile Pianificazione e Controllo commesse

APPRENDERETE A...

- Migliorare la gestione della relazione con il cliente esterno e interno: specifiche di commessa, gestione rapporti con fornitori e reparti, gestione varianti e modifiche
- Migliorare la gestione del tempo e le best practice sulle riunioni
- Anticipare le derive di commessa
- Migliorare la propria capacità di problem solving e problem setting
- Negoziare e finalizzare il contratto
- Conoscere le principali caratteristiche e peculiarità dei contratti di commessa

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Stimare i costi di una commessa
- Preparare un contratto per una commessa
- Role play:
 - gestire un cambiamento/variante e un imprevisto
 - preparare ed effettuare una negoziazione

I PLUS:

Per agevolare la comprensione dello scenario di riferimento e della complessità di gestione delle performance di tempo, costo/margine e qualità saranno utilizzate simulazioni e role play basati su esperienze pratiche ed esempi concreti

Verranno presentati e discussi numerosi casi reali

Gli aspetti contrattuali verranno sviluppati in collaborazione con un esperto legale



03 - LA GESTIONE DI COMMESSA

PROGRAMMA

PARTE PRIMA

Le principali caratteristiche di una commessa

- Tipologie di commessa
- Specificità, caratteristiche ed aspetti chiave
- Processi e macrofasi di gestione di una commessa secondo l'approccio P.M.I.
- Le 9 Knowledge areas da presidiare per una gestione efficace di ogni tipo di commessa

Gestire la fase precedente al contratto: come cliente/commitment...

- La decisione bid / no bid e la priorità da assegnare alla commessa da lanciare
- La scelta dei potenziali fornitori
- Chiarire gli obiettivi della commessa
- La definizione del capitolato
- Strutturare la richiesta di offerta
- Organizzarsi per monitorare l'intero ciclo di vita della commessa

Gestire la fase precedente al contratto: come fornitore...

- La stima preliminare di tempi/costi/fattibilità
- La valutazione dei rischi
- Stima della profittabilità della commessa
- La preparazione della proposta
- La valutazione della commessa all'interno di un portafoglio progetti già acquisiti
- Organizzarsi per gestire la commessa

Negoziare e finalizzare l'accordo

- La valutazione delle offerte e la selezione del fornitore
- La preparazione della negoziazione
- Tecniche di negoziazione di commesse:
 - definire gli obiettivi e il BATNA (Best Alternative To Not Agreement)
 - sessioni esplorative
 - tecniche comportamentali e suggerimenti pratici
- L'accordo sul prezzo: incentivi, lump sum, unit basis, time and materials, cost plus
- Documentare l'accordo o terminare la negoziazione

Gestire la commessa

- Costituire il Team e attribuire le responsabilità delle attività
- Controllare lo stato d'avanzamento
- Comunicare lo stato di avanzamento e le azioni di follow up

- Gestire i costi di commessa
- Gestire le modifiche e/o le varianti in corso d'opera
- Il livellamento delle risorse
- La gestione dei rischi e dell'incertezza
- Come risolvere reclami e conflitti
- La gestione della documentazione

Gestire l'implementazione sul campo

- La gestione dei materiali e dei fornitori
- La gestione dei sub-contractor
- Gestire le attività di costruzione/montaggio
- Pianificare e gestire i test di accettazione

La chiusura della commessa

- Il passaggio di consegne tra fornitore e cliente
- La formalizzazione della chiusura della commessa
- La riallocazione delle risorse del Team
- Finalizzare la documentazione della commessa
- Analisi critica e capitalizzare l'esperienza

Alcuni Esempi di commesse

- Le commesse impiantistiche
- La realizzazione di un sistema informativo
- Le commesse di produzione

PARTE SECONDA

Generalità sui contratti

- Il negozio giuridico e il contratto
- Gli elementi essenziali del contratto: accordo, causa, oggetto, forma, le condizioni
- Vincolabilità e tutela dell'equilibrio contrattuale
- Invalidità dei contratti: annullamento, rescissione e risoluzioni

Specificità delle modalità contrattuali

- Gli elementi essenziali nei contratti di compravendita
- Somministrazione dei contratti di fornitura
- I contratti di prestazione d'opera:
 - appalti
 - contratti d'opera
 - subfornitura nelle unità produttive
- La responsabilità per difettosità di prodotto
- I contratti accessori alla compravendita: il trasporto e la spedizione



09 - LA METODOLOGIA AGILE E SCRUM NELLA GESTIONE DEI PROGETTI

Come gestire progetti in maniera innovativa, snella e agile

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 - 26 febbraio 2026 | 28 - 29 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Per AGILE si intende un insieme di pratiche, metodologie, principi e valori che permettono una gestione dei progetti leggera e adattiva.

Le moderne tecnologie di prototipizzazione rapida e la crescente necessità di innovare e mantenere il passo con la concorrenza hanno portato l'applicazione delle metodologie AGILE e SCRUM.

Questo corso propone un nuovo modo di gestire i progetti in modalità innovativa, snella e agile, aiutandovi a capire per quali progetti è utile applicare le metodologie AGILE e SCRUM.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili R&D
- Responsabili ufficio tecnico
- Direzione tecnica
- Team leader
- Project and Product Manager
- Manager coinvolti nella gestione dei progetti
- A coloro che gestiscono progetti

APPRENDERETE A...

- Comprendere i principi e i concetti fondamentali alla base delle metodologie AGILE e SCRUM
- Sviluppare competenze caratterizzanti le figure professionali e i ruoli del mondo AGILE
- Avere un quadro dei diversi modelli e framework AGILE
- Sviluppare una buona conoscenza delle principali tecniche e strumenti operativi di AGILE
- Identificare i principali requisiti ed impatti nell'adozione di framework AGILE in una organizzazione
- Aiutare a gestire i progetti in contesti ad alta incertezza
- Avere un approccio "visual" e interazioni frequenti per team motivati ed efficaci

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

Durante il corso viene posta particolare enfasi sugli aspetti pratici della Metodologia AGILE e SCRUM attraverso la presentazione di un case study. Verranno inoltre presentati strumenti e momenti di riflessione per individuare i fattori chiave di successo dell'implementazione di SCRUM in azienda

I PLUS:

- La lezione sarà tenuta in stile workshop e facilitazione interattiva nell'utilizzo dei tool



09 - LA METODOLOGIA AGILE E SCRUM NELLA GESTIONE DEI PROGETTI

PROGRAMMA

I limiti della gestione tradizionale dei progetti

- Come rispondere alla complessità nello sviluppo e nella gestione dei progetti
- Panoramica sulle principali metodologie
- I limiti del Project Management “waterfall” e i suoi campi di utilizzo

Introduzione all'AGILE

- Definizione di AGILE
- Life Cycle nei progetti IT
- Limiti degli Approcci Predittivi – Plan Driven
- Principi delle metodologie AGILE
- Il manifesto AGILE
- Quando usare un approccio AGILE

La gestione AGILE per ogni fase di progetto

- Avvio di un progetto
- Pianificazione di un progetto
- Processi iterativi di un progetto
- Controllo di un progetto
- Chiusura di un progetto

Metodologie AGILE

- eXtreme Programming (XP)
- Adaptive Software Development (ASD)
- Feature-Driven Development (FDD) Crystal
- Dynamic System Development Method (DSDM)
- Lean Software Development
- Kanban
- PMI e metodologie AGILE

SCRUM framework

- Teoria e pilastri di SCRUM
- Primi approcci al concetto
- Processo e vantaggi
- Le user story
- “Tempo” in SCRUM
- Ruoli di SCRUM
- Product Owner
- SCRUM Master
- Team
- Stakeholder

Gli eventi di SCRUM

- Introduzione agli eventi SCRUM
- Sprint Planning
- Daily Scrum
- Sprint Review
- Sprint Retrospective
- Artefatti di Scrum
- Product Backlog
- Sprint Backlog
- Burndown Chart e Report di Progetto

Aspetti organizzativi dello SCRUM

- Quali sono gli artefatti, i tools e le metriche in SCRUM
- Come generare un team affiatato
- La potenza del visual planning
- Come organizzare e gestire gli stand up meeting quotidiani

Scalabilità di SCRUM

- SCRUM in programmi e portfolio
- SCRUM of SCRUMS (SoS)
- Corrispondenza ruoli tradizionali/ruoli SCRUM
- Coinvolgimento degli stakeholder
- Kanban e SCRUM



05 - GESTIRE UN TEAM DI PROGETTO

Leadership, motivazione, comunicazione, delega, gestione dei conflitti

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

21 - 22 aprile 2026 | 17 - 18 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il raggiungimento degli obiettivi di performance dipende in larga misura dall'efficace costituzione e gestione del proprio team di lavoro. La gestione di un team, a sua volta, richiede competenze di tipo diverso, che vanno dal saper essere leader, al saper comunicare, persuadere, risolvere i problemi che si presentano, promuovere il cambiamento. Obiettivo del corso è consolidare il know how sugli aspetti relazionali e comportamentali in ogni situazione di lavoro in team, ed in relazione alle caratteristiche e competenze distintive di ogni risorsa del team.

A CHI È RIVOLTO

- Team Leader
- Project Manager/Program Manager
- Manager occasionalmente coinvolti nella realizzazione di progetti
- Responsabili di area che gestiscono gruppi di lavoro

APPRENDERETE A...

- Migliorare lo stile manageriale in ogni situazione
- Motivare e coinvolgere il team anche in situazioni difficili
- Negoziare efficacemente le risorse
- Migliorare la capacità di gestione e risoluzione di situazioni conflittuali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- La gestione del tempo
- La comunicazione all'interno del team
- La motivazione dei collaboratori
- La gestione dei conflitti e la negoziazione efficace

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto basato sull'analisi di situazioni reali e ricorrenti nelle varie fasi di lavoro in team

Sono previsti test autodiagnostici per valutare le proprie capacità di leadership e persuasione

Sarà dato ampio spazio ai role play ed al loro debriefing da parte del docente



05 - GESTIRE UN TEAM DI PROGETTO

PROGRAMMA

Pianificare le risorse necessarie al lavoro in team

- Definire ruoli e responsabilità sulle attività: WBS, RAM, RACI Chart
- Precisare i profili e gli skill necessari e l'apporto di risorse esterne
- Identificare i vincoli logistici, ambientali e organizzativi delle risorse
- Pianificare esigenze di formazione, riconoscimenti, premi e criteri di dismissione delle risorse

Costituire il team

- Negoziare con i Manager funzionali le risorse necessarie
- Motivare le risorse pre-assegnate e operanti già su altri fronti
- Chiarire il contributo e corresponsabilizzare le persone
- Selezionare le risorse esterne (fornitori di servizi e prestazioni)
- Alimentare la fiducia reciproca e stabilire buoni rapporti interpersonali
- Le diverse fasi evolutive del gruppo di progetto

Gestire il team

- Costruire sulle differenze culturali, professionali e metodologiche
- Incoraggiare la partecipazione e il coinvolgimento di tutti i membri del team
- Motivare le persone per ottenere il massimo da ognuno
- Far corrispondere obiettivi di progetto e obiettivi individuali
- Impostare un sistema di comunicazione di gruppo per mantenere sotto controllo le attività
- Sapere come e quando delegare
- Attivare incontri e momenti di formazione specifici formali e informali
- Saper valutare le prestazioni dei membri del gruppo di lavoro
- Gestire i feedback, risolvere i problemi e coordinare le modifiche necessarie
- Progettare e gestire la riunione come strumento di lavoro
- Gestire preventivamente le indisponibilità di risorse
- Attivare azioni correttive

Esercitare la propria leadership nel team

- Le basi della leadership
- Come comportarsi con responsabilità e senza autorità
- Comprendere le dinamiche di potere all'interno del gruppo
- Come guidare i modi di procedere per ottenere il massimo risultato nel minor tempo possibile
- Adattare il proprio stile di management alle particolari situazioni e persone
- Utilizzare la persuasione per influenzare il processo decisionale del team

Gestire e superare i conflitti: la comunicazione efficace

- Come e quando intervenire per annullare l'impatto negativo di alcuni ruoli sulla produttività del gruppo
- Trasformare il conflitto in opportunità costruttiva
- Come individuare i segnali che preludono a situazioni difficili
- I diversi tipi di conflitto: di contenuto o di relazione



O6 - RISK MANAGEMENT: LA GESTIONE DEI RISCHI NEI PROGETTI

Come analizzare, affrontare e gestire i rischi di progetto

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 aprile 2026 | 4 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il successo di un progetto è in buona parte legato alla capacità di identificare e gestire in anticipo i principali rischi. Spesso l'identificazione, l'analisi e la gestione dei rischi di progetto non viene svolta in maniera sistematica e strutturata. Questo porta a dover risolvere i problemi dopo che si sono manifestati con, in genere, un costo più alto e un impatto negativo su qualità, costi e tempi di realizzazione del progetto. In molti casi queste conseguenze negative si sarebbero potute evitare o perlomeno ridurre in maniera significativa agendo preventivamente. Il corso fornisce una visione approfondita e le competenze necessarie per implementare un processo strutturato di identificazione e analisi dei rischi, la relativa definizione ed implementazione di un piano d'azione. Questo al fine di minimizzare le conseguenze negative e massimizzare quelle positive con un approccio efficiente ed efficace.

A CHI È RIVOLTO

- Project e Program Manager con esperienza che desiderano consolidare approccio e strumenti
- Capi progetto di nuova nomina
- Responsabili di enti coinvolti in maniera significativa nella realizzazione di progetti
- Tutte le persone che fanno parte di team di progetto

APPRENDERETE A...

- Comprendere le diverse fonti di rischi per progetti
- Identificare ed analizzare, in maniera sistematica, i rischi di progetto
- Definire un piano di gestione dei rischi efficiente ed efficace
- Controllare l'implementazione delle azioni
- Strutturare un processo sistematico per l'analisi e la gestione dei rischi dei progetti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Identificare i principali rischi positivi e negativi di un progetto
- Analizzare i rischi di progetto
- Definire un piano per gestire i rischi e valutarne il relativo impatto
- Casi relativi a rischi di progetto e problem solving

I PLUS:

Il corso si contraddistingue per l'approccio pratico e concreto
Verranno svolti esercizi pratici, per testare direttamente quanto appreso ed analizzati casi reali di progetti



O6 - RISK MANAGEMENT: LA GESTIONE DEI RISCHI NEI PROGETTI

PROGRAMMA

I rischi di progetto

- Cosa è un rischio di progetto?
- Incertezza, rischi e imprevisti: come gestirli
- I vari tipi di rischio: tipologia e natura dei principali rischi

Definire un processo per la gestione dei rischi

- Il ciclo di vita di un progetto: principali fasi e milestones
- Quando effettuare un'analisi dei rischi
- Come strutturare il processo per la gestione dei rischi

Identificare i rischi

- Metodi di identificazione, strutturati e informali
- Individuare i rischi
- Descrivere i rischi

Assessment dei rischi

- I benefici di effettuare un assessment dei rischi prima della loro analisi quantitativa
- Come effettuare un assessment dei rischi
- Valutare impatti su tempi, costi e qualità del progetto

Analizzare i rischi

- Definire le scale di valutazione per l'evenienza e la gravità dei rischi
- L'analisi quantitativa dei rischi
- Identificare le principali criticità

Pianificare le risposte ai rischi

- Strategie per rischi positivi: sfruttare, condividere, migliorare ed accettare
- Strategie per rischi negativi: eliminare, mitigare, trasferire ed accettare
- Definire un piano d'azione efficiente ed efficace
- Comunicare i principali rischi e relativo piano allo sponsor e allo steering committee
- Collegare l'output dell'analisi dei rischi con la stima dei costi, budget e scheduling dei progetti

Monitorare e controllare i rischi

- Verificare l'implementazione del piano d'azione
- Analizzare l'esposizione del progetto ai rischi prima e dopo le azioni programmate
- Analizzare gli scostamenti ed individuarne le cause

Il problem solving nei progetti

- Analizzare i problemi
- Identificare le cause
- Confrontare le soluzioni alternative
- Scegliere ed implementare la migliore soluzione

Migliorare la gestione dei rischi e le performance nei propri progetti

- Gli errori più frequenti: come evitarli
- Learned lessons per migliorare le performance in progetti futuri



07 - LA VALUTAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA DEI PROGETTI AZIENDALI

Analizzare e garantire la redditività dei progetti aziendali

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
11 giugno 2026	23 novembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

I progetti aziendali sono fondamentali per il futuro dell'impresa. In quasi tutti i settori sta aumentando l'incidenza delle attività di progetto rispetto le attività correnti. I manager devono prendere decisioni rilevanti e, spesso, sempre più frequenti su progetti da attivare, da posticipare o da non attivare. Occorre anche considerare le risorse disponibili (finanziarie ed umane) per poter portare avanti con successo i progetti programmati. Il corso ha un taglio pratico e pragmatico. Fornisce l'approccio e gli strumenti per analizzare, da un punto di vista economico-finanziario, i progetti, valutarne la convenienza, le relative priorità e la loro sensitività. È un corso fondamentale per tutti coloro che sono coinvolti nel processo decisionale aziendale e che hanno la responsabilità di garantire la redditività degli investimenti e la creazione di valore per l'impresa.

A CHI È RIVOLTO

- Project e Program Manager
- Project Management Officer
- Controller di gestione
- Direttore Operations
- Direttore di Stabilimento
- Direttore Amministrazione e Finanza

APPRENDERETE A...

- Definire l'impatto economico-finanziario di un progetto sui flussi di cassa aziendali
- Valutare la performance economico-finanziaria e la convenienza dei progetti
- Avere un quadro completo del processo decisionale, arrivando a selezionare la soluzione di progetto più conveniente
- Accrescere la redditività degli investimenti e del portafoglio di progetti dell'azienda
- Considerare l'impatto fiscale legato all'investimento e calcolare l'impatto del progetto per l'azienda al netto delle tasse
- Effettuare analisi di sensitività per valutare la solidità dei progetti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Determinare i flussi di cassa generati dal progetto
- Utilizzare in maniera sinergica le diverse metodologie di valutazione dei progetti
- Valutare la convenienza economica di progetti di saving
- Valutare opzioni alternative di esecuzione di un progetto
- Calcolare i risultati economico-finanziari di un progetto al netto dell'impatto fiscale

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti
Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



07 - LA VALUTAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA DEI PROGETTI AZIENDALI

PROGRAMMA

I progetti aziendali

- Progetti, programmi e portfolio di progetti
- Le diverse tipologie di progetti
- I progetti e l'impegno di risorse finanziarie ed umane
- Valutare la coerenza strategica dei progetti

Determinare l'impatto dei progetti sui risultati aziendali

- L'impatto reddituale e l'impatto sui flussi di cassa dei progetti
- Determinare gli investimenti e gli esborsi iniziali connessi ai progetti
- Stimare l'impatto sui ricavi e costi degli anni futuri
- Definire i flussi di cassa differenziali generati dai progetti
- Il valore residuale dell'investimento

La valutazione economico-finanziaria dei progetti aziendali

- Determinare il periodo di rientro - payback
- Definire il tasso di attualizzazione
- L'attualizzazione dei flussi di cassa futuri e i metodi Discounted Cash Flow
- Valore Attuale Netto - Net Present Value
- Indice di Redditività - Profitability Index
- Tasso Interno di Rendimento - Internal Rate of Return
- Il processo di valutazione degli investimenti
- Come considerare l'impatto sul capitale circolante nella valutazione dei progetti

La valutazione dell'impatto fiscale nella scelta dei progetti

- Considerare l'impatto fiscale dei progetti
- Determinare la redditività del progetto al netto del carico fiscale

Scegliere i progetti e le soluzioni di progetto più convenienti

- Confrontare la convenienza relativa in un portfolio di progetti
- Valutare soluzioni alternative di realizzazione del progetto
- Identificare e scegliere l'opzione di progetto più conveniente per l'azienda

Valutare la solidità del progetto

- Identificare le ipotesi e i possibili scenari futuri
- Valutare la sensibilità del progetto alle principali variabili

Controllare l'avanzamento del progetto

- Il controllo dei costi di progetto
- Cenni di earned value per identificare scostamenti di costo e di tempo



O10 - VISUAL PROJECT MANAGEMENT

Gestire team projects in modo efficiente con tool innovativi dedicati alla massimizzazione delle performance dei team

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

17 febbraio 2026 | 22 luglio 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il Project Management rappresenta un'area cruciale per l'azienda specialmente oggi in tempi di gestione cross funzionale dei progetti, necessaria a causa della razionalizzazione delle risorse umane. Il Project Management è una figura chiave per il successo e la ricerca del vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza. Il continuo sforzo per mantenere l'equilibrio di tutte variabili ha un sensibile impatto sulla qualità del progetto, sui rischi dello stesso e sul "clima" delle relazioni tra i membri del project team. Le tecniche e gli strumenti di Project Management si concentrano di solito sulla gestione dei flussi e sulla loro misurazione.

Il corso si focalizza su: un approccio sistemico human-user based in 4 fasi che permette di mettere a terra un progetto in poco tempo; nuovi metodi per la definizione del cuore strategico del progetto; nuovi strumenti per efficientare e testare ogni step rispetto al focus del progetto; massima chiarezza e coinvolgimento attivo di tutto il team da subito; miglioramento del clima e del livello di proattività/responsabilità del team; nuovi strumenti che accelerano e razionalizzano i processi decisionali; limitazione delle riunioni "fiume" improduttive

A CHI È RIVOLTO

- Team leader
- Project manager
- Manager coinvolti nella gestione dei progetti
- Responsabili di area che gestiscono gruppi di lavoro
- A coloro che fanno parte di un team

APPRENDERETE A...

- Usare i tool per preparare il team di progetto prima di iniziare a fare
- Individuare con strumenti di design thinking il "vero" problema da risolvere con il team
- Usare un metodo semplice per creare un quadro del processo condiviso in poco tempo
- Condividere un linguaggio comune
- Avere un nuovo approccio al Project Management
- Usare strumenti per far emergere il valore del team e limitare i personalismi
- Il metodo di lavoro "together alone"

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Attraverso un caso reale saranno affrontate tutte le fasi e gli strumenti delle 4 fasi del processo

I PLUS:

- La lezione sarà tenuta in stile workshop e facilitazione interattiva nell'utilizzo dei tool



O10 - VISUAL PROJECT MANAGEMENT

PROGRAMMA

Introduzione

- Progetti e team cross funzionali: uno scenario molto comune
- Il Business Design Marketing® per Project management
- Le basi di Design Thinking e Business Design per i PM

Assetto del progetto

- Definisci il vero perché del progetto attraverso il **5-why approach**
- **Lighting Decision Jam** per prendere decisioni e individuare possibili soluzioni in modo rapido eliminando inutili discussioni e perdite di tempo
- **Dot voting** per individuare rapidamente il problema da risolvere senza riunioni
- **Leaner canvas** per testare rischi di validità e desiderabilità della soluzione ipotizzata dal progetto
Strumenti per auto-allineare il team prima di partire: il team charter

Business “project” Design

- **Customer segment approach:** cambiare il punto di vista come approccio al problem solving
- **Lean canvas:** il tool principale che ruota attorno al focus del problema/soluzione per il cliente e ne individua i KPI e metriche
- **Business Model canvas marketing focus:** lo strumento per verificare in che modo il progetto genera valore
- **Customer value:** come individuarla attingendo dal marketing approach
- **Design criteria canvas** per verificare secondo il metodo MoScow “Must” “Should” “Could” o “Won’t” se il progetto è sulla strada giusta secondo gli obiettivi stabiliti e determinare le priorità.
- **Channel canvas** per individuare gli strumenti di engagement e di delivery in ogni fase del progetto per clienti interni ed esterni
- Imparare a individuare i **deliverable utili**
- Identifica il **customer journey** del tuo “cliente” interno ed esterno: di cosa ha bisogno in ogni touch point con il progetto

Value proposition for PM

- **Empathy map:** chi è il tuo vero “cliente”
- **Job to be done pain and gain** del cliente interno ed esterno
- **Value proposition canvas:** analisi dell’offerta del progetto al fine di individuare solo gli elementi focali
- **Fit (ing):** strumento di selezione logica e matching dell’unico valore della soluzione al problema ritenuta valida per il cliente
- Sales keys Identifica le chiavi di vendita interna del progetto: come proporlo al meglio

Quarta fase: comunicare i risultati in modo efficace

- Comunicare in modo corretto per evidenziare il valore del progetto



04 - STRUMENTI DI ANALISI ORGANIZZATIVA E MIGLIORAMENTO CONTINUO

Le tecniche per migliorare l'efficienza ed efficacia organizzativa

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

23 - 24 giugno 2026 | 15 - 16 dicembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Identificare ed attuare interventi mirati al miglioramento organizzativo richiede la capacità di padroneggiare strumenti adatti ed efficaci, che possano essere personalizzati in relazione allo specifico contesto operativo di riferimento.

Questo corso fornisce le tecniche più avanzate ed innovative per condurre con successo l'analisi organizzativa e permette di scegliere il set di strumenti più idonei durante le fasi di indagine iniziale, presentazione dei risultati e implementazione delle azioni di miglioramento. Per ogni tecnica e strumento presentato sarà dato ampio spazio ad esempi e consigli pratici su campi di applicazione e modalità operative di utilizzo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e Analisti di organizzazione
- Responsabili e Capi progetto per interventi di riorganizzazione
- Responsabili area Organizzazione e Personale
- Tutte le persone che desiderano consolidare strumenti di Change Management

APPRENDERETE A...

- Scegliere ed utilizzare il set di strumenti analitici più idonei per la realizzazione di un'efficace analisi organizzativa
- Conoscere ed utilizzare metodi e tecniche innovative di analisi quali-quantitative dell'organizzazione
- Presentare i risultati e ottenere il consenso
- Organizzare e gestire con successo gli interventi di miglioramento organizzativo

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esempi di RACI Chart, RAM, Matrice polivalenza, Value Stream Map
- Esercitazione MOST su quantificazione attività dirette
- Case study Work Sampling su attività di ufficio
- Role play su conduzione di un'intervista
- Case study su analisi per processi
- Esempi di presentazioni efficaci

I PLUS:

Ogni tecnica/strumento presentato è corredato da esempi reali di applicazione sul campo

I partecipanti avranno l'opportunità di sottoporre al docente un proprio caso, che verrà analizzato e approfondire durante il corso



O4 - STRUMENTI DI ANALISI ORGANIZZATIVA E MIGLIORAMENTO CONTINUO

PROGRAMMA

Definire il contesto di riferimento e inquadrare l'analisi

- Identificare il commitment e condividere ambiti, obiettivi e risultati
- Definire le risorse da coinvolgere durante l'analisi
- Conoscere l'ambiente di riferimento, i volumi e la posta in gioco
- Definire un metodo e un approccio efficace
- Precisare gli strumenti e le tecniche da utilizzare durante l'analisi

Analizzare la struttura organizzativa e la ripartizione dei ruoli e delle responsabilità

- Analisi Organigrammi e funzionigrammi in ottica lean
- RACI Chart e RAM (responsabilità assignment matrix)
- Matrici di polivalenza/polifunzionalità

Analizzare i processi e le procedure

- Mappare e rappresentare un processo
- Analizzare lead time e tempi di attraversamento: diagrammi ASME e PERT
- Identificare le attività non a valore aggiunto: la value stream map

Analizzare i carichi di lavoro: le tecniche di ottimizzazione

- Misurare i carichi di lavoro: la tecnica MOST
- Valutare il livello di saturazione su attività indirette e di ufficio: il Work Sampling
- La value analysis applicata a reparti e uffici
- L'analisi di modularità degli organici

Condurre l'analisi con le tecniche di problem solving più frequenti

- L'analisi ABC
- Il diagramma di causa-effetto (o Ishikawa) e l'analisi AHP
- Flow chart
- Brainstorming
- I sistemi di raccolta dati, Radar chart e rappresentazioni grafiche

Condurre l'analisi con le tecniche basate sulla relazione

- Preparazione e conduzione di un'intervista: le 5 W
- I questionari aperti e chiusi
- Il metodo Delphi

Saper presentare i risultati per ottenere il consenso

- La relazione di sintesi
- La valutazione dei costi/benefici
- La SWOT analysis
- Le schede progetto e i piani di miglioramento

Approfondimento sugli interventi organizzativi più frequenti

- Ridurre i costi di funzionamento e di gestione
- Mettere sotto controllo i rischi legati ad un'attività o un processo
- Creare una nuova attività, una nuova Unità organizzativa o un nuovo processo
- Migliorare il sistema di comunicazione e di informazione
- Fondere o creare nuovi uffici
- Migliorare le performances di un processo
- Rivedere la struttura organizzativa e la ripartizione dei ruoli



O8 - SIMPLICITY: IL NUOVO METODO PER REALIZZARE IL CAMBIAMENTO E RENDERE CONTINUA L'INNOVAZIONE IN AZIENDA

Le tecniche per migliorare l'efficienza ed efficacia organizzativa

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

23 - 24 febbraio 2026 | 16 - 17 luglio 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Identificare ed attuare interventi mirati al miglioramento organizzativo richiede la capacità di padroneggiare strumenti adatti ed efficaci, che possano essere personalizzati in relazione allo specifico contesto operativo di riferimento.

Questo corso fornisce le tecniche più avanzate ed innovative per condurre con successo l'analisi organizzativa e permette di scegliere il set di strumenti più idonei durante le fasi di indagine iniziale, presentazione dei risultati e implementazione delle azioni di miglioramento. Per ogni tecnica e strumento presentato sarà dato ampio spazio ad esempi e consigli pratici su campi di applicazione e modalità operative di utilizzo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e Analisti di organizzazione
- Responsabili e Capi progetto per interventi di riorganizzazione
- Responsabili area Organizzazione e Personale
- Tutte le persone che desiderano consolidare strumenti di Change Management

APPRENDERETE A...

- Scegliere ed utilizzare il set di strumenti analitici più idonei per la realizzazione di un'efficace analisi organizzativa
- Conoscere ed utilizzare metodi e tecniche innovative di analisi quali-quantitative dell'organizzazione
- Presentare i risultati e ottenere il consenso
- Organizzare e gestire con successo gli interventi di miglioramento organizzativo

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esempi di RACI Chart, RAM, Matrice polivalenza, Value Stream Map
- Esercitazione MOST su quantificazione attività dirette
- Case study Work Sampling su attività di ufficio
- Role play su conduzione di un'intervista
- Case study su analisi per processi
- Esempi di presentazioni efficaci

I PLUS:

Ogni tecnica/strumento presentato è corredato da esempi reali di applicazione sul campo

I partecipanti avranno l'opportunità di sottoporre al docente un proprio caso, che verrà analizzato e approfondire durante il corso



O8 - SIMPLICITY: IL NUOVO METODO PER REALIZZARE IL CAMBIAMENTO E RENDERE CONTINUA L'INNOVAZIONE IN AZIENDA

PROGRAMMA

Definire il contesto di riferimento e inquadrare l'analisi

- Identificare il commitment e condividere ambiti, obiettivi e risultati
- Definire le risorse da coinvolgere durante l'analisi
- Conoscere l'ambiente di riferimento, i volumi e la posta in gioco
- Definire un metodo e un approccio efficace
- Precisare gli strumenti e le tecniche da utilizzare durante l'analisi

Analizzare la struttura organizzativa e la ripartizione dei ruoli e delle responsabilità

- Analisi Organigrammi e funzionigrammi in ottica lean
- RACI Chart e RAM (responsabilità assignment matrix)
- Matrici di polivalenza/polifunzionalità

Analizzare i processi e le procedure

- Mappare e rappresentare un processo
- Analizzare lead time e tempi di attraversamento: diagrammi ASME e PERT
- Identificare le attività non a valore aggiunto: la value stream map

Analizzare i carichi di lavoro: le tecniche di ottimizzazione

- Misurare i carichi di lavoro: la tecnica MOST
- Valutare il livello di saturazione su attività indirette e di ufficio: il Work Sampling
- La value analysis applicata a reparti e uffici
- L'analisi di modularità degli organici

Condurre l'analisi con le tecniche di problem solving più frequenti

- L'analisi ABC
- Il diagramma di causa-effetto (o Ishikawa) e l'analisi AHP
- Flow chart
- Brainstorming
- I sistemi di raccolta dati, Radar chart e rappresentazioni grafiche

Condurre l'analisi con le tecniche basate sulla relazione

- Preparazione e conduzione di un'intervista: le 5 W
- I questionari aperti e chiusi
- Il metodo Delphi

Saper presentare i risultati per ottenere il consenso

- La relazione di sintesi
- La valutazione dei costi/benefici
- La SWOT analysis
- Le schede progetto e i piani di miglioramento

Approfondimento sugli interventi organizzativi più frequenti

- Ridurre i costi di funzionamento e di gestione
- Mettere sotto controllo i rischi legati ad un'attività o un processo
- Creare una nuova attività, una nuova Unità organizzativa o un nuovo processo
- Migliorare il sistema di comunicazione e di informazione
- Fondere o creare nuovi uffici
- Migliorare le performances di un processo
- Rivedere la struttura organizzativa e la ripartizione dei ruoli



O11 - PROJECT CONTROL & LESSONS LEARNED: CONTROLLARE I PROGETTI, IMPARARE E MIGLIORARE DA ERRORI E SUCCESSI NEI PROGETTI

Le tecniche per rendere più efficace il controllo dei progetti e capitalizzare le esperienze per migliorare i progetti futuri

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

8 giugno 2026 | 4 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

In molte realtà aziendali le attività di controllo (tempi, costi, scope) e di chiusura del progetto (analisi critica e sintesi delle lessons learned) non vengono svolte o, comunque, non risultano essere particolarmente efficaci nel fornire un valore aggiunto per l'azienda.

Il corso affronta le tematiche di controllo di progetto e della sua rendicontazione ed analisi finale. Questo al fine di guidare meglio i progetti in corso, capitalizzare le conoscenze e diffondere nell'organizzazione le lessons learned per rendere più efficaci ed efficienti i progetti futuri.

A CHI È RIVOLTO

- Program Manager
- Project Manager
- Controller
- Responsabili di progettazione e progettisti
- Tutte le persone che lavorano su progetti e che desiderano migliorare il controllo degli stessi e capitalizzare le esperienze per migliorare i progetti futuri

APPRENDERETE A...

- Scegliere ed utilizzare il set di strumenti più idonei per controllare l'implementazione dei progetti e la loro chiusura
- Controllare efficacemente tempi, costi e scope dei progetti
- Organizzare sessioni di Lessons Learned per analizzare criticamente le esperienze, positive e negative, del progetto
- Condividere con l'organizzazione le lessons learned per migliorare i progetti futuri

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esempi di controllo dei costi di progetto
- Esercitazione sul metodo Earned Value per il controllo di tempi e costi di progetto
- Esempio di project close out
- Case study applicativo di Learned Lessons

I PLUS:

- Il corso ha un approccio pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici



O11 - PROJECT CONTROL & LESSONS LEARNED: CONTROLLARE I PROGETTI, IMPARARE E MIGLIORARE DA ERRORI E SUCCESSI NEI PROGETTI

PROGRAMMA

Controllare e gestire l'esecuzione del progetto: scope, tempi e costi

- Il controllo di progetto
- Controllo e gestione dello scope (ambito) di progetto
- Monitoraggio e controllo dei tempi
- Monitoraggio e controllo dei costi
- Project baseline

Gestire e condividere le modifiche e varianti di progetto

- Lo Scope Creep: cause e conseguenze
- Controllare, notificare e gestire modifiche e varianti di progetto
- Il processo di gestione delle Change Request
- Definire e implementare un sistema di change e decision log

Monitorare e controllare le tempistiche di progetto

- Definizione e controllo delle milestones
- Raffronto tra stato di avanzamento e scheduling attuale e baseline
- Le cause di scostamenti di tempo

Monitorare e controllare i costi di progetto

- La stima iniziale di costo del progetto
- Controllare i costi durante l'esecuzione del progetto
- Le cause di scostamenti di costo

Il metodo dell'Earned Value per il controllo del progetto

- La pianificazione iniziale e il Budget Cost Work Scheduled (BCWS)
- Il costo attuale alla data di misurazione: Actual Cost Work Performed (ACWP)
- Earned Value: Budget Cost Work Performed (BCWP)
- Gli scostamenti di tempo (schedule variance)
- Gli scostamenti di costo (cost variance)
- Gli indici di performance del progetto:
 - Cost Performance Index (CPI)
 - Schedule Performance Index (SPI)
- La stima dei tempi a finire
- La stima dei costi a finire

Il processo di Project Close Out

- La chiusura del progetto
- L'archiviazione dei documenti progettuali
- Il rilascio delle risorse
- Il project close out report

Effettuare un'analisi efficace di Lessons Learned

- Come preparare un'analisi di lessons learned
- Le persone da coinvolgere
- Come svolgere una sessione di lessons learned
- Come sintetizzare i risultati della sessione di lessons learned

Utilizzare i risultati delle sessioni di lessons learned per migliorare i progetti futuri

- Strumenti efficaci per capitalizzare le esperienze e conoscenze
- Diffondere la conoscenza di esperienze di successo / insuccesso all'interno dell'organizzazione
- Utilizzare efficacemente soluzioni ed esperienze di lessons learned in progetti e commesse future



O12 - LEAN OFFICE E LEAN SERVICE

Come Migliorare le Attività e Ridurre Sprechi, Inefficienze e Costi negli Uffici e nei Servizi

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

9 aprile 2026 | 4 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

I concetti Lean si sono sviluppati originariamente in Toyota in ambito manifatturiero (TPS, Toyota Production System). La Lean propone di identificare e concentrarsi sul valore generato per il cliente/utente e perseguire con attenzione l'eliminazione degli sprechi.

Proprio queste sue fondamentali caratteristiche la rendono felicemente esportabile anche nelle funzioni di supporto alla produzione, amministrative e direzionali, nonché a tutto il settore dei servizi (privati e pubblici). In questo corso si affrontano i principali aspetti e strumenti per analizzare e migliorare i processi aziendali nelle attività di ufficio e nei servizi.

A CHI È RIVOLTO

- Analisti di Organizzazione e Coordinatori del miglioramento continuo
- Manager di funzioni aziendali non di Produzione
- Team Leader e Supervisor di attività in Uffici o Servizi (Ufficio Tecnico, Programmazione della Produzione, Manutenzione, Qualità, IT, Acquisti, Supply Chain, Amministrazione, Commerciale, Customer Service,...)

APPRENDERETE A...

- Analizzare i bisogni del cliente / utente
- Individuare valore e sprechi nei processi d'ufficio e servizi dell'azienda
- Utilizzare gli strumenti chiave per ridurre gli sprechi e per snellire i processi
- Definire un piano e implementare azioni per ridurre gli sprechi (e costi) e migliorare il livello di servizio per il cliente (interno ed esterno)

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Gli sprechi (MUDA) in attività di ufficio e servizi
- Utilizzare la swim lane per analizzare un processo aziendale
- Analisi di casi aziendali ed applicazioni concrete

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercitazioni, discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti



012 - LEAN OFFICE E LEAN SERVICE

PROGRAMMA

Introduzione al Lean Thinking

- Dal Toyota Production System al Lean Thinking
- Riconoscere il valore per i Clienti (esterni o interni)
- Attività a valore e attività non a valore
- I principi della Lean
- Le tipologie di spreco (MUDA)

Applicare la Lean nelle attività di ufficio e nei servizi

- Definire il Cliente del proprio processo
- Identificare i bisogni e le attività a valore
- Le tipologie di bisogni: il modello di Kano
- Sprechi e inefficienze nelle attività di ufficio e servizi
- Miglioramento continuo

Analizzare i processi in ufficio e nei servizi

- La mappatura dei processi
- La Value Stream Map
- La Swim Lane / Makigami
- Il Process Maturity Model
- Il cerchio di Ohno per identificare gli sprechi e le opportunità di miglioramento

Analizzare le competenze, le responsabilità e i carichi di lavoro

- La skill matrix
- Come attribuire la responsabilità e le attività (matrice RACI)
- Stimare il tempo impiegato per svolgere le attività di ufficio e dei servizi e analizzarne le priorità

Utilizzare i principi di flusso e PULL negli uffici e servizi

- Approcci a flusso in uffici e servizi
- Creare e implementare sistemi PULL

Strumenti e metodi per migliorare i processi negli uffici e servizi

- Il Gemba walk
- Creare e mantenere un ambiente lavorativo eccellente: le 5S in ufficio
- Sistemi a prova d'errore
- La tecnica dei 5 perché
- Il diagramma causa - effetto
- Standard Work per attività di ufficio e servizi
- Definire, comunicare e visualizzare lo standard work (OPL, SOP, Checklist)
- Il Visual Management negli uffici e nei servizi

Gestire e implementare progetti di miglioramento

- Organizzarsi per Value Stream
- Il miglioramento continuo (Kaizen)
- Pianificare e gestire le attività di miglioramento con il metodo A3
- Realizzare un progetto pilota
- Estendere (roll out) il progetto al resto dell'organizzazione
- Il metodo Hoshin Kanri

Esempi di applicazioni Lean in ambito di uffici e servizi



013 - MICROSOFT POWER BI - BASE

Migliorare le competenze per gestire e visualizzare i dati con Power BI

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

9 - 10 marzo 2026 | 15 - 16 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Power BI è lo strumento di Business Intelligence e Data Analysis rilasciato da Microsoft. Può considerarsi come il servizio di self-service BI che include gli strumenti BI delle ultime versioni Excel (es. PowerPivot) e li arricchisce di importanti novità dal punto di vista dell'interattività, della condivisione e della fruizione multi-piattaforma. Il corso Power BI introduce l'utente alle nozioni di base del software fino ai suoi aspetti più complessi. L'intero percorso formativo permetterà all'utente di utilizzare lo strumento sia in semplici situazioni di analisi sia in scenari più strutturati di Business Intelligence.

Gli argomenti del corso affrontano i componenti fondamentali del software adibiti all'estrazione, alla trasformazione, alla modellazione e alla visualizzazione dei dati sotto forma di Visualizzazioni. Le lezioni si concentrano in primo luogo su Power BI Desktop, per poi passare al servizio Web e a Power BI App.

A CHI È RIVOLTO

- Il corso è rivolto a chi vuole utilizzare uno strumento intuitivo per creare cruscotti e reportistica

APPRENDERETE A...

- Collegarsi a origine dati diverse ed eseguire estrazioni per l'analisi
- Combinare e trasformare i set di dati estratti
- Creare un modello efficiente per la rappresentazione dei dati
- Rappresentare le informazioni mediante visualizzazioni
- Condividere le analisi

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Durante il corso verranno effettuate simulazioni di utilizzo del tool

I PLUS:

Formazione che combina tecnica e metodologia. Vengono prese in considerazione tutte le fasi di un processo decisionale: importazione e modellazione dei dati, analisi e costruzione del cruscotto

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



013 - MICROSOFT POWER BI - BASE

PROGRAMMA

Introduzione

- Creare sistemi di BI (metodi e strumenti)

COLLEGARE POWER BI A PIÙ ORIGINI DATI

- Analisi delle diverse fonti di caricamento dei dati
- Collegare Power BI a diverse origini dati

TRASFORMARE I DATI

CARICARE, IN POWER BI, I DATI TRASFORMATI E CREARE UN MODELLO DIMENSIONALE

- Creazione di relazioni tra le tabelle caricate
- Gestione delle relazioni e delle connessioni esistenti
- Denormalizzazione del Modello Dimensionale
- Creazione di Gerarchie
- Creazione di Colonne Calcolate e Misure
- Differenza tra colonne calcolate e misure (analisi del contesto di valutazione)
- Analisi di semplici funzioni DAX
- Funzioni di Time Intelligence

CREARE VISUALIZZAZIONI INTERATTIVE CON POWER BI

- Creazione di dashboard e oggetti grafici sul Modello Dimensionale creato
- Utilizzo dei Filtri nei Report
- Modificare le interazioni tra gli oggetti grafici

VERSIONE ONLINE DI POWER BI

- Creazione di dashboard
- Analisi dell'opzione "Informazioni Dettagliate"
- Condivisione di dashboard e report all'interno dell'organizzazione
- Condivisione di dashboard e report all'esterno dell'organizzazione a mezzo
- Creazione di regole e aggiornamenti automatici del modello



014 - MICROSOFT POWER BI - AVANZATO

Migliorare le competenze per la creazione di Dashboard interattive con Power BI

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

27 - 28 maggio 2026 | 16 - 17 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Dotato di strumenti per preparare i dati e quindi di visualizzarli creando in modo semplice dashboard interattive, Power BI sta attirando sempre più aziende alla ricerca di una soluzione decentralizzata che consenta agli utenti di beneficiare di dati affidabili per svolgere le proprie analisi.

Questa formazione avanzata consentirà agli utenti di migliorare ulteriormente le proprie analisi grazie ad un'ampia gamma di possibilità e si focalizzerà in particolare sull'utilizzo di query avanzate, la produzione di report più sofisticati e l'amministrazione della soluzione.

A CHI È RIVOLTO

- Imprenditori, dirigenti, e in generale tutti i responsabili (anche quadri e impiegati) coinvolti nella misurazione e nell'analisi dei dati aziendali.
- Questo corso si rivolge ad analisti dati, con esperienza nell'utilizzo di Power BI

APPRENDERETE A...

- Essere in grado di modellare dati complessi
- Saper implementare funzioni DAX avanzate per eseguire elaborazioni complesse sui dati da analizzare
- Ottimizzare il modello di dati
- Crea oggetti visivi e report interattivi
- Ottimizza le prestazioni del modello

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- L'appropriazione del linguaggio DAX per creare array complessi
- I consigli dei consulenti esperti dello strumento Power BI

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



O14 - MICROSOFT POWER BI - AVANZATO

PROGRAMMA

Introduzione

- Dal caricamento dei dati alla creazione di un Modello Dati
- Approfondimenti sulla modalità di collegamento ai Database Relazioni in modalità Direct Query

CREARE MODELLI DATI COMPLESSI

• Creazione di misure e/o colonne calcolate con Funzioni DAX Base

- Funzioni Matematiche/Statistiche/Logiche
- Funzioni Informative/Testo/Data e Ora

• Creazione di misure e/o colonne calcolate con Funzioni DAX Avanzate

- Funzioni Filtro
- Sumx/Sumx + Filter
- Calculate/Calculate + Filter/Calculate + All/Calculate + Removefilters/ Calculate + Allexcept/Calculate + Allselected
- Calculate + UserRelationship

• Funzioni di manipolazione delle Tabelle

- Filter
- Addcolumns
- Distinct (Column)/Distinct (Table)
- Values
- Summarize
- Except
- Intersect

• Calcoli su date in DAX (funzioni di Time Intelligence)

- TotalYtd/TotalQtd/TotalMtd
- Calculate + Sameperiodlastyear
- Calculate + Parallelperiod/Calculate + Dateadd + Datesinperiod
- Closingbalancemonth
- Creazione di funzioni nidificate

• VISUALIZZARE I DATI CON DASHBOARD AVANZATI (Power BI)

- Creazione di dashboard e oggetti grafici
 - Grafici a dispersione (approfondimenti)
 - Grafici a imbuto
 - Mappa ad albero
 - Mappe
 - Oggetti visivi di intelligenza artificiale: Albero di scomposizione/Domande e risposte/Fattori di influenza chiave
 - Analisi di specifiche visualizzazioni disponibili sul Marketplace
 - Modificare le interazioni tra gli oggetti grafici

• VERSIONE ONLINE DI POWER BI

- Approfondimenti



015 - GESTIRE I PROGETTI CON MS MICROSOFT PROJECT

Come affrontare e gestire ogni tipo di progetto con MS Project

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

22 - 23 aprile 2026 | 19 - 20 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Microsoft Project rappresenta un potente strumento informatico per gestire in modo ottimale un'ampia gamma di progetti. Project consente di relazionare i progetti tra loro assegnando le risorse alle attività e, grazie agli strumenti di pianificazione integrati, seguire e tenere traccia di tutto in real time. Project consente di esaminare tutte le caratteristiche progettuali, valutando le risorse e i carichi di lavoro per assicurarsi che tutto all'interno del progetto stia rispettando le tempistiche e il monte budget.

A CHI È RIVOLTO

- Capi progetto
- Membri del team di progetto responsabili della gestione, pianificazione e monitoraggio
- PMO

APPRENDERETE A...

- Avere una metodologia precisa per la pianificazione e il monitoraggio del progetto
- Sapere come utilizzare Project per pianificare un progetto e monitorarne lo stato di avanzamento
- Conoscere le best practice per ottimizzare la gestione di un progetto e il tempo dedicato al suo follow-up grazie a Project
- Consolidare più progetti e creare dashboard di monitoraggio
- Sapere stampare e condividere report di impatto

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Un caso di studio a filo conduttore che porta i partecipanti a ripercorrere tutte le fasi di un progetto e favorisce così una rapida applicazione di quanto appreso all'interno della propria azienda
- Condivisione da parte del consulente di "tips and tricks" per ottimizzare il monitoraggio di un progetto con Project

I PLUS:

Una formazione pratica: verranno trattati numerosi scenari che permetteranno ai partecipanti di mettere subito in pratica gli argomenti trattati nel corso



015 - GESTIRE I PROGETTI CON MS MICROSOFT PROJECT

PROGRAMMA

Richiami di Project Management

Metodi di pianificazione

- Definizione delle caratteristiche del progetto: obiettivi
- Vincoli del progetto
- Pianificazione impostata sulle attività
- Relazioni tra attività e percorso critico (CPM)
- Anticipo/ritardo (negativo e positivo)
- Attività soggette a vincoli temporali
- Attività riepilogative
- Codici WBS
- PERT e GANTT
- Calendario di progetto
- Ottimizzazione della pianificazione

Gestione risorse

- Informazioni caratteristiche di ogni risorsa
- Pianificazione impostata sulle risorse
- Assegnazione totale o parziale delle risorse
- Creazione di calendari per risorse specifiche (part-time, turnisti, etc.)
- Sovrasssegnazione di risorse
- Rilevamento dell'uso eccessivo
- Condividi le risorse tra più progetti

Gestione costi

- Costi fissi e costi variabili per attività e risorse
- Controllo dei costi di progetto
- Valutazione dei costi per verificare il corretto avanzamento del progetto

Controllo del progetto

- Rilevazione percentuale del completamento delle attività
- Preventivi e consuntivi di progetto
- Selezione dei dati
- Gestione delle comunicazioni sullo stato di avanzamento del progetto
- Personalizzazioni
- Creazione e utilizzo dei filtri
- Analisi PERT e grafici Excel
- Scambio dati con altri applicativi

Analisi grafica

- Crea dashboard

Stampe ed esportazioni dati

- Personalizza i report
- Esporta report
- Copia i diagrammi di Gantt da MS Project
- Esporta il diagramma di Gantt da MS Project
- Presentare i report di progetto in MS PowerPoint

Sottoprogetti e multiprogetti

- Creazione e utilizzo di sottoprogetti
- Collegamento di attività appartenenti a progetti diversi
- Consolidamento: controllo e organizzazione di più progetti
- Definizione di pool di risorse condivise tra più progetti
- Bilanciamento delle risorse in base alla priorità dei progetti e delle attività



O16 - DATA ANALYSIS CON MINITAB

Sperimentare come lavorare coi dati realizzando le analisi statistiche più utili

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
16 - 17 febbraio	2026 8 - 9 luglio 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Rendere semplici e di immediata applicazione in Azienda concetti tradizionalmente "ostici" come le analisi statistiche descrittive, di correlazione e monitoraggio su base temporale. Sapere comunicare con il dato. Impostare una corretta data collection, in funzione dei possibili report da utilizzare e diffondere in azienda. Creare un linguaggio aziendale comune basato sui dati e la loro analisi.

A CHI È RIVOLTO

- Quality Manager
- R&D e Progettisti
- Product Manager
- Kaizen Process Engineers
- Chiunque interessato a realizzare l'analisi dati e desideri saperne di più

APPRENDERETE A...

- Comunicare con i dati e imparare a raccogliarli correttamente per impostare report utili per l'azienda
- Identificare e risolvere problemi attraverso i dati, stimando i parametri statistici più utili
- Riconoscere anomalie nei dati e poterli trattare lo stesso
- Creare grafici e analisi numeriche utili al reporting e al process improvement
- Caratterizzare delle condizioni di lavoro e suggerire possibili vie di cambiamento

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Come progettare i rilievi e raccogliere i dati necessari all'analisi
- Rilevare potenziali anomalie e problemi da trend e forme dei dati
- Stima dei parametri statistici più utili dei dati raccolti
- Trovare soluzioni grazie ai dati
- Creare grafici e analisi numeriche con Minitab

I PLUS:

Non sono necessarie particolari conoscenze pregresse, né complicate formule matematiche per procedere alle analisi. Con un approccio passo-passo sarà possibile progettare, raccogliere ed interpretare i dati nel modo migliore.



016 - DATA ANALYSIS CON MINITAB

PROGRAMMA

Pensare in modo statistico in Azienda

- Saper definire il problema da caratterizzare statisticamente
- Come scegliere i dati, le fonti, come rilevarli (su problemi "nuovi", mai mappati)
- Definire il problema e l'area di indagine
- Modello "black-box": risposta, fattori di input e disturbo (Causa-Effetto)
- Esempi didattici e confronto con pratiche aziendali italiane

Dati, dati... ma per farne cosa?

- Tipi di dati tipi di raccolte dati (dati discreti vs. dati misurabili)
- Tecniche e procedura di raccolta dati
- Utili rappresentazioni grafiche e tabellari
- L'interscambio con i fogli elettronici/altri software professionali a supporto della Data Analysis

Tabelle utili alla raccolta dati

- Condivisione di alcune tabelle proposte
- Confronto critico con quanto utilizzato dai partecipanti in azienda

Conoscere/riconoscere la distribuzione statistica dei dati

- Le distribuzioni di frequenza (dati discreti vs. dati misurabili)
- Indicatori della "centralità" di un processo: media, mediana e moda
- Indicatori di "dispersione" di un processo: range, sigma e coeff. di variazione
- La "fotografia" di un fenomeno "discreto": Bar Chart/ Pareto e Graphical Summary

Caratterizzare le "condizioni" di lavoro e suggerire cambiamenti

- Concetto di "ipotesi statistica" - ciclo PDCA & DMAIC per risolvere un problema
- Errori statistici di I° e II° tipo

Comprendere e stimare la probabilità (rischio) di un dato evento

- Concetto di variabile casuale
- Distribuzioni "notevoli" per il riconoscimento in una data realtà : Normal Probability Plot
- La "fotografia" di un fenomeno "misurabile": Istogramma/Box-Plot/Matrix Plot
- Prestazione attese da un processo vs. prestazioni fornite: Capability Six Pack (Cp,Cpk,...)
- Concetto di stabilità di un processo "a target": Control Charts
- Il ruolo essenziale della Analisi Sistemi di Misura: Gage R&R per misure e giudizi

Comparazione fra più modi di operare

- Uno schema di sintesi delle possibili situazioni in cui ci si può trovare
- Comparazione "non parametrica": Chi Quadro
- Comparazione "parametrica": ANOVA
- Analisi multivariata per categorizzare i dati: Cluster Analysis

Correlazione e regressione delle variabili di un fenomeno

- Concetto di correlazione/coefficiente di correlazione: Scatterplot e Marginal Plot
- Correlazione semplice e multipla
- Concetto di regressione e differenza con la correlazione
- Modelli di analisi di regressione (lineare, polinomiale)



O17 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ DI PROJECT MANAGEMENT

Ottimizzare la gestione dei progetti con strumenti IA

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
1 aprile 2026	6 ottobre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso per apprendere come integrare l'IA nella gestione dei progetti, automatizzando attività, migliorando la pianificazione e visualizzando in tempo reale i dati rilevanti.

A CHI È RIVOLTO

- Project Manager
- Responsabili di progetto
- PMO
- Coordinatori di team interfunzionali

APPRENDERETE A...

- Migliorare la pianificazione e il monitoraggio dei progetti con strumenti IA
- Automatizzare i compiti ripetitivi e creare output strutturati da prompt efficaci
- Automatizzare documenti, analisi, scadenze e decisioni lungo il ciclo di progetto
- Visualizzare dati e KPI attraverso dashboard dinamiche

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Creazione guidata di piani progetto da brief testuale
- Automazione di Gantt, to-do list e sintesi operative
- Simulazioni su rischi, criticità e cruscotti visuali

I PLUS:

Il corso integra l'uso concreto di strumenti IA (es. ChatGPT) per scrivere prompt efficaci nella gestione dei progetti
Il corso ha un approccio hands-on: ogni partecipante lavora direttamente con gli strumenti di intelligenza artificiale per produrre testi, analizzare dati o costruire piani di progetto



017 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ DI PROJECT MANAGEMENT

PROGRAMMA

Panoramica sull'IA applicata al Project Management

- Differenze tra IA classica e generativa nel contesto PM
- Strumenti AI per la gestione dei progetti: panoramica e confronto
- Benefici attesi e ambiti di applicazione nel ciclo di progetto

Pianificazione dinamica e scheduling predittivo

- Costruire piani di progetto flessibili e intelligenti
- Automatizzare Gantt e aggiornamenti di milestone
- Esercitazione pratica con strumenti IA per scheduling e allocazione risorse

Prompting efficace per la gestione dei progetti

- Strutturare richieste per IA generativa in ambito PM
- Creazione di to-do list, verbali, sintesi e comunicazioni automatiche

Esercitazioni e casi d'uso reali

- Generare piani progetto a partire da un brief testuale
- Identificare rischi e criticità con supporto predittivo
- Creare cruscotti visivi e automatizzare il reporting

Guidare l'adozione dell'IA nei team di progetto

- Definire bisogni, processi e strumenti compatibili
- Analizzare rischi, bias, e implicazioni etiche nell'uso dell'IA
- Creare un piano di introduzione graduale negli strumenti PM già in uso

I CORSI DI FORMAZIONE PER AREA



SALES PERFORMANCE



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

LA PAROLA AI PARTECIPANTI

"Corso organizzato molto bene e di grande interesse e valore, con un docente capace ed esperto."

Mirco Pasotti

Sales Area Manager FRASCOLD SPA

"Ringrazio il docente per la disponibilità e per aver reso comprensibili tematiche alquanto complesse. Un grazie anche allo staff di VALEO in che si contraddistingue per professionalità."

Vincenza Amico

Operations Manager EUROTHERM SRL

"Ho trovato un team di esperti e professionisti che mettono a disposizione le loro esperienze concrete in azienda e sono capaci di trasmetterle in modo incisivo e interessante."

Antonella Buccelli

Sales Management CEBI ITALY SPA

"Il corso è stato molto formativo con spiegazioni dettagliate sugli argomenti trattati. Consigliato per tutti coloro che vogliono apprendere e approfondire tematiche relative alla gestione dell'assistenza tecnica."

Simone Pittaro

Responsabile After Sales ICOS PHARMA SPA

"Poche ore ben spese per impostare attività per tanti giorni di lavoro nei prossimi mesi aiutati da concetti chiari di Marketing."

Massimiliano Ferretti

Responsabile Commerciale CISCRA SPA

"Credo non sia semplice "distillare" elementi di Marketing strategico rendendoli fruibili e comprensibili in due giornate. Il caso ci riesce, complice ed elemento fondamentale, un docente capace di tenere alta l'attenzione e di dare esempi concreti tratti dalla vita lavorativa reale (e questo non è un elemento scontato)."

Sara Guerrini

Agriculture Public Affairs NOVAMONT SPA

"Soddisfacente e di facile apprendimento grazie ai numerosi esempi riportati i quali completano al meglio la parte teorica. Ricco di spunti sui quali poter lavorare implementando l'operato appunto del Customer Care."

Marco Sortino

Servizio Clienti/Marketing CARTERLINE SPA

"Metodo e competenza eccellenti per un'immediata implementazione aziendale."

Edvin Husovic

Area Commerciale Estero SALVATORE ROBUSCHI & C. SRL

"Molto interessante. Trovo molto positivo il poter approfondire argomenti durante la lezione soprattutto applicare concetti con esempi ed esercizi pratici."

Matteo Casartelli

Sales Director BREVETTI MONTOLIT SPA



V1 - MARKETING VINCENTE: DALLA STRATEGIA ALL'AZIONE

Dalla tradizione al terzo millennio

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

5 - 6 marzo 2026 | 22 - 23 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

L'evoluzione del marketing da motore della strategia aziendale a strumento di supporto alle vendite per differenziarsi nel mercato, in un mondo che tende all'appiattimento delle caratteristiche distintive delle aziende. Conoscere strumenti e tecniche del marketing è indispensabile per avere un metodo di lavoro finalizzato a gestire la complessità del business attuale.

Impadronirsi quindi delle "logiche" e dei processi del marketing aiuta a posizionare in maniera corretta la propria azienda e offerta di prodotti puntando su obiettivi reali delle varie funzioni aziendali.

Particolarmente indicato per tutte le aziende di provenienza storica a culturale "orientamento alla produzione", che attraversano la trasformazione verso l'orientamento al mercato.

A CHI È RIVOLTO

- Imprenditori
- Addetti all'area Marketing e Vendite
- Responsabili Marketing
- Product Manager
- Responsabili Servizi di Marketing
- Componenti della Direzione Commerciale
- Responsabili Comunicazione Aziendale
- Chiunque voglia avere una conoscenza generale sul Marketing

APPRENDERETE A...

- Acquisire una visione completa ed attuale del marketing strategico, come propulsore del processo di miglioramento continuo dell'impresa
- Acquisire modelli di marketing a supporto delle decisioni strategiche con visione di breve, medio e lungo periodo che partendo dal Centro Studi ne razionalizzi le informazioni
- Comprendere come costruire il posizionamento corretto del proprio brand e dei propri prodotti
- Condividere in azienda una cultura interna di marketing comune con la quale confrontarsi
- Utilizzare l'analisi SWOT, la matrice di Ansoff, la matrice del B.C.G.

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi del processo di marketing planning
- Analisi della concorrenza attraverso matrice di Abell
- Costruzione della SWOT
- Definizione degli attributi di primo e secondo livello dell'offerta
- Modello delle strategie possibili applicato all'azienda
- Come utilizzare la matrice del B.C.G.

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V1 - MARKETING VINCENTE: DALLA STRATEGIA ALL'AZIONE

PROGRAMMA

L'evoluzione della funzione del marketing industriale

- Marketing strategico: da orientamento al prodotto a orientamento al mercato
- Ruolo e mission del marketing strategico all'interno dell'azienda
- La relazione tra marketing, vendite e produzione

Il processo di marketing planning

- Visione a breve e lungo periodo
- Logica della pianificazione: dagli obiettivi al controllo delle azioni
- Un processo di miglioramento continuo per lo sviluppo

Gli stadi del processo: la ricerca delle informazioni

- Sistema informativo di marketing
- Analisi dell'ambiente macro e micro dell'impresa: premessa fondamentale
- Evitare la paralisi da analisi delle informazioni

Definizioni e differenze: marketing analitico, strategico e operativo

- Conoscere e raggiungere il mercato
- Analizzare i mercati dal punto di vista dei clienti (F.R.A.)
- Analizzare i mercati dal punto di vista dell'attrattività
- L'acquirente industriale e l'identificazione dell'offerta

Analisi SWOT: come identificare facilmente i propri punti di forza e debolezza

- Dalle informazioni alla strategia: minacce ed opportunità
- Un selfie realistico: punti di forza e debolezza dell'azienda
- Definire l'arena competitiva: il modello di Abell
- Le strategie di base

La costruzione della strategia in rapporto alla propria organizzazione aziendale

- La matrice di Ansoff
- Le conclusioni dell'analisi: il modello delle strategie di marketing
- Quali strategie di prodotto/servizio scegliere

La segmentazione dell'offerta

- Strategie e tecniche di segmentazione
- Analisi dei segmenti e analisi funzionale
- L'approccio prodotto/mercato

Il posizionamento e il marketing mix

- Cos'è e come si costruisce
- Il marketing mix (focus prodotto)
- La vera innovazione di prodotto o servizio
- La classica matrice di portafoglio prodotti: B.C.G.
- Prodotto rivisitato o aumentato
- Ciclo di vita del prodotto



V12 - LA VENDITA STRATEGICA E RELAZIONALE

Trasformare le vendite occasionali in strategiche, costruendo relazioni di valore

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
16 - 17 febbraio 2026	2 - 3 luglio 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La capacità di vendere strategicamente è diventata una competenza indispensabile. Non si tratta solo di chiudere una vendita, ma di costruire relazioni solide e durature che possano sostenere il successo a lungo termine.

Questo corso vi guiderà attraverso l'evoluzione del modello di vendita verso la vendita strategica, fornendovi le competenze necessarie per eccellere. Scoprirete le 7 regole fondamentali per creare relazioni forti e di lungo termine, imparerete a mappare i clienti per instaurare rapporti strategici attraverso il networking e approfondirete il modello di fidelizzazione per vendere e rivendere nel tempo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Vendite
- Funzionari di Vendite
- Responsabili Customer Care
- Funzionari/Operatori Customer Care
- Responsabili Marketing
- Funzionari Marketing

APPRENDERETE A...

- Identificare gli elementi base della vendita strategica
- Comprendere i comportamenti utili a instaurare rapporti duraturi con il cliente
- Identificare e classificare gli attori chiave nel processo decisionale del cliente
- Incrementare la capacità di fare cross selling per la crescita del market share su cliente
- Minimizzare il rischio di perdita di contatto nel tempo

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Identificare le componenti e le skill chiave per la vendita strategica/relazionale
- Costruire il profilo del cliente target
- Comprendere lo scambio che avviene in una relazione duratura
- Strutturare una strategia di fidelizzazione su un caso concreto

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V12 - LA VENDITA STRATEGICA E RELAZIONALE

PROGRAMMA

L'evoluzione del modello di vendita: la vendita strategica/relazionale

- Il ruolo del cliente
- Il passaggio da vendita transazionale a vendita strategica/relazionale
- Le componenti chiave per la vendita strategica/relazionale
- Le skill utili per la vendita strategica/relazionale

Le regole per creare relazioni forti e di lungo termine

- Come profilare il cliente
- Saper ascoltare per comprendere le esigenze
- Come aggiungere valore alla relazione
- Il vademecum a livello comportamentale

Come instaurare un rapporto strategico

- Il processo di creazione di un network qualificato
- L'analisi del processo decisionale del cliente
- L'identificazione e la classificazione dei clienti
- La differenza tra i bisogni emozionali e di valore del cliente
- Come coinvolgere i diversi tipi di stakeholder

Vendere e rivendere: il modello di fidelizzazione nel tempo

- Le leve di fidelizzazione del cliente
- Le diverse strategie di fidelizzazione del cliente a seconda del posizionamento attuale
- Come prepararsi alla prossima vendita mentre si vende
- Creare una strategia di evoluzione dell'offerta

Valutare l'efficacia delle azioni

- L'importanza del monitoraggio del processo commerciale
- Il processo di vendita al cliente e i relativi indicatori
- Come migliorare la relazione con il cliente in base alle situazioni "misurate"



V13 - INNOVARE LA RELAZIONE E L'ESPERIENZA DEL CLIENTE

Un nuovo percorso per migliorare

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

8 - 9 aprile 2026 | 24 - 25 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il prodotto e il servizio sono sempre stati un elemento essenziale per poter essere competitivi all'interno del mercato. Ad oggi però questo non basta più in quanto i clienti cercano sempre di più un contatto diretto con le aziende e vogliono un servizio che corrisponda esattamente alle loro esigenze.

Di conseguenza è necessario cambiare il paradigma di relazione con il cliente creando un nuovo modo di interfacciarsi con lui tramite tutti i punti di contatto.

Questo corso è pensato per chi desidera innovare la relazione con i clienti utilizzando un approccio omnicanale e le tecniche di innovazione. I partecipanti esploreranno come analizzare i trend di mercato, comprendere le esigenze dei clienti e sviluppare una strategia di relazione omnicanale. Attraverso esercitazioni pratiche e casi di studio, verranno approfondite le tecniche per migliorare l'esperienza del cliente e costruire relazioni più forti e durature.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Vendite
- Funzionari di Vendita
- Responsabili Marketing
- Funzionari Marketing
- Innovation Manager

APPRENDERETE A...

- Comprendere le evoluzioni relative alla relazione con il cliente
- Identificare le varie metodologie a disposizione per innovare la relazione con il cliente
- Analizzare i trend dell'Industry e dei competitor dell'azienda
- Identificare le caratteristiche e le esigenze dei clienti
- Gestire una relazione omnicanale
- Identificare i principali ostacoli della creazione di una nuova relazione
- Pianificare il piano di evoluzione della nuova relazione

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Identificare le leve che permettono di essere competitivi
- Creare un profilo cliente
- Definire una strategia ed esperienza omnicanale
- Gestire e definire le priorità strategiche

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V13 - INNOVARE LA RELAZIONE E L'ESPERIENZA DEL CLIENTE

PROGRAMMA

L'evoluzione del vantaggio competitivo

- Le nuove leve del vantaggio competitivo
- Come le aziende si rapportano con il cliente
- Dalla relazione all'esperienza

I processi di innovazione

- Cosa significa innovare
- I diversi processi innovativi
- Cosa significa innovare la relazione con il cliente
- Un nuovo paradigma: l'avvento del design thinking

L'attività di analisi

- L'importanza di condurre una buona fase di analisi
- I driver di analisi: clienti, competitor e Industry
- Industry e competitor: SWOT Analysis e Mappa del valore
- Clienti: da target a personas
- Clienti: la differenza tra le esigenze del B2B e B2C

La creazione di una nuova relazione

- I pilastri di una relazione omnicanale
- Le fasi dell'esperienza del cliente
- Costruire un'esperienza omnicanale
- L'importanza e le caratteristiche dei punti di contatto

Gestire il cambiamento della relazione

- Creare un piano strategico omnicanale (iniziative e priorità)
- Come gestire il cambiamento all'interno dell'azienda
- La definizione e il monitoraggio degli indicatori di performance



V14 - LA PIANIFICAZIONE COMMERCIALE

Dalla strategia all'azione: come strutturare e guidare un piano commerciale performante

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

22 maggio 2026 | 1 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Una pianificazione commerciale accurata è fondamentale per assicurare un'esecuzione di successo delle strategie aziendali.

Questo corso è dedicato a professionisti che vogliono migliorare la loro capacità di pianificare e gestire le attività commerciali. I partecipanti impareranno a costruire un piano commerciale completo, a identificare le opportunità di mercato e a creare un budget realistico. Attraverso esercitazioni pratiche, sarà possibile simulare l'analisi del contesto competitivo e monitorare l'andamento del piano commerciale con l'uso di KPI e indicatori di performance.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e Direttori Vendite
- Manager Commerciali
- Imprenditori e Responsabili di Business Unit
- Professionisti che desiderano migliorare la capacità di pianificare le proprie attività commerciali
- Chiunque voglia approfondire l'importanza della pianificazione strategica delle vendite

APPRENDERETE A...

- Creare un piano commerciale completo, dalla definizione delle fasi alla gestione delle opportunità
- Analizzare il contesto di mercato e prevedere le possibili mosse dei competitor
- Identificare i punti di forza e debolezza dell'offerta per creare una proposta vincente
- Veicolare efficacemente l'offerta sul mercato, identificando il match ideale tra offerta e target
- Costruire un budget commerciale realistico e definire un piano d'azione per raggiungerlo
- Monitorare l'andamento del piano commerciale attraverso l'analisi del funnel e dei principali indicatori di performance (KPI)

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercitazioni sulla creazione di un piano commerciale personalizzato per il proprio business
- Simulazioni sull'analisi del contesto competitivo e la pianificazione di strategie di mercato
- Prova pratica su come costruire un budget e tradurlo in un piano d'azione operativo
- Case studies reali riguardanti il monitoraggio del piano commerciale e l'analisi dei Key Performance Indicator

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V14 - LA PIANIFICAZIONE COMMERCIALE

PROGRAMMA

Creare un piano commerciale

- Cos'è un piano commerciale e le sue caratteristiche
- Perché è importante pianificare nell'ambito delle vendite
- Le fasi del piano commerciale

L'analisi del contesto

- L'analisi dei trend di mercato
- Le possibili strategie dei competitor
- Definizione dei punti di forza e debolezza dell'offerta

Veicolare l'offerta sul mercato

- Il match tra offerta e cliente/mercato target
- Le strategie di presidio del mercato
- Il processo di creazione e qualificazione delle opportunità
- Le tecniche di qualificazione delle opportunità

Costruire il budget e il piano d'azione

- Il processo di lead generation
- Dalle opportunità alle fonti di fatturato
- Come costruire un budget
- L'identificazione dei canali di contatto
- Definire il piano di azione per assicurarsi il budget

Il monitoraggio del piano commerciale

- L'importanza del monitoraggio
- Il sistema di controllo del piano commerciale
- L'analisi del funnel commerciale e il tasso di caduta
- I Key Performance Indicator di un piano commerciale



V2 - ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELL'ASSISTENZA TECNICA

La soddisfazione del cliente è la radice della fidelizzazione

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

<i>date</i>	<i>quote di partecipazione IVA esclusa</i>
23 - 24 febbraio 2026 21 - 22 luglio 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

I tecnici dell'assistenza sono il primo "biglietto da visita" dell'azienda nei momenti delicati del rapporto col cliente. È necessario organizzare un Servizio di Assistenza in grado di formare personale di contatto con le competenze necessarie a saper valorizzare l'immagine propria e dell'azienda e a saper dialogare e gestire reclami e controversie con un sistema di Auditing interno sulla Customer Satisfaction dell'assistenza erogata.

Dopo questo Corso i tecnici sapranno intervenire con l'obiettivo di soddisfare il cliente e aiuteranno l'azienda a individuare soluzioni utili per fidelizzare i clienti con un nuovo ruolo di "facilitatori apripista" dell'azione dei colleghi Commerciali alla rivendita.

A CHI È RIVOLTO

- Customer service e servizio reclami
- Assistenza tecnica
- Back office tecnico commerciale
- logistica e spedizioni, back office commerciale
- Personale di contatto

APPRENDERETE A...

- Gestire tutte le fasi del processo di un reclamo
- Analizzare le esigenze anche inesprese del cliente
- Misurare la soddisfazione del cliente
- Comunicare efficacemente da remoto/telefonicamente
- Inquadrare psicologicamente il cliente
- Comunicare cattive notizie

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Autodiagnosi sulla qualità del nostro servizio clienti
- Elaborazione di un percorso di domande per analisi esigenze
- Casi pratici/role play in aula
- 10 test di verifica per la gestione della Total Quality del servizio

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V2 - ORGANIZZAZIONE E GESTIONE DELL'ASSISTENZA TECNICA

PROGRAMMA

Missione dell'assistenza tecnica in azienda

- L'assistenza consulenziale al cliente
- Le componenti di successo del servizio
- Proprietà dei servizi

Profilo e caratteristiche dell'addetto al servizio (personale di contatto)

- Le competenze che non devono mancare
- Il personale di contatto: 3 obiettivi insieme
- La flessibilità relazionale

Misurare il servizio per la clientela (avere credibilità per soddisfare le esigenze)

- Siamo veramente customer oriented
- Organizzazione delle procedure
- Customer survey di qualità

Dal primo contatto alla Soddisfazione del Cliente

- Quanto costa all'Azienda l'insoddisfazione del cliente sul Service?
- Vantaggi legati alla soddisfazione

Inquadrare psicologicamente il Cliente e gestirlo

- La comunicazione efficace in presenza e telefonica (Inbound)
- Costruire la relazione in pochi minuti e trasferire "affidabilità e rassicurazione" Intervista per focalizzare i bisogni espressi e inespressi del cliente
- Trasferire sicurezza (pacing)

L'Audit interno della qualità della nostra Assistenza tecnica

- Autodiagnosi della propria azienda
- 10 test di verifica per la Gestione della Total Quality



V3 - DA VENDITORI A MODERNI CONSULENTI COMMERCIALI

Il corso Best Seller per i commerciali per vendere secondo l'evoluzione del Mercato

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

14 - 15 maggio 2026 | 19 - 20 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Un percorso formativo considerato il Best Seller per chi quotidianamente affronta il mercato per costruire con successo le proprie vendite!

L'evoluzione dei mercati e della relazione commerciale richiede una chiara visione del ruolo e della sua evoluzione in linea con clienti sempre più esigenti e preparati.

Attraverso esercitazioni e prove pratiche i partecipanti acquisiranno una chiara metodologia in ogni fase della vendita per potersi dotare delle competenze necessarie alla professione.

Obiettivo fondamentale sarà apprendere come capire e farsi capire dal cliente scoprendo ogni aspetto tecnico e relazionale necessario, in un confronto continuo con le metodologie più utilizzate dai venditori vincenti.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Vendite
- Funzionari di Vendita
- Tecnici Commerciali
- Tecnici in evoluzione sul ruolo commerciale
- Back Office commerciale
- Chiunque interessato a comprendere la funzione commerciale/vendite (produzione, acquisti, etc.)

APPRENDERETE A...

- Comprendere l'evoluzione della funzione vendite in linea con i cambiamenti dei mercati
- Definire chiaramente il ruolo di consulente commerciale
- Definire e sviluppare le competenze tecniche e relazionali necessarie
- Identificare obiettivi personali e professionali e collegarli
- Comprendere l'importanza della pianificazione
- Misurare l'efficacia della propria azione commerciale
- Distinguere le fasi del processo di vendita
- Saper intervistare il cliente e argomentare correttamente
- Concludere sempre nel modo migliore

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Definire le competenze necessarie al ruolo e autoverificarle
- Come tradurre un obiettivo in un piano di azione
- Esercitarsi con metodo a definire gli obiettivi di ogni singola visita
- Definire i vantaggi competitivi della propria azienda confrontandosi con i concorrenti
- Argomentare in modo efficace i plus dell'offerta
- Metodo di presentazione del prezzo

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V3 - DA VENDITORI A MODERNI CONSULENTI COMMERCIALI

PROGRAMMA

L'era del cambiamento

- Evoluzione della funzione delle vendite
- Da funzione tattica a funzione strategica
- La centralità della funzione vendite
- I rapporti con le altre funzioni aziendali
- Cambiamenti nei vantaggi competitivi dell'azienda

La Pianificazione e la previsione di vendita

- Elementi del processo di Pianificazione
- Perché è importante Pianificare l'azione di vendita?
- Differenza tra pianificare e prevedere

Obiettivi personali e obiettivi aziendali: quale legame?

- Pianificare i propri obiettivi
- Reattività Vs Proattività commerciale
- Definizione di una strategia di "contatto" con le diverse tipologie di clienti
- Gli strumenti per organizzarsi: piani di prospezione - piani di zona - strumenti di controllo

L'analisi di mercato come supporto all'attività di vendita

- Individuare i punti forza e di debolezza della propria offerta
- Gli elementi che distinguono l'offerta dell'azienda: prodotti, servizi e loro posizionamento strategico
- Confronto con la concorrenza
- Definizione di una strategia di "contatto" con le diverse tipologie di clienti

Profilo e competenze del Moderno consulente commerciale

- Analisi della posizione: il ciclo di vita del venditore, obiettivi, qualità personali e professionali richieste dal ruolo
- Cosa vuol dire vendere oggi: ruolo e attività del commerciale
- L'Identikit: competenze necessarie e missione
- Misurare l'efficacia della propria azione commerciale (curve di caduta)

Il moderno consulente commerciale

- Cosa vuol dire vendere oggi: ruolo e attività del commerciale
- L'Identikit: competenze necessarie e missione
- Misurare l'efficacia della propria azione commerciale (curve di caduta)

Le fasi del processo di vendita per costruire il risultato

- La preparazione tecnica e relazionale
- Osservazione e ascolto del cliente
- Un metodo efficace per preparare la visita
- L'approccio positivo: tre obiettivi fondamentali

Analisi dei bisogni e delle motivazioni d'acquisto

- Analizzare il processo di acquisto del cliente
- BtB e BTC: bisogni differenti
- Creare la Best Question List

La valorizzazione dell'offerta

- Costruire le proprie argomentazioni sui bisogni del cliente
- La tecnica dei benefici per il cliente
- Presentare il prezzo e i termini dell'offerta

Concludere nel modo migliore la visita

- Analizzare l'esito della visita in ogni fase
- Costruire la relazione anche di fronte all'esito negativo
- Aggiornare obiettivi e scheda cliente
- Il post vendita per fidelizzare: cosa fare dopo



V4 - VALUE SELLING

Creare valore e interesse nella vendita per difendere il proprio prezzo

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

31 marzo - 1 aprile 2026 | 23 - 24 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Molti commerciali, anche di lungo corso, iniziano ad avere problemi quando si parla di denaro e si viene posti di fronte all'aut-aut: cedere sul prezzo o rinunciare all'affare.

In tanti capitolano ma in realtà esiste una strategia efficace che toglie potere al cliente ed evita di ridurre drasticamente i propri margini di guadagno.

La qualità nella preparazione della visita costituisce il 60% delle probabilità di successo purché si abbia una metodologia chiara e la si applichi.

Come motivare il cliente all'incontro creando interesse? Come applicare la vendita proattivamente e positivamente? Come gestire l'obiezione sul prezzo?

Questo Corso vi darà le risposte per difendere i propri margini e costruire "Value Selling" (valore percepito dal cliente).

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili vendite
- Funzionari di vendita
- Tecnici commerciali
- Tecnici in evoluzione sul ruolo commerciale
- Back office commerciale

APPRENDERETE A...

- Preparare correttamente ogni tipo di incontro commerciale
- Adottare un atteggiamento proattivo verso il proprio business
- Analizzare il portafoglio clienti come strumento di definizione di una strategia commerciale locale
- Gestire le risorse assegnate in funzione dei risultati
- Creare interesse nel cliente, creare RAPPORT presentando i vantaggi dell'incontro
- Trasferire caratteristiche e vantaggi per tutte le linee ed i prodotti/servizi interessati, esaltandone il valore agli occhi del cliente
- Saper applicare tutti gli strumenti per poter aumentare vendite e fatturati proteggendo i margini
- Gestire le obiezioni di prezzo

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Determinare gli obiettivi per ogni singolo cliente
- Creare una strategia per gruppi di clienti identificati
- Creare la Best question list per cogliere le esigenze del cliente
- Preparare le controobiezioni e gli argomenti corretti
- 10 tecniche per gestire le obiezioni

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V4 - VALUE SELLING

PROGRAMMA

I cambiamenti in atto

- Le aree di cambiamento che stanno modificando il modo di porsi di un'azienda sul mercato
- Le nuove 3 leve per essere competitivi sul mercato: cosa stanno facendo i leader

Prepararsi per affrontare al meglio i clienti target

- Pianificare e preparare tutti gli obiettivi di sviluppo commerciale
- Definire le attività, risorse e valori che blindano il processo di budget di periodo
- Le 6 fasi di sviluppo di un Sales Plan

Dall'analisi del portafoglio clienti alla creazione dei giri visita

- Saper analizzare il proprio portafoglio di clienti
- Elaborare diverse strategie commerciali per gruppi di clienti
- Inserire ogni cliente in un approccio commerciale adeguato

Un processo integrato per sviluppare una relazione di business

- Dall'idea di business alla proposta a valore
- I primi criteri di qualificazione di una opportunità di business
- I 4 modelli di percezione di valore per una figura sales

Guidare la percezione del cliente con le domande giuste

- Un modello di come impostare le interviste
- Creare la Best Question List per ogni cliente
- Motivazioni e bisogni evidenti e latenti da scoprire
- Comprendere come ragiona e valuta la nostra proposta

Come costruire e proporre una proposta di valore

- Un modello di costruzione di offerta
- Il processo decisionale del cliente ed i 4 parametri di valutazione
- Saper vendere una soluzione: il processo e l'approccio di valore

Gestire le obiezioni sul prezzo

- Cos'è un'obiezione?
- Tipologie di obiezioni diverse
- 10 tecniche per gestire l'obiezione "È troppo caro!"

Business Case: una opportunità di influenzare il cliente nella scelta della nostra soluzione

- Role Play: studio di un caso e simulazione di un processo di qualificazione di offerta
- I KPI di valutazione e scelta di un cliente
- Il manifesto di sintesi di una relazione efficace



V11 - CREARE UNA PROPOSTA DI VALORE EFFICACE

Vincere le sfide competitive creando una proposta di valore innovativa

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

30 aprile 2026 | 9 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Uno degli elementi più critici all'interno del contesto odierno è quello di strutturare un'offerta che sia competitiva all'interno del mercato e che soddisfi le esigenze del cliente.

Questo corso è pensato per aiutare professionisti di marketing e vendite a costruire una proposta di valore efficace e allineata alle esigenze del mercato odierno.

I partecipanti impareranno a definire gli elementi essenziali per una proposta di valore vincente, identificare i gap tra l'offerta attuale e le aspettative dei clienti e integrare nuove strategie per rimanere competitivi. Attraverso esercitazioni pratiche, sarà possibile applicare i concetti appresi a casi reali, costruendo un piano operativo e monitorando i principali indicatori di performance.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Vendite
- Responsabili Marketing
- Funzionari di Vendite
- Funzionari di Marketing
- Chiunque interessato a comprendere come costruire l'offerta di un'azienda

APPRENDERETE A...

- Comprendere la dinamicità attuale del mercato
- Definire quali sono gli elementi essenziali per la costruzione di una proposta di valore
- Identificare le principali strategie che può adottare un'azienda per essere competitiva sul mercato
- Definire il modello di business a supporto della nuova proposta di valore
- Comprendere le modalità di definizione dei progetti per mettere in atto la nuova proposta di valore
- Definire i principali indicatori di performance per valutare l'efficacia della nuova proposta di valore

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- I nuovi trend relativi alla proposta di valore
- Esercitarsi nel costruire una proposta di valore
- Come costruire il modello di business a supporto della nuova proposta di valore
- Definire la roadmap di progetto

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V11 - CREARE UNA PROPOSTA DI VALORE EFFICACE

PROGRAMMA

Il contesto attuale

- La dinamicità del contesto
- L'evoluzione del vantaggio competitivo delle aziende
- I driver del cambiamento

Cosa significa proposta di valore

- La definizione di proposta di valore
- Le caratteristiche e gli elementi fondamentali della proposta di valore
- Il processo di definizione della proposta di valore
- L'evoluzione delle strategie aziendali

Studiare il cliente

- Perché bisogna creare il profilo cliente
- Gli strumenti di supporto per comprendere i comportamenti dei clienti
- Definire il cliente tipo

La proposta di valore per il cliente

- Analizzare le caratteristiche attuali della proposta di valore
- Comprendere i gap tra l'offerta attuale e i desiderata del cliente
- Identificare le nuove leve/caratteristiche che garantiscono un vantaggio competitivo

Integrare la nuova proposta di valore nel contesto aziendale

- Definire il nuovo modello di business a supporto della proposta di valore
- Costruire il piano operativo di implementazione della nuova proposta di valore
- Valutare le singole iniziative a livello finanziario (break-even point e pay-back time)
- Gestire le criticità interne all'azienda

Gli indicatori di performance da monitorare

- Cosa significa soddisfare il cliente
- Gli indicatori per valutare la soddisfazione del cliente (Lifetime Value e CS index)
- Il processo di miglioramento continuo dell'offerta



V5 - LA NEGOZIAZIONE COMMERCIALE EFFICACE

Saper difendere i propri margini e ottimizzare il risultato di ogni trattativa

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
17 - 18 giugno 2026	15 - 16 ottobre 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Obiettivo principale del corso sarà apprendere come costruire una strategia per fronteggiare le pressioni del compratore in funzione del suo stile comportamentale e consentire al negoziatore di individuare gli elementi chiave di una trattativa per massimizzarne il risultato.

Se la negoziazione viene definita un'arte, questo seminario è mirato a potenziare le capacità negoziali attraverso regole e strumenti concreti per puntare all'eccellenza della negoziazione anche nelle situazioni ad alto rischio e, attraverso filmati ripresi durante negoziazioni, i partecipanti potranno apprendere come curare l'efficacia della comunicazione nel negoziato, per portare il cliente verso la conclusione alle migliori condizioni.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Vendite
- Funzionari di Vendita
- Tecnici Commerciali
- Tecnici in evoluzione sul ruolo commerciale
- Back Office Commerciale
- Chiunque utilizzi la negoziazione nella sua attività (produzione, acquisti, HR, etc.)

APPRENDERETE A...

- Essere in grado di individuare gli elementi chiave di una trattativa
- Scoprire come ragiona e gli obiettivi della contro parte
- Costruire una strategia per fronteggiare le pressioni dei compratori in funzione del loro stile comportamentale
- Potenziare le capacità negoziali attraverso regole e strumenti concreti
- Evitare le trappole e le astuzie dei compratori
- Curare l'efficacia della comunicazione per portare il cliente verso la conclusione alle migliori condizioni
- Negoziare su ogni punto per aumentare la redditività globale dell'accordo

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Determinare elementi chiave della trattativa
- Preparazione dello strumento fondamentale per poter negoziare (negoplan)
- Matrice concessioni/contropartite
- Esercitazione su come ragiona un compratore
- Attraverso filmati ripresi durante negoziazioni apprenderete come curare l'efficacia della trattativa nel negoziato, per portare il cliente verso la conclusione alle migliori condizioni

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V5 - LA NEGOZIAZIONE COMMERCIALE EFFICACE

PROGRAMMA

Principi fondamentali della negoziazione

- Differenza tra vendere e negoziare
- Differenti tipi di negoziazione
- Enfatizzare i propri punti di forza
- Le leve che influenzano la trattativa

Lo schema principale in cinque mosse

- Preparazione e stima
- Cosa scoprire dell'interlocutore
- Compimento e valutazione

Il ruolo e identikit del negoziatore

- Caratteristiche dei negoziatori esperti
- Gestore di diversi interessi
- Comportamenti e frasi da evitare
- Niente personalismi, no alle provocazioni

Il modello di cipolla applicato alla negoziazione

- Win-win è l'unica scelta praticabile?
- Le leggi della stupidità negoziale umana
- Tipologie di negoziazione

Come ragionano i compratori

- Nei panni del buyer e dell'ufficio acquisti
- Come si prepara all'incontro e che regole segue
- Difendersi dalle leve (cursori) del potere

Le prime tre regole d'oro della Negoziazione

- Prime tre regole fondamentali: dalla proposta iniziale allo schema della trattativa
- La preparazione attraverso la costruzione di uno strumento fondamentale: il Negoplan
- La matrice concessioni/contropartite per aumentare i propri margini di manovra e limitare le richieste del buyer

Ultime due buone regole

- Quarta e quinta regola: negoziazione integrativa e distributiva
- Regole pratiche e consigli per negoziare con successo
- Portare il cliente alla conclusione evitando ulteriori richieste

Gestire i conflitti negoziali

- Contrasti e conflitti
- Comprendere le cause del conflitto
- Gli opposti: Interessi comuni ed emotività

Le trappole dei compratori

- Le più frequenti e le contromosse
- Filmato di esempi
- I comportamenti da evitare (se non voluti)

Applicazione a casi reali dei partecipanti

- Esposizione dei casi reali di partecipanti
- Analisi e commenti, conclusioni



V6 - ORGANIZZARE E GESTIRE UNA RETE DI VENDITA

La necessità di “cambiare marcia” per essere vincenti sul mercato

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

18 - 19 maggio 2026 | 12 - 13 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il percorso formativo si propone di fornire gli elementi necessari per analizzare e valutare l'efficacia e l'efficienza di una rete di vendita, al fine di rivitalizzarla con le corrette modifiche strutturali. Le esigenze dei vari business richiedono reti sempre più qualificate e proattive verso gli obiettivi commerciali e di immagine dell'azienda e la ristrutturazione diviene un momento importante di ripensamento della strategia commerciale.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori e Responsabili Vendite
- Area Manager, Export Area Manager
- Agenti con struttura di venditori
- Tecnici-commerciali con funzioni di coordinamento
- Risorse umane che svolgono funzioni di gestione/organizzazione forza vendita

APPRENDERETE A...

- Progettare e costruire una rete di vendite
- Comprendere la struttura più idonea alla vostra tipologia di azienda e business
- Organizzare la rete di vendita (nazionale, locale, piccola rete)
- Gestire strategicamente la struttura
- Definire gli obiettivi e la vostra politica distributiva
- Utilizzare gli strumenti di controllo (KPI's delle vendite)
- Valutare le caratteristiche necessarie ai funzionari e valutarne le prestazioni

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercitazione di autovalutazione della propria struttura commerciale
- Proposte innovative di cambiamento organizzativo
- Metodo di definizione degli obiettivi
- Alcune case histories di riorganizzazione
- Esercitazione sui propri obiettivi distributivi
- Definire un piano d'azione efficace

I PLUS:

Il corso è orientato a trasmettere le competenze necessarie per poter organizzare/riorganizzare una rete di vendita attraverso strumenti e modelli di gestione strategica della propria organizzazione finalizzati alla progettazione, sviluppo e controllo di una rete di vendita



V6 - ORGANIZZARE E GESTIRE UNA RETE DI VENDITA

PROGRAMMA

L'evoluzione del ruolo delle vendite negli ultimi anni

- Evoluzione del vantaggio competitivo vincente
- Conseguenti esigenze di riorganizzazione della rete di vendita
- Ruoli di consulente di vendita, area manager e venditore

Analisi dell'organizzazione di vendita

- Esempi di organigrammi differenti
- Strutture organizzative e controllo manageriale
- Il rapporto tra marketing e vendite

Definizione degli obiettivi di una struttura di vendita

- Obiettivi di brand e di prodotto/servizio
- Riorientamento conseguente a variazioni di politiche e obiettivi aziendali
- Differenti scelte distributive

Confrontarsi con il piano degli investimenti

- Il processo di budgeting
- Budget del reparto vendite
- Aspetti di marketing, promozionali e piano operativo
- Investimento finanziario

Strutture organizzative di distribuzione

- Obiettivi quantitativi e qualitativi
- Organizzazione interna ed esterna
- Il concetto di spesa-resa
- Strumenti di controllo delle performance: KPI's di vendita

Contesto interno ed esterno

- Conoscenza del cliente e del mercato (a chi vendo e cosa?)
- Segmentazione per tipologia, valore, canale e rischio
- Scelta dei canali distributivi

Dimensionamento ideale di una rete di vendita

- Fasi del processo valutativo
- Fattori chiave da considerare per l'adeguatezza agli obiettivi

Motivazione e impegno dei collaboratori

- Organizzare il gruppo, il lavoro e motivare il team
- Favorire le competenze dei membri del gruppo
- Costruire la propria credibilità come coach

Come costruire un vero team

- Le persone e i differenti tipi di contratto
- Contratto utilitaristico e della coesione sociale
- Contratto identificativo sociale

Il ruolo del Manager all'interno del Team

- Coordinatore, leader, teambuilder e trainer
- Dare obiettivi chiari e come condividerli col team
- Caratteristiche personali e comportamentali per condurre e farsi accettare dal gruppo

La rete di vendita

- Rete diretta o indiretta, pro e contro
- Caratteristiche di un funzionario di vendita
- Valutazione e sistemi premianti
- Produttività della propria rete di vendita

Piano d'azione conclusivo



V7 - DALLA CUSTOMER CARE ALLA FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

Eccellenza nella cura del Cliente

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

15 - 16 luglio 2026 | 16 - 17 dicembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Un corso pratico che illustra tutto il processo di gestione e comunicazione efficace dei propri clienti, le tecniche di analisi del problema e di presa della decisione e lo sviluppo di un sistema di KPI e reporting rivolto al miglioramento del servizio e cura del cliente.

Attraverso esercitazioni e prove pratiche i partecipanti acquisiranno una chiara metodologia in ogni fase del processo di analisi, risoluzione del problema e presa di decisione.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e personale del Customer Service
- Addetti Post-Vendita/After Sales
- Addetti Assistenza Tecnica
- Personale di Front Line
- Venditori e Tecnici Commerciali
- Tutti coloro che nella propria attività professionale debbano gestire i clienti e che abbiano l'obiettivo di innalzare la "customer satisfaction"

APPRENDERETE A...

- Qualificare le competenze professionali delle persone che si occupano del servizio di Customer Care e Post-Vendita
- Fornire al personale un approccio metodologico, omogeneo e condiviso per comprendere e migliorare le attività e i risultati del proprio lavoro in particolare su:
 - Gestione delle informazioni ai clienti
 - Gestione delle problematiche
 - Gestione dei reclami
- Definire i KPI di miglioramento delle performance del Customer Care
- Un'altra esigenza è quella di fornire un approccio metodologico al miglioramento, semplice ma efficace, che permetta nel tempo di implementare, mantenere e migliorare i risultati ottenuti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Impostazione dei KPI di miglioramento delle performance del Customer Care
- Definire le 10 Regole d'ore del Customer Care
- Analisi di best practice e criticità di servizio al cliente
- Role play di gestione dei reclami dei clienti

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



V7 - DALLA CUSTOMER CARE ALLA FIDELIZZAZIONE DEL CLIENTE

PROGRAMMA

GESTIRE IL SERVIZIO CLIENTI

Il ruolo del Servizio Clienti

- Mission e specificità del Servizio Clienti
- Identificare le attese dell'azienda e dei clienti
- Strumenti e suggerimenti per una corretta analisi della situazione attuale: i livelli di performance erogati, la rispondenza dei processi al servizio, ...

La soddisfazione e cura del cliente: il filo conduttore della propria attività di management

- Conoscere i grandi orientamenti della gestione della relazione con il cliente
- Diffondere uno spirito orientato al cliente nell'attività quotidiana

Sensibilizzare e motivare il team verso la qualità del servizio prestato

- Realizzare in azienda un'analisi sulla soddisfazione dei clienti

L'evoluzione del Servizio Clienti verso il Customer Relationship Management

- Orientarsi verso un marketing relazionale
- Costruire e misurare un programma relazionale
- Costruire una comunicazione personalizzata

COMUNICARE IN MODO EFFICACE CON I CLIENTI

Obiettivo: soddisfare il cliente

- Riflessione in sottogruppo sugli elementi che caratterizzano la percezione esterna dell'immagine aziendale
- Promuovere l'immagine aziendale attraverso la propria professionalità

I principi della comunicazione efficace con il cliente

- Padroneggiare le regole d'oro della comunicazione telefonica
- Porre le domande giuste, riformulare, affrontare le obiezioni
- Le espressioni e le parole positive per migliorare l'immagine dell'azienda

Rispondere e adattarsi al cliente: le chiamate inbound

- Accogliere: le prime parole da utilizzare
- Saper far attendere senza far perdere la pazienza
- Utilizzare l'arte dell'intervista per scoprire i bisogni reali del cliente
- Gestire la richiesta del cliente o trasferire la chiamata sul giusto interlocutore
- Trattare i casi difficili: clienti aggressivi o chiacchieroni, reclami, domande particolari, etc.

Contattare i clienti: le particolarità delle chiamate in outbound

- Preparare la telefonata, definire l'obiettivo
- Creare il contatto: presentarsi in modo rapido
- Dichiarare l'obiettivo della propria telefonata
- Trasmettere le informazioni valorizzandole

- Gestire le situazioni complesse: modificare una data di consegna o d'intervento, annunciare un aumento di prezzi, chiedere un pagamento

Il reclamo? Un'opportunità per l'azienda

- Imparare a vivere il reclamo come una ricchezza per l'azienda e non come una sfida
- I protagonisti della relazione azienda-cliente
- Comprendere lo stato d'animo e le attese del cliente insoddisfatto
- Affrontare la situazione critica con un approccio costruttivo

Adottare un approccio professionale alla fase di ascolto del cliente che reclama

- Organizzarsi per disporre di tutte le informazioni utili
- Comprendere e inquadrare i bisogni del pubblico
- Ricevere le emozioni esterne e padroneggiare lo stress

Padroneggiare le tecniche d'argomentazione e di negoziazione per gestire al meglio la comunicazione "critica"

- "Allenarsi" alle tecniche che favoriscono il dialogo: empatia, tecnica dell'intervista e della riformulazione
- Attuare uno schema di relazione proattiva (comprensione-soluzione) evitando la dialettica infernale torto-ragione
- Individuare e proporre la soluzione più adatta rispetto alle aspettative del cliente e alle esigenze della propria azienda
- Concludere in modo efficace

Migliorare la qualità delle risposte scritte

- Padroneggiare lo stile e la struttura della risposta ad un reclamo
- Personalizzare ogni risposta partendo dai principi chiave della comunicazione scritta
- Utilizzare un linguaggio positivo e persuasivo: il potere delle parole
- Gestire un reclamo via email

KPI E REPORTING

Garantire le prestazioni del servizio

- Il presidio dei Customer Contact Points
- Service Level Management: la definizione di un processo per l'erogazione di servizi che soddisfino i requisiti del cliente
- Service Level Agreement: la garanzia dei livelli di servizio, interni ed esterni

Padroneggiare le tecniche di problem solving per analizzare la situazione e trovare rapidamente la soluzione giusta

- Le tecniche per analizzare velocemente la soluzione
- Utilizzare un metodo per trovare soluzioni
- Definire ed implementare i principali indicatori

Creazione di un reporting mensile

Analisi dei risultati

Definizione delle azioni e piano di miglioramento



V8 - COME RENDERE EFFICACE LA PRESENTAZIONE COMMERCIALE A DISTANZA

Migliorare la comunicazione per vendere a distanza con efficacia

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
19 - 20 marzo 2026	14 - 15 settembre 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Per la prima volta, il nostro Paese si confronta duramente con gli effetti della gestione emergenziale, che ha cambiato le nostre abitudini, forse per sempre.

Come cambieranno i processi di narrazione di Brand e prodotti? Come devono comunicare le aziende utilizzando la Presentazione Commerciale per lo più VIRTUALE coi clienti?

Come cambia e cosa dobbiamo cercare di comunicare in modo efficace ai nostri clienti per tenerli coinvolti e non perdere il contatto con loro, (clienti che a loro volta spesso non sanno cosa fare e a chi rivolgersi)?

I nuovi scenari economici ci chiedono e chiederanno sempre di più di entrare in una modalità straordinaria di comunicazione, motivazione, narrazione, percezione delle priorità con un tono di voce adeguato al mondo esterno e alla mutata percezione degli individui.

Conoscere e aggiornare le proprie tecniche di presentazione, adattare gli strumenti e i comportamenti a presentazioni a distanza, essere veloci e focalizzati sul valore dei contenuti, senza perdere empatia e contatto relazionale diventeranno elementi fondamentali e competenza professionale per la maggior parte di noi.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Vendite e Consulenti Commerciali
- Responsabili MKTG e di Comunicazione
- Funzionari del Customer service
- Account e venditori
- Tecnici Commerciali

APPRENDERETE A...

- Conoscere metodologie e tecniche di una presentazione di lavoro
- Compensare la perdita di impatto dovuta alla comunicazione a distanza
- Organizzare le vostre presentazioni interessando l'interlocutore
- Comunicare in modo logico e sintetico le argomentazioni di valore

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Il modello della piramide della logica
- Punti di vista relativi
- Esercizio sul verbale e paraverbale
- Simulazioni di presentazione commerciali in Video Conferenza

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti



V8 - COME RENDERE EFFICACE LA PRESENTAZIONE COMMERCIALE A DISTANZA

PROGRAMMA

Evoluzione della Comunicazione di Impresa nella dimensione virtuale

- Scelte di piano media digitale

Come cambia la Comunicazione Commerciale: Brand, Prodotti e Valore Sociale

- Verificare il proprio Posizionamento

Riposizionarsi flessibilmente adattandosi a nuovi comportamenti di acquisto

Ridefinizione della Business Presentation e focalizzazione dei nuovi obiettivi

Vantaggi e svantaggi della Business Presentation a Distanza

Prepararsi all'incontro a distanza

- Adattare il proprio stile in funzione delle differenti tipologie di interlocutori
- Il coinvolgimento del cliente attraverso le domande per comprendere le reali esigenze del cliente e personalizzare di conseguenza la propria presentazione
- Impostare una presentazione efficace

Scelta del percorso espositivo e fattore tempo

- Metodo induttivo o deduttivo?
- Identificazione degli argomenti e preparazione del testo

Adeguamento di toni e contenuti: come essere trasparenti e coinvolgenti

- Impostazione delle prime due fasi: obiettivo e argomento

Focalizzare e raccontare il Valore che la nostra organizzazione può offrire ai clienti

- Costruire un discorso logico

Catturare l'interesse: apertura e sviluppo della presentazione

- La presenza e L'entusiasmo
- Gestire i casi difficili (interventi scomodi!)

Utilizzo degli strumenti di teleconferenza e utilizzo dei visuals

Concludere sempre positivamente

Gli errori da evitare



V9 - LA PREVENTIVAZIONE COMMERCIALE E LE MODALITÀ DI PRICING

Strumenti per realizzare preventivi precisi, affidabili ed efficaci

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
5 giugno 2026	11 dicembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La preparazione, formulazione e presentazione di un'offerta o un preventivo sono delle attività importanti e delicate, che richiedono una corretta mentalità, strategia ed approccio. Il preventivo non è un semplice documento con una descrizione e prezzo, ma va "pensato" e strutturato anche per come si intenderà poi gestire la vendita e negoziazione. La preparazione, formulazione e presentazione di un'offerta o un preventivo sono delle attività importanti e delicate, che richiedono una corretta mentalità, strategia ed approccio. Il preventivo non è un semplice documento con una descrizione e prezzo, ma va "pensato" e strutturato anche per come si intenderà poi gestire la vendita e negoziazione.

In questa giornata si affrontano i principali aspetti per definire un preventivo e le relative strategie di pricing che garantiscano una buona marginalità per l'azienda e che supportino efficacemente l'attività di vendita.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Vendite e Consulenti Commerciali
- Funzionari del Customer service
- Key account e venditori
- Tecnici Commerciali
- Preventivatori

APPRENDERETE A...

- Valutare l'effettiva marginalità delle vendite
- Approfondire le leve di persuasione da utilizzare in un preventivo commerciale
- Redigere preventivi efficaci
- Gestire il processo di preventivazione
- Monitorare e migliorare il tasso di successo dei propri preventivi commerciali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esempi di sistemi di supporto alla preventivazione e definizione di prezzi
- Esempi di strategie di pricing
- Riconoscere ed evitare gli errori più frequenti nella preventivazione
- Strutturare un preventivo efficace

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti



V9 - LA PREVENTIVAZIONE COMMERCIALE E LE MODALITÀ DI PRICING

PROGRAMMA

Come definire i prezzi e garantire la marginalità delle vendite

- L'impatto dei prezzi sulla redditività aziendale
- Le principali modalità di calcolo dei costi
- Differenza tra margine e ricarico
- Definire i prezzi in modo da garantire la marginalità

Analisi del pocket price e segmentazione della clientela

- L'impatto delle sconti e dei costi di transazione: price waterfall, pocket price e pocket price band
- La segmentazione della clientela e la comprensione dei bisogni
- Adatta l'offerta al cliente: influenzare la percezione di prezzo e la propensione all'acquisto

Strategie e modalità di pricing

- Versioning
- Implementazione di barriere (fencing)
- Bundling e unbundling

I fattori che influenzano la persuasione dei Clienti

- Prezzi ed aspetti psicologici
- Ancoraggio
- Inquadramento (framing)
- Come sviluppare un messaggio centrato sul Cliente
- I principali fattori di persuasione

Il preventivo come strumento di comunicazione e di vendita

- La struttura e gli elementi chiave di un'offerta commerciale
- Valorizzare la propria proposta
- Risposte persuasive a richieste di offerta
- Portare evidenze e far leva sui propri punti di forza
- Utilizzare formati standard "customizzabili" in funzione del Cliente

Gestire il processo di preventivazione

- Valutare e qualificare l'opportunità commerciale
- Il processo di preventivazione
- Monitorare il tasso di successo delle proprie proposte commerciali

Formulare preventivi efficaci

- Progetta al meglio la struttura e le componenti del preventivo
- La stesura della proposta commerciale
- La forma e struttura della proposta
- Presentare la propria proposta
- Scrivere offerte efficaci per informare, persuadere e motivare
- Conoscere ed evitare gli errori più frequenti

Analisi dei punti di forza e debolezza sui quali impostare il preventivo o offerta



V10 - L'USO DI EXCEL PER GESTIRE E MIGLIORARE LE ATTIVITÀ DI VENDITA E MARKETING

Rendere più efficaci ed efficienti le attività in ambito commerciale con Excel

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
11 - 12 marzo 2026 9 - 10 settembre 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso affronta le principali tematiche dell'area Marketing e Vendite e le più importanti funzionalità Excel utili in questi ambiti. La metodologia formativa è molto pratica e concreta. Consente al partecipante di comprendere le principali possibilità che offre Excel per l'analisi dei dati, l'elaborazione di statistiche, l'individuazione di opportunità di miglioramento e la creazione di report efficaci per il management e la rete di vendita.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Vendite e Consulenti Commerciali
- Responsabili Marketing
- Product Manager
- Key account e venditori
- Coordinatori di Back Office Commerciale
- Tecnici Commerciali
- Personale Commerciale e di Marketing che utilizzano frequentemente Excel e ne vogliono migliorare l'utilizzo

APPRENDERETE A...

- Utilizzare le principali funzioni Excel per problematiche Commerciali e di Marketing
- Creare statistiche di vendita per Paese, Cliente, famiglia merceologica, venditore ed agente
- Analizzare le performance di vendita e le provvigioni
- Creare grafici e report commerciali efficaci
- Definire target e previsioni commerciali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercizi applicativi di Excel in ambito commerciale e marketing
- Realizzare un'analisi ABC del venduto
- Elaborare statistiche di vendita
- Monitorare l'andamento delle vendite e lo scostamento rispetto al budget
- Creare grafici e report per il management e la forza vendita

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio ad esercizi e alla discussione di casi pratici in ambito commerciale e marketing
Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



V10 - L'USO DI EXCEL PER GESTIRE E MIGLIORARE LE ATTIVITÀ DI VENDITA E MARKETING

PROGRAMMA

Le principali caratteristiche di Excel

- La terminologia di Excel
- Le principali caratteristiche dei fogli Excel

Azioni su fogli e celle

- Inserire, cancellare, raggruppare e copiare i fogli
- Dividere un foglio, utilizzare le finestre multiple
- Formattare le celle, caratteri, bordi
- Utilizzare la convalida dei dati
- Proteggere i fogli e le cartelle di lavoro

Gestire i riferimenti di cella e collegamenti

- Riferimenti assoluti, relativi e misti
- Gestire i collegamenti tra vari file Excel
- Individuare e ripristinare i collegamenti esterni

LE PRINCIPALI FUNZIONI DI EXCEL PER ANALIZZARE ED ELABORARE I DATI DI MARKETING E VENDITE

Funzioni di testo

ANNULLA.SPAZI, CONCATENA, DESTRA, SINISTRA, STRINGA.ESTRAI, LUNGHEZZA, MINUSC, MAIUSC, TROVA, SOSTITUISCI

Funzioni matematiche, statistiche e condizionate

SOMMA, SOMMA.SE, SOMMA.PIU'.SE, MEDIA, DEVIATION STANDARD, CONTA.SE, CONTA.PIU'.SE

Funzioni di data

ADESSO, DATA, SETTIMANA, MESE, TRIMESTRE, ANNO, ...

Funzioni di ricerca

CERCA.VERT, CERCA.ORIZZ, CONFRONTA, INDICE

Funzioni logiche

SE (semplice e a cascata), E, O, SE.ERRORE

La funzione SUBTOTALE

La funzione SUBTOTALE e l'utilizzo dei filtri

Funzioni informative

VAL.VUOTO, VAL.ERR, VAL.NON.DISP, VAL.TESTO, ...

ANALIZZARE IMPORTANTI QUANTITÀ DI DATI, REALIZZARE GRAFICI E REPORT EFFICACI PER IL MANAGEMENT E LA FORZA VENDITA

Tabelle e tabelle pivot

- L'utilizzo di tabelle
- L'utilizzo e la gestione dei nomi
- Le tabelle pivot
- Filtri sulle tabelle pivot
- Campi calcolati

Utilizzare le formattazioni condizionali e creare grafici efficaci

- Le principali modalità di formattazione condizionale
- I principali tipi di grafici
- Grafici su due assi
- Grafici pivot
- I grafici sparkline
- Introdurre linee di trend e definire previsioni sui dati di vendita

APPLICAZIONI DI EXCEL PER GESTIRE E MIGLIORARE LE ATTIVITÀ DI VENDITA E MARKETING

Elaborare statistiche di vendita

- Analisi delle vendite per:
 - famiglia merceologica
 - venditore / agente
 - articolo
- Monitoraggio e analisi delle spese di trasferta
- Analisi di marginalità del venduto al netto di sconti e provvigioni
- Calcolo e controllo delle provvigioni di vendita
- Calcolo del Compounded Annual Growth Rate (CAGR)

Analisi ABC delle vendite e controllo delle vendite rispetto al budget

- Analisi ABC dei Clienti
- Monitoraggio del venduto rispetto al budget
- Calcolo della quota di mercato
- Calcolo del prezzo sulla base di margine o ricarico target

Creare report e grafici efficaci nelle Vendite e Marketing

- Grafici su vendite
- Grafici relativi alle quote di mercato
- Analisi del trend delle vendite



V15 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI

Dalla lead generation alla personalizzazione dell'offerta

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
10 marzo 2026	10 luglio 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso pratico per scoprire come l'IA può generare contatti qualificati, creare contenuti personalizzati e supportare le trattative commerciali.

A CHI È RIVOLTO

- Sales Manager
- Account
- Inside Sales

APPRENDERETE A...

- Utilizzare strumenti di IA per le fasi di prospecting e nurturing
- Personalizzare i contenuti e le offerte commerciali con l'IA
- Integrare l'intelligenza artificiale nei CRM per potenziare la pipeline

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercitazioni pratiche con ChatGPT e strumenti IA per la vendita
- Template e prompt per messaggi personalizzati
- Applicazione di tecniche predittive per aumentare la conversione

I PLUS:

- Il corso ha un approccio estremamente operativo: ogni partecipante potrà lavorare direttamente su use case reali, utilizzando strumenti IA personalizzati
- Strumenti e prompt forniti sono immediatamente utilizzabili nel proprio contesto di vendita



V15 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI

PROGRAMMA

Intelligenza artificiale e funzione commerciale

- Introduzione all'IA nella vendita: contesto, opportunità e rischi
- Panoramica dei principali strumenti AI generativi e predittivi per la funzione sales
- Evoluzione del funnel commerciale e ruolo dell'IA

Lead generation e qualificazione con l'IA

- Come identificare e qualificare lead con strumenti di IA
- Utilizzo di dati comportamentali e analytics per il prospecting
- Segmentazione automatizzata della customer base

Creazione di contenuti personalizzati e tecniche di copywriting AI-driven

- Sviluppare messaggi commerciali efficaci con ChatGPT
- Prompt per email, script telefonici, post LinkedIn e storytelling commerciale
- Applicare l'A/B testing a contenuti generati dall'intelligenza artificiale

Automazione e CRM intelligente

- Integrazione dell'IA nei principali CRM per la gestione della pipeline
- Creazione di flussi di nurturing automatizzati e personalizzati
- Impostazione di dashboard predittive e alert per il follow-up

Simulazione e laboratorio pratico

- Costruzione guidata di una mini-campagna commerciale AI-driven
- Utilizzo di prompt avanzati per gestire obiezioni e stimolare interesse
- Generazione di contenuti per le diverse fasi del funnel di vendita

Piano d'azione individuale

- Definizione delle priorità commerciali da ottimizzare con l'IA
- Scelta e test degli strumenti più adatti
- Come portare operativamente l'IA nella propria routine commerciale

I CORSI DI FORMAZIONE PER AREA



SVILUPPO MANAGERIALE



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

LA PAROLA AI PARTECIPANTI

"Corso validissimo, ho imparato nozioni nuove e indispensabili, tutti gentilissimi e un'accoglienza eccezionale."

Mauro Sartori

Capo Reparto Confezionamento MANUEX SRL

"Corso molto pratico, d'impatto e che apre la mente ed aiuta al cambio di prospettiva."

Marco Bontempi

HW System & Integration Manager RHEINMETALL ITALIA SPA

"Molto buona e coinvolgente la metodologia utilizzata per il corso (poche slide e molte attività pratiche)."

Mirko Zagati

Fine Blanking Manufacturing Engineering ERNESTO MALVESTITI SPA

"Coinvolgente il corso con una parte pratica che è il vero valore aggiunto per i feedback che si ricevono."

Ivan Cocci

R&D Manager RULMECA HOLDING SPA

"Utile per il proprio lavoro!"

Romeo Belluscio

Capo Squadra BOLDROCCHI SRL

"Ottima accoglienza, gentilezza personale, organizzazione."

Michele Storci

Amministratore Delegato FAVA SPA

"Docente molto competente, in grado di tenere le persone attive per 2 giorni."

Alfredo Lopez

Responsabile Cartotecnica LABANTI E NANNI INDUSTRIE GRAFICHE SRL

"Corso molto interessante, in grado di coniugare approccio teorico e applicazioni operative. Utile l'overview di strumenti per la funzione di responsabile di ufficio in tema di esercizio della delega."

Fulvio Bersanetti

Program Officer FONDAZIONE COMPAGNIA DI SAN PAOLO

"Il corso mi è piaciuto moltissimo! L'approccio del docente è stato coinvolgente, mai banale o noioso. Ha saputo creare spunti davvero utili, che cercherò di applicare alla mia realtà lavorativa. Un'esperienza entusiasmante."

Federica Tammaro

Site Manager Resin Division DEMAK POLYMERS SRL



C8 - INGEGNERIA DELLA COMUNICAZIONE: STILI ED EFFICACIA COMUNICATIVA

Migliorare il proprio stile di comunicazione interpersonale verbale e non verbale

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
2 - 3 marzo 2026	30 settembre - 1 ottobre 2026	Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso sarà focalizzato sulla condivisione di strumenti di semplificazione logico/verbale, in modo da offrire ai partecipanti un'unica chiave metodologica per utilizzare tutti i canali di comunicazione in modo più essenziale ed efficiente.

A CHI È RIVOLTO

- A tutte le persone che vogliono migliorare le proprie capacità comunicative

APPRENDERETE A...

- Essere consapevoli del proprio stile di comunicazione
- Stimolare l'ascolto dei propri interlocutori
- Comprendere gli strumenti per migliorare la propria comunicazione
- Adattare il proprio stile ai diversi interlocutori e alla cultura aziendale

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Simulazione di alcune presentazioni con ripresa video e condivisione dei feedback: punti di forza e di miglioramento, azioni specifiche di miglioramento, errori da evitare
- Esercizi di improvvisazione

I PLUS:

Il corso sarà altamente interattivo, con una combinazione di presentazioni teoriche, esercitazioni pratiche, role-play e feedback personalizzato per massimizzare l'apprendimento e l'applicazione delle competenze acquisite



C8 - INGEGNERIA DELLA COMUNICAZIONE: STILI ED EFFICACIA COMUNICATIVA

PROGRAMMA

LE REGOLE DELLA COMUNICAZIONE

Comunicazione è relazione

- Il valore della semplicità
- I dilemmi del comunicatore
- Valore alle parole, valore al tempo
- Farsi capire per servire gli altri
- Il costo della verbosità
- La semplicità nella comunicazione scritta (mail, report, manuali, ecc.)
- La semplicità nelle riunioni e nelle presentazioni
- Esercitazioni e simulazioni

Le regole dell'Ascolto attivo

- Udire, ascoltare, sentire
- Sintonizzare mente, cuore e udito
- Sentire l'altro
- La regola delle crocette
- Lo sguardo che ascolta
- Le parole che ascoltano
- Empatia tra biologia e scelta
- Il suono del silenzio

L'arte del feedback: nutrire con le parole

- Condivisione dei feedback e degli obiettivi di miglioramento
- Regole e strutture
- Ordine sulla carta e ordine nel cervello
- Costrutti, forme verbali, incisi, punteggiatura e nominalizzazioni

Le parole sono importanti

- La regola delle 25 parole
- Meno sostantivi più verbi
- Alla ricerca del soggetto e del suo verbo
- Metafore e parole potenti

Esercitazioni e simulazioni

- Debriefing, condivisione dei feedback e degli obiettivi di miglioramento



C30 - PCM - ELEMENTI BASE DI PROCESS COMMUNICATION MODEL

Entrare in empatia più facilmente con clienti e collaboratori

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

3 aprile 2026 | 30 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il Process Communication Model (PCM) è una teoria e un metodo di comunicazione sviluppato da Taibi Kahler. È utilizzato per comprendere e migliorare le interazioni tra le persone, sia in ambito professionale che personale. Il PCM si basa sull'idea che le persone hanno sei tipi principali di personalità, ognuno con i propri stili di comunicazione, motivazioni e modalità di comportamento.

Il PCM aiuta a identificare il tipo di personalità dominante di una persona e ad adattare la comunicazione per essere più efficace.

Il PCM permette di capire come e, soprattutto, perché le persone comunicano. Il corso consente di comprendere gli elementi di base del comportamento proprio e altrui, al fine di comunicare in modo efficace, analizzare gli eventuali conflitti e saper trovare una soluzione condivisa tra differenti istanze e personalità.

A CHI È RIVOLTO

- Manager
- Project Manager
- Team Leader
- Responsabili di area che gestiscono gruppi di lavoro
- HR Director/Manager

APPRENDERETE A...

- Comprendere i diversi tipi di personalità e imparare a riconoscerli
- Migliorare le capacità di comunicazione interpersonale
- Apprendere a gestire conflitti e situazioni stressanti in modo efficace
- Sviluppare empatia e capacità di ascolto attivo
- Migliorare le relazioni interpersonali sia a livello personale sia professionale
- Acquisire strumenti pratici per comunicare in modo più efficace con gli altri
- Acquisire un mindset negoziale mirato al Win-Win
- Comunicazione efficace: Capacità di comunicare in modo chiaro e assertivo con gli altri
- Affrontare e gestire lo stress da cattiva comunicazione
- Capacità di gestire i conflitti in modo costruttivo

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Pratiche di ascolto attivo in coppia e a gruppi

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



C30 - PCM - ELEMENTI BASE DI PROCESS COMMUNICATION MODEL

PROGRAMMA

Tipi di Personalità

- Tipo Empatico
- Tipo Razionale
- Tipo Ribelle
- Tipo Perseverante
- Tipo Promotore
- Tipo Immaginatore
- La struttura della personalità

Tra Base e Fase

- Che cosa provoca un cambiamento di Fase?
- Interesse/importanza della prima caratteristica e della secondaria

Bisogni Psicologici

- I bisogni del Tipo Empatico
- I bisogni del Tipo Razionale
- I bisogni del Tipo Perseverante
- I bisogni del Tipo Promotore
- I bisogni del Tipo Ribelle
- I bisogni del Tipo Immaginatore

La Matrice di Identificazione - Due assi e due quadranti

- Ambiente preferito
- Uno stimolo motivante
- Cattiva comunicazione

Effetti dello stress

- Cattiva comunicazione di 1° grado
- Cattiva comunicazione di 2° grado: rischio di fallimento
- Gestire la cattiva comunicazione

PCM e Leadership

- Comunicazione è relazione
- Stili di Leadership
- Leadership individualizzata
- Ispirare e razionalizzare



C9 - CORPORATE PUBLIC SPEAKING: COME MIGLIORARE LA GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE

Essere efficaci nel preparare un discorso e stimolare l'ascolto delle persone

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

5 - 6 marzo 2026 | 13 - 14 luglio 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti le competenze e le tecniche necessarie per migliorare le loro abilità di public speaking, inclusa la comunicazione efficace, la gestione dello stress e la capacità di coinvolgere il pubblico.

A CHI È RIVOLTO

- A tutte le persone che devono parlare e presentare in riunioni ristrette, convegni, convention e che vogliono migliorare le proprie capacità comunicative

APPRENDERETE A...

- Preparare con efficacia una presentazione
- Strutturare un discorso per stimolare l'ascolto dei propri interlocutori
- Valorizzare le proprie idee e proposte
- Migliorare il proprio stile comunicativo
- Gestire lo stress

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Impostazione di un discorso e lettura in pubblico
- Esercizi di improvvisazione
- Simulazione di alcune presentazioni con ripresa video e condivisione dei feedback: punti di forza e di miglioramento, azioni specifiche di miglioramento, errori da evitare

I PLUS:

Il corso sarà altamente interattivo, con una combinazione di presentazioni teoriche, esercitazioni pratiche, role-play e feedback personalizzato per massimizzare l'apprendimento e l'applicazione delle competenze acquisite



C9 - CORPORATE PUBLIC SPEAKING: COME MIGLIORARE LA GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE

PROGRAMMA

FONDAMENTI DEL PUBLIC SPEAKING

Introduzione al Public Speaking

- Definizione di public speaking e il suo ruolo nella comunicazione efficace
- Panoramica dei principi fondamentali del public speaking
- Identificazione degli obiettivi personali dei partecipanti e delle aree di miglioramento

Preparazione e Struttura del Discorso

- Processo di preparazione del discorso: analisi dell'audience, definizione degli obiettivi, ricerca e raccolta di materiale
- Struttura del discorso: introduzione, sviluppo, conclusione
- Tecniche per catturare l'attenzione dell'audience e mantenere il focus

Tecniche di Vocalità e Gestione del Corpo

- Utilizzo efficace della voce: tono, volume, ritmo, enfasi
- Gestione del corpo e del linguaggio non verbale: postura, gesti, contatto visivo
- Esercizi pratici per migliorare la vocalità e la gestione del corpo

PRATICA E FEEDBACK

Gestione dello Stress e Gestione delle Emozioni

- Tecniche di respirazione e rilassamento per gestire lo stress pre e durante il discorso
- Approccio alla gestione delle emozioni e del trac
- Strategie per trasformare il nervosismo in energia positiva

Esercitazioni Pratiche

- Esercitazioni di public speaking individuali e di gruppo
- Simulazioni di situazioni di presentazione tipiche
- Feedback e valutazione costruttiva da parte degli istruttori e dei compagni di corso

Tecniche Avanzate di Coinvolgimento dell'Audience

- Tecniche per coinvolgere attivamente l'audience: domande, storie, esempi concreti
- Utilizzo di visivi e supporti multimediali in modo efficace e coinvolgente
- Strategie per gestire le domande e le interruzioni durante il discorso

Conclusioni e Piani di Azione Futuri

- Discussione finale sull'apprendimento e il progresso raggiunto durante il corso
- Identificazione di obiettivi personali e piani di azione futuri per continuare a migliorare le abilità di public speaking



C10 - MIGLIORARE I COMPORTAMENTI E LA COMUNICAZIONE CON L'ASSERTIVITÀ

Sviluppare le competenze per favorire una comunicazione assertiva e rispettosa

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
16 febbraio 2026 7 settembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti una panoramica completa dei principi fondamentali della comunicazione nella specificità delle tecniche di assertività, fornendo loro le conoscenze e le competenze necessarie per assumere ruoli di leadership e gestione in un contesto organizzativo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili, project e neomanager interessati ad acquisire i fondamenti del management

APPRENDERETE A...

- Conoscere i principi fondamentali della comunicazione interpersonale
- Configurare un mindset assertivo nella gestione dei processi e delle risorse
- Praticare le principali tecniche e metodologie per una comunicazione assertiva, rispettosa e orientata al raggiungimento degli obiettivi e alla crescita delle persone

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni pratiche sui principali contenuti del corso

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici
Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



C10 - MIGLIORARE I COMPORTAMENTI E LA COMUNICAZIONE CON L'ASSERTIVITÀ

PROGRAMMA

ESSERE ASSERTIVI PER COSTRUIRE RELAZIONI EFFICACI

Introduzione alla comunicazione assertiva

- Differenze tra comunicazione passiva, aggressiva e assertiva
- Importanza della comunicazione efficace nelle relazioni personali e professionali

Ascolto attivo ed empatia

- Tecniche per migliorare l'ascolto attivo
- Ruolo dell'empatia nella comunicazione assertiva
- Esercitazioni pratiche sull'ascolto attivo

Esprimere sé stessi in un ambiente sicuro

- Espressione dei pensieri e sentimenti
- Come esprimere pensieri e sentimenti in modo chiaro e rispettoso
- Gestione delle emozioni durante la comunicazione
- Role play per praticare l'espressione assertiva

Gestione dei conflitti

- Strategie per gestire i conflitti in modo costruttivo
- Negoziazione e compromesso nelle situazioni di conflitto
- Simulazioni di situazioni conflittuali e discussioni guidate

Comunicazione non verbale

- Importanza della comunicazione non verbale nella trasmissione del messaggio
- Interpretazione dei segnali non verbali durante la comunicazione

Applicazioni pratiche della comunicazione assertiva

- Ruolo della comunicazione assertiva nella leadership e nel lavoro di squadra
- Utilizzo della comunicazione assertiva nella negoziazione e nella gestione dei rapporti interpersonali



C11 - LA NEGOZIAZIONE MANAGERIALE

Sviluppare le proprie capacità negoziali per raggiungere accordi con diversi interlocutori

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

22 - 23 giugno 2026 | 19 - 20 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti le competenze e le strategie necessarie per condurre negoziazioni efficaci e di successo nel contesto aziendale, migliorando la capacità di gestire conflitti, ottenere accordi vantaggiosi e mantenere relazioni positive.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili che negoziano frequentemente e per i quali negoziare significa risolvere problematiche interne, migliorare i propri risultati, gestire dei progetti, raggiungere un obiettivo comune

APPRENDERETE A...

- Sviluppare una grande flessibilità, un atteggiamento aperto ed una disponibilità all'ascolto attivo
- Gestire negoziazioni complesse
- Gestire i propri stakeholder negoziando con efficacia
- Saper individuare, analizzare e risolvere i problemi utilizzando una negoziazione win-win

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Diagnosi del proprio stile negoziale
- Role play negoziali
- Analisi di case study
- Action plan personale

I PLUS:

Il corso sarà interattivo e coinvolgente, con una combinazione di presentazioni teoriche, esercitazioni pratiche, role-play e feedback personalizzato per massimizzare l'apprendimento e l'applicazione delle competenze acquisite



C11 - LA NEGOZIAZIONE MANAGERIALE

PROGRAMMA

FONDAMENTI DELLA NEGOZIAZIONE MANAGERIALE

Introduzione alla Negoziazione Manageriale

- Definizione di negoziazione e il suo ruolo nel contesto aziendale
- Panoramica dei principi fondamentali della negoziazione manageriale
- Identificazione degli obiettivi personali dei partecipanti e delle aree di miglioramento

Tecniche di Preparazione alla Negoziazione

- Analisi delle parti coinvolte e degli interessi in gioco.
- Definizione degli obiettivi e della strategia di negoziazione
- Pianificazione delle mosse e delle contro-mosse

Comunicazione e Ascolto Attivo

- Tecniche di comunicazione efficace durante la negoziazione
- Ruolo dell'ascolto attivo nel comprendere le esigenze e i punti di vista delle controparti
- Gestione delle emozioni e del linguaggio non verbale durante la negoziazione

TECNICHE AVANZATE DI NEGOZIAZIONE E APPLICAZIONE PRATICA

Tecniche di Negoziazione e Risoluzione dei Conflitti

- Approfondimento delle tecniche di negoziazione distributiva e integrativa
- Strategie per gestire i conflitti e trasformarli in opportunità di negoziazione
- Risoluzione dei conflitti attraverso la collaborazione e il compromesso
-

Simulazioni di Negoziazione

- Esercitazioni pratiche di negoziazione in situazioni simulate
- Role play di scenari realistici di negoziazione manageriale
- Feedback e analisi delle performance da parte del docente e dei partecipanti

Gestione delle Trattative Complesse e Conclusioni

- Approfondimento delle sfide e delle strategie nella gestione delle trattative complesse
- Discussione sulle tecniche di chiusura e di consolidamento degli accordi
- Piani di azione per applicare le competenze acquisite nella pratica quotidiana

Conclusioni e Valutazione del Corso

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Valutazione dei risultati e dei piani di azione individuale



C12 - COME GESTIRE RELAZIONE E COMPORTAMENTI CON I PROPRI CLIENTI INTERNI

Migliorare la propria comunicazione per rendere efficaci le relazioni con i propri stakeholder

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
13 aprile 2026 2 ottobre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Questo corso mira a fornire ai partecipanti le competenze e le strategie necessarie per gestire efficacemente le relazioni e i comportamenti con i clienti interni all'azienda, migliorando la comunicazione, la collaborazione e la soddisfazione complessiva.

A CHI È RIVOLTO

- A tutte le persone che abbiano la necessità di migliorare l'utilizzo di tecniche e metodologie per stabilire relazioni costruttive e durature con i propri interlocutori interni o esterni all'azienda

APPRENDERETE A...

- Applicare tecniche di comunicazione e negoziazione per costruire una relazione win-win
- Gestire situazioni di tensioni lavorative e conflitti
- Diversificare la gestione comunicativa e relazione in base alle persone che ho di fronte (caratteristiche caratteriali ...)

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Diagnosi del proprio stile negoziale
- Role play
- Action plan personale

I PLUS:

Il corso sarà strutturato in modo interattivo, combinando presentazioni teoriche, esercitazioni pratiche, studi di caso e discussioni di gruppo per favorire l'apprendimento attivo e l'applicazione dei concetti nell'ambiente lavorativo



C12 - COME GESTIRE RELAZIONE E COMPORTAMENTI CON I PROPRI CLIENTI INTERNI

PROGRAMMA

COMPRENDERE I CLIENTI INTERNI

I Clienti Interni

- Definizione di clienti interni e importanza della gestione delle relazioni con loro
- Identificazione dei diversi tipi di clienti interni e delle loro esigenze
- Analisi dei benefici di una relazione efficace con i clienti interni sull'efficienza aziendale

Comunicazione Efficace con i Clienti Interni

- Tecniche di comunicazione chiare e assertive
- Importanza dell'ascolto attivo nel comprendere le esigenze dei clienti interni
- Gestione dei feedback e delle richieste per promuovere una comunicazione costruttiva

Costruzione di Relazioni di Lavoro Positive

- Principi della gestione delle relazioni interpersonali.
- Sviluppo di rapporti di fiducia e rispetto reciproco con i clienti interni
- Gestione dei conflitti e risoluzione delle divergenze in modo costruttivo

STRATEGIE PER UNA GESTIONE EFFICACE DEI CLIENTI INTERNI

Gestione delle Aspettative e delle Priorità

- Tecniche per gestire le aspettative dei clienti interni
- Approccio alla prioritizzazione delle richieste e delle attività
- Comunicazione delle scadenze e degli impegni in modo chiaro e realistico

Collaborazione e Teamwork

- Promozione della collaborazione e del teamwork tra diverse funzioni aziendali
- Identificazione delle sinergie e delle opportunità di lavorare insieme per il successo comune
- Gestione delle dinamiche di gruppo e stimolo alla partecipazione attiva

Gestione dei Comportamenti Difficili

- Identificazione dei comportamenti difficili nei clienti interni
- Strategie per gestire situazioni di conflitto e comportamenti sfidanti
- Mantenimento di professionalità e calma nelle interazioni difficili

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano



C13 - MIGLIORARE LA GESTIONE DELLE MAIL IN AZIENDA

Una guida pratica per migliorare la tua produttività e comunicazione tramite mail

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

20 febbraio 2026 | 9 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti le competenze e le strategie necessarie per ottimizzare la gestione delle mail in azienda, migliorando l'efficienza, la produttività e la comunicazione interna ed esterna.

Il corso è progettato per fornirti strumenti concreti e consigli utili per ottimizzare la tua gestione delle mail e migliorare la tua produttività.

A CHI È RIVOLTO

- Questo corso è pensato per tutti coloro che desiderano migliorare la gestione delle mail. È rivolto a dipendenti, manager che desiderano ottimizzare la loro comunicazione e diventare più efficienti nell'utilizzo delle mail

APPRENDERETE A...

- Risparmiare tempo nella gestione della posta elettronica e migliorare la tua produttività
- Gestire in modo consapevole il tempo di invio delle mail
- Imparare a utilizzare al meglio gli strumenti disponibili per la gestione della tua casella di posta
- Evitare le conseguenze e i rischi di un uso non corretto delle mail
- Migliorare l'efficacia dei nostri messaggi per evitare fraintendimenti, tensioni e possibili conflitti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazione delle principali regole per la gestione delle mail
- Applicazione pratiche su scrittura mail, comunicazione nelle risposte

I PLUS:

Il corso sarà condotto attraverso una combinazione di presentazioni interattive, esercitazioni pratiche, casi di studio e discussioni di gruppo per massimizzare l'apprendimento e l'interazione dei partecipanti



C13 - MIGLIORARE LA GESTIONE DELLE MAIL IN AZIENDA

PROGRAMMA

Introduzione alla Gestione delle mail

- Panoramica sull'importanza della gestione efficace delle mail
- Analisi dei problemi comuni legati alla gestione delle mail in azienda
- Presentazione degli obiettivi del corso e delle aspettative dei partecipanti

Organizzazione delle Caselle di Posta

- Strategie per organizzare efficacemente la casella di posta
- Utilizzo di cartelle, etichette e filtri per la categorizzazione delle mail
- Suggerimenti per ridurre la mole di mail non importanti

Gestione del Tempo e prioritizzazione

- Tecniche di gestione del tempo applicate alla gestione delle mail
- Metodi per identificare e gestire le mail urgenti e importanti
- Introduzione alla metodologia Eisenhower per la prioritizzazione delle attività

Tecniche per la gestione delle mail

- Metodologie per la pianificazione delle attività di gestione delle mail
- Il principio sprint/relax
- Il metodo batching per ridurre la frequenza di lettura e scrittura delle mail
- Quando e come leggere le mail in arrivo
- Come e se rispondere alle mail in arrivo
- Quando scrivere e quando evitare di scrivere una email
- Eliminare i destinatari superflui
- A chi scrivere e perché: il ruolo dei destinatari
- Etica della copia conoscenza (Cc) e della copia nascosta (Ccn)
- Le insidie nascoste nell'inoltare una mail
- Superare l'ansia di aver l'Inbox Zero
- Come archiviare le email
- Come evitare di essere sommersi da mail inutili
- Aspetti tecnologici per ridurre perdite di tempo nella gestione della propria casella di posta elettronica: priorità, cluster, spamming, posta secondaria, ecc...

Comunicazione Efficace via mail

- Linee guida per scrivere mail chiare, concise e professionali
- Tecniche per migliorare la comprensione e la ricezione delle mail da parte dei destinatari
- Ruolo dell'oggetto, del corpo delle mail e della firma
- Fondamenti della comunicazione scritta e caratteristiche della scrittura rapida
- L'importanza dell'oggetto di una email, per chi scrive e per chi legge
- Elementi costitutivi di un testo efficace: oggetto, introduzione, contenuto, conclusione
- Tipi di messaggio: informativo, prescrittivo, interlocutorio o accompagnatorio?
- Il tono del linguaggio connesso alle mail
- Tecniche per la rilettura veloce
- Perché rileggere sempre prima dell'invio
- Le risposte automatiche ed i template già costruiti in anticipo

Gestione delle Riunioni e Delega attraverso le mail

- Utilizzo delle mail per pianificare riunioni efficaci
- Strategie per delegare compiti e responsabilità tramite mail
- Come evitare l'eccesso di mail nelle discussioni di gruppo

Conclusioni e Feedback

- Sessione di revisione finale e riepilogo dei concetti chiave del corso
- Valutazione del livello di apprendimento attraverso quiz e discussioni interattive



C31 - TRAIN THE TRAINER

Strumenti e le migliori prassi per la massima efficacia nella gestione dell'aula

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

27 - 28 luglio 2026 | 3 - 4 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Formare con efficacia richiede la padronanza di tecniche e metodologie didattiche che siano contemporaneamente rigorose, innovative e coinvolgenti. Formare significa quindi non solo trasmettere contenuti, ma anche favorire una idonea interattività fra i partecipanti e un clima favorevole all'apprendimento, accrescendo il ROI formativo dell'evento.

Il corso, valorizzato dalla esperienza di VALEOin, consente di acquisire tecniche e strumenti pratici di gestione efficace dell'aula.

A CHI È RIVOLTO

- Futuri formatori aziendali
- Formatori aziendali che desiderino migliorare e consolidare le tecniche di progettazione e conduzione di gruppi aula
- Professionals di diversi settori chiamati occasionalmente a svolgere il ruolo di formatore

APPRENDERETE A...

- Conoscere i riferimenti fondamentali della pratica formativa
- Comprendere come progettare attività formative di gruppo in presenza
- Acquisire capacità di gestione di gruppi formativi
- Capire come valutare l'andamento delle attività d'aula

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Simulazione di preparazione e animazione di un modulo didattico
- La gestione dei "tipi" in aula
- Autodiagnosi del proprio stile di apprendimento e di docenza

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto
 Verrà dato spazio alla discussione di casi recenti e problematici dei partecipanti
 Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



C31 - TRAIN THE TRAINER

PROGRAMMA

1. LA PREPARAZIONE DEL CORSO

Il rapporto con il "Cliente"

- Il ruolo del formatore
- Obiettivi e argomenti del corso
- Metodologie pedagogiche in relazione agli obiettivi
- Obiettivi formativi vs. obiettivi aziendali

Il rapporto con i "Partecipanti"

- Relazione fra obiettivi personali e del corso
- Conoscere gli stili di apprendimento per preparare un corso efficace
- Programmare alternando parti teoriche e pratiche
- Definire i metodi di valutazione della formazione

Struttura ed erogazione del corso

- Corso come progetto modulare da gestire
- Pianificare la sessione formativa: obiettivi, contenuti, metodologia, supporti, materiale didattico e timing
- Strumenti metodologici e la gestione degli spazi per promuovere l'apprendimento
- L'apprendimento "ludico" per una sessione formativa più stimolante

2. LA GESTIONE DELL'AULA

Conduzione e animazione del corso

- Accogliere un gruppo in apprendimento
- Avvio efficace dell'intervento
- Tecniche di comunicazione didattica
- Far fronte alla stanchezza fisica e psicologica dei partecipanti

Tecniche e strumenti didattici per la gestione del gruppo

- Cos'è e come si forma un gruppo
- Come utilizzare un gruppo
- Fenomeni e processi che si sviluppano in un gruppo
- Gestione di partecipanti "difficili"

Sviluppo delle capacità tecniche di animazione

- La lezione frontale: quando e come usarla
- I "business cases": come utilizzarli e le loro finalità
- I "role play": cosa sono e i loro obiettivi
- Lavori di gruppo, giochi psicologici ed esercitazioni

Monitoraggio e valutazione del livello di apprendimento

- Il feedback come strumento di supporto alla comunicazione d'aula
- Strumenti per monitorare il feedback al/dal gruppo
- Riorientamento del modulo formativo grazie al controllo dell'apprendimento in aula
- Il processo di valutazione. Esempi di schede di valutazione

Modelli di comunicazione per l'apprendimento "a distanza"

- Formazione "a distanza": metodi per favorire l'apprendimento
- L'empatia tecnologica del formatore come elemento differenziale
- Gestire la integrazione fra docenza "in presenza" e "a distanza" (blended)



C14 - FONDAMENTI DI MANAGEMENT

Sviluppare le competenze base per l'organizzazione e gestione delle persone

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

19 - 20 marzo 2026 | 10 - 11 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti una panoramica completa dei principi fondamentali del management aziendale, fornendo loro le conoscenze e le competenze necessarie per assumere ruoli di leadership e gestione in un contesto organizzativo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e neo manager interessati ad acquisire i fondamenti del management

APPRENDERETE A...

- Conoscere i principi fondamentali del Management
- Comprendere le dinamiche organizzative
- Conoscere le principali tecniche e metodologie per una gestione efficace del lavoro e delle persone

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni pratiche sui principali contenuti del corso

I PLUS:

- Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici
- Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



C14 - FONDAMENTI DI MANAGEMENT

PROGRAMMA

L'ARTE DEL MANAGEMENT

Concetti di Base del Management

- Definizione di management e il suo ruolo nell'organizzazione
- Panoramica dei principi fondamentali del management: pianificazione, organizzazione, direzione e controllo
- Identificazione degli obiettivi del corso e delle aspettative dei partecipanti

Pianificazione e Definizione degli Obiettivi

- Processo di pianificazione aziendale: definizione degli obiettivi, identificazione delle strategie e formulazione dei piani
- Utilizzo di strumenti e modelli di pianificazione come il ciclo PDCA (Plan-Do-Check-Act)
- Sviluppo di obiettivi SMART (Specifici, Misurabili, Realistici, Temporaneamente definiti)

Organizzazione e Struttura Organizzativa

- Concetti di base dell'organizzazione aziendale
- Tipi di strutture organizzative: funzionale, divisionale, matriciale
- Approccio alla progettazione di una struttura organizzativa efficiente e adattabile

IMPLEMENTAZIONE E CONTROLLO

Direzione e Leadership

- Ruolo del leader nel contesto aziendale
- Stili di leadership: autocratico, democratico, trasformativo
- Sviluppo di competenze manageriali per ispirare, motivare e guidare i collaboratori

Gestione delle Risorse Umane

- Processi di reclutamento, selezione e formazione del personale
- Gestione delle performance e valutazione delle prestazioni
- Tecniche per la motivazione e il coinvolgimento dei dipendenti

Controllo e Monitoraggio delle Performance

- Concetti di controllo aziendale e monitoraggio delle performance
- Utilizzo di indicatori chiave di performance (KPI) per valutare il successo aziendale
- Tecniche di feedback e miglioramento continuo

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano



C1 - COSTRUIRE LA LEADERSHIP: DA MANAGER A LEADER

"Gestire, motivare e dirigere i collaboratori"

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

28 - 29 maggio 2026 | 15 - 16 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La professione di gestore di risorse umane necessita di competenze diverse da quelle tecniche lavorative. L'autorevolezza si basa sulla coerenza e credibilità di essere una guida riconosciuta dai collaboratori sempre più individualisti e difficili da motivare. Far crescere e sviluppare le risorse che l'azienda affida ai propri responsabili è possibile solo con lo sviluppo di tecniche precise per analizzare i propri collaboratori e intervenire su di loro con la motivazione, i colloqui individuali, il coaching e l'affiancamento senza dimenticare la delega. Il lavoro di un responsabile è "far fare" ai propri collaboratori piuttosto che sostituirsi ad essi, fare l'allenatore non vuol dire essere in campo ma far parte comunque della squadra.

A CHI È RIVOLTO

- Dirigenti, Manager con esperienza
- Responsabili di nuova nomina
- Responsabili di team, reparti, forze commerciali
- Responsabili in generale della gestione delle risorse umane

APPRENDERETE A...

- Approfondire il livello di consapevolezza del proprio ruolo
- Utilizzare la leadership situazionale
- Accrescere il livello di responsabilità dei propri collaboratori
- Motivare diversamente il singolo e il gruppo
- Favorire l'impegno e la responsabilizzazione dei singoli
- Delegare
- Affiancare e formare i collaboratori
- Saper dare obiettivi e verificare il feed-back e i risultati

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Autodiagnosi sulla propria leadership
- Valutazione del livello del proprio team
- I buoni e cattivi maestri
- Come motivare un team
- Colloqui individuali
- Ai partecipanti verrà richiesto di preparare in via sintetica e presentare un caso personale in cui hanno manifestato la propria leadership, esaminando comportamenti agiti, strumenti e risultati ottenuti

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



C1 - COSTRUIRE LA LEADERSHIP: DA MANAGER A LEADER

PROGRAMMA

People Strategy e Total Rewards in azienda (sistema premiante)

- Essere Responsabili nel sistema aziendale di gestione delle persone
- 2014-2015: Evoluzione del contratto psicologico Azienda-Collaboratore
- Tipologie di People Strategy: i pro e i contro
- Concetto di Total Rewards (sistema premiante globale)
- Quattro aree connesse: individuale, transazionale, collettiva e relazionale

Definizione di leadership e di responsabile odierno

- Differenze tra manager e leader
- Le capacità necessarie e le dimensioni del ruolo
- Differenze tra capo "vecchio stile" e leader

Il processo di gestione delle risorse umane

- La nostra esperienza: "I buoni e cattivi maestri"
- I motori del processo di leadership
- Aver cura dei singoli e della squadra

Il modello della leadership situazionale

- Fare la diagnosi dei propri collaboratori
- Quattro stili diversi per situazioni diverse
- La classificazione del proprio team e il piano di addestramento

L'analisi dei bisogni e della motivazione del collaboratore

- Per motivare bisogna essere motivati
- I motivi di soddisfazione lavorativa
- Da Maslow a Herzberg

La gestione dei colloqui individuali come momento formativo

- Distinguere tra colloqui formativi e di assegnazione compiti
- La preparazione del colloquio
- Colloquio di valutazione e motivazione
- Colloquio di biasimo e lode

Il valore del feedback

- Un sistema di reciproca influenza
- I rischi dell'improvvisazione
- Il valore di "restituire" l'impegno al collaboratore
- Simulazione di un colloquio di feedback
- Come dare feedback per agevolare il cambiamento

Creare fiducia e motivare il gruppo di collaboratori

- Come motivare un team
- Coinvolgere e comunicare a un gruppo
- Cosa fare e cosa evitare

Gestire il cambiamento e la crescita degli individui

- Utilizzare la delega
- Le tecniche di affiancamento e crescita
- Il coaching e lo sviluppo del collaboratore
- Sviluppare un piano di coaching



C4 - LA GESTIONE DEI CONFLITTI E DELLE CRITICHE

Sviluppare abilità professionali e personali per gestirli al meglio

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 marzo 2026 | 23 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

I ritmi e le problematiche lavorative creano pressioni sulle persone che non sono sempre facilmente gestibili. Obiettivi di reparti diversi della stessa azienda che a volte paiono in conflitto, rischiano di deteriorare il clima lavorativo allontanandosi dalla produttività e dalla proattività tra colleghi.

E' necessario dotare le persone di competenze sulla gestione dei conflitti per identificare processi consci e inconsci connessi alle critiche e ai personalismi dannosi che allontanano dagli obiettivi aziendali.

A CHI È RIVOLTO

- A tutte le funzioni aziendali (produzione, reparto tecnico, logistica, qualità, commerciale e marketing, amministrazione, etc) e ai loro dipendenti per sviluppare la capacità di gestire situazioni conflittuali e abbassare le tensioni, accettando e sapendo fare critiche nel modo corretto e costruttivo

APPRENDERETE A...

- Distinguere tra un contrasto e un conflitto
- Scoprire le cause e le azioni conseguenti
- Prevenire il sorgere di conflitti
- Migliorare le relazioni con colleghi e clienti
- Considerare che esistono altri punti di vista rispetto al nostro
- Utilizzare diverse strategie di fronte al conflitto
- Fare e ricevere critiche

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Scoprire le varie cause dei nostri conflitti
- Prepararsi al confronto con il modello dei 7 punti
- Esercitazione: i punti di vista
- Project work: situazione reale di conflitto

I PLUS:

Sviluppare la capacità di gestire situazioni conflittuali e abbassare le tensioni, accettando e sapendo fare critiche nel modo corretto e costruttivo

Allargare la propria visione lavorativa al punto di vista degli altri

Approccio team building e non di opposizione tra colleghi



C4 - LA GESTIONE DEI CONFLITTI E DELLE CRITICHE

PROGRAMMA

Cos'è il conflitto

- Differenziare un contrasto da un conflitto
- Cosa c'è di positivo e cosa di negativo nei conflitti
- Il conflitto in trattativa

Riconoscere e affrontare situazioni conflittuali

- Identificare un conflitto e le sue cause
- Riconoscere le diverse tipologie di conflitto
- Conflitto di relazione, di contenuto e di valori
- Prevenire e gestire situazioni conflittuali

Strategie di gestione del conflitto

- Differenti approcci alla gestione del conflitto: vantaggi e svantaggi
- L'importanza di un approccio win-win
- Comprendere gli interessi in gioco

Abilità personali per affrontare situazioni conflittuali

- Analisi del comportamento personale all'interno dei conflitti
- Riconoscere e gestire le proprie emozioni
- Emozioni-Pensieri-Comportamenti un rapporto circolare
- Saper fare e accettare critiche

Metodi e strumenti per la risoluzione dei conflitti

- Come reagire costruttivamente agli attacchi personali, all'arroganza e alle esagerazioni
- Soluzioni apparenti e reali
- La ricerca delle alternative e proposta di una soluzione

Piano d'azione personale/project work

- Identificare una situazione conflittuale su cui impegnarsi per il futuro
- Costruire un piano d'azione per affrontare realisticamente la situazione



C15 - RESPONSABILE DI NUOVA NOMINA

Strumenti per migliorare nel nuovo ruolo di responsabile

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 - 17 marzo 2026 | 8 - 9 luglio 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Essere manager competenti significa agire con comportamenti consapevoli per una gestione dei collaboratori efficace e di qualità. Il corso mira a preparare i partecipanti ad assumere il ruolo di Responsabile di Nuova Nomina all'interno dell'azienda, fornendo loro le competenze e le conoscenze necessarie per gestire efficacemente le responsabilità del nuovo ruolo attraverso l'apprendimento degli stili di leadership differenti, ma complementari.

A CHI È RIVOLTO

- Nuovi responsabili
- Persone che prevedono nel breve un passaggio verso un ruolo di responsabile

APPRENDERETE A...

- Preparare con efficacia l'assunzione del nuovo ruolo
- Comprendere le priorità necessarie per assumere con efficacia il nuovo ruolo
- Organizzare al meglio le proprie attività
- Migliorare la gestione manageriale delle persone

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Test di autovalutazione del ruolo di responsabile
- La gestione delle priorità
- Role play e simulazioni di ruolo tra Responsabile e Collaboratore
- Discussioni su situazione reali tra i partecipanti

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici

Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata

I partecipanti effettueranno un'autodiagnosi del proprio profilo di manager



C15 - RESPONSABILE DI NUOVA NOMINA

PROGRAMMA

Consapevolezza e Responsabilità del Nuovo Ruolo

- Panoramica sulle responsabilità e le competenze richieste per il ruolo
- Importanza del processo di onboarding nel nuovo ruolo
- Aspettative dei partecipanti e obiettivi del corso

Pianificazione degli obiettivi e priorità dei primi 3 mesi

- Comprendere gli obiettivi e priorità aziendali
- Essere consapevoli della cultura e valori dell'azienda
- Conoscere il proprio Team
- Comprendere le esigenze dei propri clienti interni
- Valutare l'organizzazione e i processi principali
- Definire una roadmap di sviluppo delle azioni prioritarie
- Definire un piano di sviluppo dei propri collaboratori

Sviluppare la Leadership

- I 4 Stili di Leadership Nel Modello Situazionale
- Da Capo a Manager: avere cura, stima e fiducia
- Il manager 4.0: da mastro a maestro
- Tensione al bene comune aziendale e costruzione del sentimento di appartenenza
- Capacità di attivazione e orientamento delle persone
- Motivare attraverso l'ispirazione

Dal Gruppo al Team

- Costruire un Team Vincente
- La Delega efficace per la gestione di un team

Organizzazione delle attività e gestione degli obiettivi

- Sapere distinguere priorità da urgenze
- Gestire il tempo dei collaboratori con efficacia e rispetto degli obiettivi
- Imparare a prendere decisioni difficili nel tempo adeguato
- Saper dare obiettivi realistici in un tempo obiettivo

Condivisione Best Practice

- Condivisione di best practice e casi di studio di successo nell'assunzione del ruolo di neo manager
- Discussione su come adattare e migliorare il processo di assunzione nel nuovo ruolo in base alle esigenze specifiche dell'azienda
- Sviluppo di un piano per l'implementazione di miglioramenti

Conclusioni e Feedback

- Riepilogo dei concetti chiave del corso e delle competenze acquisite



C16 - GESTIRE CON EFFICACIA I PROPRI COLLABORATORI

Come motivare e sviluppare i propri collaboratori

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

4 - 5 maggio 2026 | 26 - 27 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti le competenze e le strategie necessarie per gestire in modo efficace i propri collaboratori, sviluppando un ambiente di lavoro positivo, motivante e produttivo.

A CHI È RIVOLTO

- Team Leader
- Project Manager/Program Manager
- Persone con responsabilità gerarchica nella gestione dei collaboratori

APPRENDERETE A...

- Essere consapevoli del proprio ruolo di responsabile
- Comprendere i fattori personali di motivazione dei propri collaboratori
- Migliorare le tecniche per gestire, valutare e sviluppare con efficacia i propri collaboratori

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Test di autovalutazione del ruolo di responsabile
- Role play e simulazioni di ruolo tra Responsabile e Collaboratore
- Discussioni su situazioni reali tra i partecipanti

I PLUS:

Il corso sarà strutturato in modo interattivo, combinando presentazioni teoriche, esercitazioni pratiche, studi di caso e role-play per favorire l'apprendimento attivo e l'applicazione dei concetti nell'ambiente lavorativo



C16 - GESTIRE CON EFFICACIA I PROPRI COLLABORATORI

PROGRAMMA

FONDAMENTI DELLA GESTIONE DEI COLLABORATORI

Introduzione alla Gestione dei Collaboratori

- Definizione di gestione dei collaboratori e ruolo del manager
- Importanza di una leadership efficace nel contesto lavorativo
- Panoramica dei principali obiettivi del corso

Comunicazione Efficace

- Tecniche di comunicazione chiara e assertiva.
- Importanza dell'ascolto attivo nel comprendere le esigenze dei collaboratori
- Gestione dei feedback e delle valutazioni delle prestazioni

Sviluppo delle Competenze Manageriali

- Identificazione delle competenze manageriali chiave: delega, motivazione, risoluzione dei conflitti, coaching
- Sviluppo di abilità di leadership per ispirare, guidare e supportare i collaboratori
- Utilizzo di strumenti e modelli di gestione del personale

IMPLEMENTAZIONE DELLE STRATEGIE DI GESTIONE DEI COLLABORATORI

Gestione delle Prestazioni e Valutazione

- Processo di valutazione delle prestazioni: definizione degli obiettivi, monitoraggio delle performance, feedback
- Tecniche per fornire feedback costruttivi e motivanti
- Approcci alla gestione delle prestazioni insoddisfacenti

Coaching e Sviluppo delle Competenze

- Ruolo del coaching nello sviluppo delle competenze dei collaboratori
- Tecniche di coaching per favorire il miglioramento delle performance
- Creazione di piani di sviluppo individuale per i collaboratori

Gestione dei Conflitti e Team Building

- Identificazione delle fonti di conflitto nel contesto lavorativo
- Tecniche di gestione dei conflitti e di risoluzione delle dispute
- Promozione del lavoro di squadra e della collaborazione tra i collaboratori

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano



C32 - PRATICARE IL RICONOSCIMENTO TRA IL LEADER ED IL SUO TEAM

Realizzare progetti di riconoscimento del valore e dell'engagement dei collaboratori

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

17 aprile 2026 | 9 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

La pratica del riconoscimento è a fondamento di una relazione riuscita con gli altri e con sé stessi. Essa migliora la comunicazione tra le persone e favorisce scambi autentici e nei singoli alimenta la stima di sé e la percezione del proprio valore.

Nelle imprese tale pratica è spesso misconosciuta, il che dà origine a disfunzioni e a inefficienze organizzative e, a livello individuale, a vissuti di sfiducia in sé stessi, senso di inutilità e irrilevanza, con relativa diminuzione dell'iniziativa e aderenza solo formale alle regole e ai compiti.

Comprendere il valore e le modalità di affermazione di un reciproco riconoscimento, a partire dalla rimozione delle forme di riconoscimento negato che spesso implicitamente albergano nelle culture organizzative, significa porre le fondamenta per una modalità di lavoro fondata sulla collaborazione, sullo scambio, su un senso di appartenenza non appiattito su logiche conformistiche o puramente utilitaristiche. Per il leader significa costruire un consenso fondato su ascolto, condivisione su idee, progetti e valori. Per le persone del Team significa seguire quei leader da cui si sentono riconosciuti e apprezzati.

A CHI È RIVOLTO

- Manager
- Project Manager
- Team Leader
- Responsabili di area che gestiscono gruppi di lavoro
- HR Director/Manager

APPRENDERETE A...

- Comprendere il valore del riconoscimento nelle relazioni con sé stessi e gli altri
- Individuare le condizioni di misconoscimento in impresa e i loro effetti
- Conoscere le modalità per dare e ricevere riconoscimento tra leader e le persone del team
- Individuare e valutare gli aspetti critici di una richiesta/concessione di riconoscimento
- Costruire un ambiente su comportamenti fiduciosi
- Individuare nei comportamenti aziendali i criteri di stima e di fiducia
- Generare sentimento di appartenenza
- Imparare ad agire nuove pratiche motivazionali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Pratiche di ascolto attivo in coppia e a gruppi
- Discussioni in plenaria, visione di spezzoni di filmati e relativa discussione, esercitazione sull'ascolto attivo e sulla capacità di dare e ricevere riconoscimento

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



C32 - PRATICARE IL RICONOSCIMENTO TRA IL LEADER ED IL SUO TEAM

PROGRAMMA

La pratica del riconoscimento in azienda

- In che cosa consiste e quali benefici comporta per la motivazione e l'engagement delle persone

Le forme del riconoscimento negato nella cultura organizzativa e i suoi effetti

- Sfiducia in sé stessi, senso di inutilità e irrilevanza, scarsa iniziativa e aderenza solo formale alle regole, calo di creatività e innovazione

Le diverse dimensioni del riconoscimento: rispetto e stima

- A chi si deve il rispetto, a chi la stima. In base a quali dimensioni e caratteristiche consideriamo qualcuno degno di stima nel lavoro, come lo valutiamo e in base a quali criteri

Reciprocità: dare e ricevere riconoscimento

- Il riconoscimento è un processo che richiede reciprocità (per essere riconosciuto da qualcuno lo devo riconoscere a mia volta); richiede proattività: non è sufficiente avere una (pur giusta) pretesa di riconoscimento, occorre agire per provocarlo negli altri

L'empatia

- Il riconoscimento come risposta attiva alla percezione dell'altro, alla comprensione delle sue emozioni e dei suoi bisogni, espressi e inespressi

Leader e collaboratore

- È possibile il reciproco riconoscimento pur nella asimmetria delle posizioni? Come interpretarlo mantenendo i rispettivi ruoli?

I limiti del riconoscimento

- Quando riconoscere può produrre effetti negativi per la relazione e per le persone.
- Esempi:
 - La pretesa di essere riconosciuti come diritto a non modificare i propri comportamenti ("io sono così" - riconoscimento narcisistico)
 - La ricerca di riconoscimento come ricerca di consenso fine a sé stesso (adulazione, manipolazione)
 - Il bisogno incondizionato di approvazione, ovvero la ricerca di continue conferme

Fiducia, stima appartenenza



C17 - L'ARTE DELLA DELEGA

Sviluppare la delega come fondamento imprescindibile di una leadership efficace

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

17 giugno 2026 | 14 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti una panoramica completa dei principi della delega come strumento fondamentale del management aziendale, fornendo loro le conoscenze e le competenze necessarie per svolgere con maggiore efficacia i ruoli di leadership e gestione delle persone in un contesto organizzativo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e neo e project manager interessati ad acquisire i fondamenti del management

APPRENDERETE A...

- Acquisire la consapevolezza che l'arte della delega risponde a tre importanti bisogni nel rapporto manager – collaboratore:
- Attiva e motiva il comportamento verso un obiettivo nuovo, ne sostiene crescita e sviluppo e aiuta ad organizzare al meglio un team.
- Acquisire le pratiche per una delega consapevole e responsabile che valorizzi la persona attraverso il perseguimento ed il raggiungimento di obiettivi specifici

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni pratiche sui principali contenuti del corso

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici
 Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



C17 - L'ARTE DELLA DELEGA

PROGRAMMA

PERCHÉ LA DELEGA?

La delega come atto pedagogico

- Delegare non è sfidare
- Delega come cura sincera del percorso del collaboratore
- Gli scopi della delega: orientare, motivare, fare crescere, organizzare

La cultura del feedback

- Il controllo e la verifica
- Il feedback nutriente
- Il leader come mastro e maestro

Obiettivi e finalità

- Come si propone un obiettivo: tempi e metodi
- Smart o challenge?
- Finalità e visione

Delegare per fare crescere

- Attivazione e orientamento
- Dalla capacità alla competenza
- Dalla competenza all'abilità
- Dall'abilità all'esperienza

Vantaggi della delega

- Incremento della produttività e dell'efficienza
- Sviluppo delle competenze del team
- Fiducia e motivazione dei collaboratori

Abilità di delega efficace

- Identificazione dei compiti appropriati da delegare
- Assegnazione chiara di responsabilità e autorità
- Monitoraggio e supporto durante l'esecuzione dei compiti

Gestione dei rischi e degli ostacoli

- Identificazione e gestione dei potenziali rischi legati alla delega
- Superamento delle resistenze al cambiamento e alla delega

Delega in contesti complessi

- Delega in situazioni di crisi o emergenza
- Delega in contesti interculturali o virtuali

Dal benessere al Bene Comune

- La delega come driver del bene comune
- Il delegato come ambasciatore del progetto aziendale

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso.
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano



C18 - COSTRUIRE LA MOTIVAZIONE

Accrescere motivazione e ispirazione nella gestione delle persone in un'organizzazione

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

17 febbraio 2026 | 13 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti una panoramica completa dei principi fondamentali della motivazione, fornendo loro le conoscenze e le competenze necessarie per praticarla nei ruoli di leadership e gestione in un contesto organizzativo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e neo e project manager interessati ad acquisire i fondamenti del management

APPRENDERETE A...

- Conoscere le leve motivazionali delle persone a lavoro
- Comprendere le dinamiche sottese all'atto motivazionale
- Conoscere le principali teorie e metodologie per accrescere la motivazione, ispirando il comportamento dei collaboratori

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni pratiche sui principali contenuti del corso

I PLUS:

- Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici
- Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



C18 - COSTRUIRE LA MOTIVAZIONE

PROGRAMMA

PARTIRE DAL PERCHÉ

Introduzione alla motivazione

- Definizione di motivazione e importanza nella vita quotidiana
- Teorie della motivazione
- Motivazione negativa: perché no
- Motivazione positiva: perché sì
- Effetto Ikea
- Motivazione e delega
- Attivazione e orientamento
- Manipolazione e comando

La piramide di Maslow è sempre attuale

- Bisogni e desideri
- Maslow e l'autorealizzazione

Ispirazione e motivazione

- Identificare le proprie fonti di motivazione
- Potenziare la motivazione personale

Obiettivi SMART (Specifici, Misurabili, Realistici, Temporizzati)

- Gestione del tempo e delle priorità
- Superare ostacoli e mantenere la motivazione
- Obiettivi e finalità
- Meno sfide più focalizzazione

Motivazione e benessere

- Collegamento tra motivazione e benessere emotivo
- Autostima e fiducia in sé stessi
- La piramide dei desideri
- Desiderio vs bisogno
- Quattro tipologie di lavoratori:
 - soddisfatti e motivati
 - insoddisfatti e motivati
 - soddisfatti e demotivati
 - motivati e insoddisfatti
- L'effetto Sisifo
- Adam Smith e l'efficienza
- Lavorare con un senso

Tecniche di auto-motivazione

Applicazione pratica della motivazione

- Pianificazione degli obiettivi a breve e lungo termine
- Creare un piano d'azione personalizzato
- Condivisione delle esperienze e feedback



P6 - CAPO IN PRODUZIONE

Migliorare le capacità manageriali e di gestione delle persone

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

26 - 27 maggio 2026 | 8 - 9 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

I Responsabili di Produzione e i Capi Intermedi, ai quali si rivolge il corso, hanno generalmente una forte esperienza e competenza tecnica, ma hanno necessità di migliorare le proprie capacità di gestione delle persone (leadership, motivazione, delega, presa di decisioni, atteggiamento propositivo, gestione dei conflitti, pianificazione del tempo, ...)

Il corso prende in esame tutte le "linee relazionali" presenti in produzione (collaboratori, colleghi di altri Uffici/ Reparti e superiori) e fornisce le tecniche e le metodologie per migliorare la gestione delle relazioni e le capacità di management dei Capi in Produzione.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili di produzione
- Responsabili di Servizi Tecnici
- Capi Reparto
- Capi Linea

APPRENDERETE A...

- Migliorare le capacità di decisione, di delega, di leadership
- Utilizzare le capacità e le tecniche relazionali per gestire il proprio comportamento nei rapporti con i superiori,
- i colleghi e i collaboratori, in funzione degli obiettivi aziendali
- Organizzare e gestire in modo efficiente il personale e/o il gruppo di lavoro, anche in situazioni conflittuali
- Indirizzare il gruppo di lavoro verso la ricerca di opportunità per il miglioramento
- Gestire i processi di miglioramento attraverso la comunicazione e il team work
- Motivare e responsabilizzare le persone focalizzandole sugli obiettivi aziendali di qualità, servizio e costi
- Garantire il corretto approccio al processo di analisi e di planning d'azione
- Essere più propositivi nei confronti della Direzione
- Ottenere più motivazione e coinvolgimento dal personale
- Migliorare la pianificazione del tempo per poter uscire dalla condizione di "gestione dell'emergenza"
- Auto-analizzare i propri comportamenti e definire un piano di miglioramento delle proprie modalità di relazione e di gestione delle persone

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Il corso, estremamente pratico, prevede numerose esercitazioni, tra cui:
- Sistemi di autodiagnosi
- Analisi dei comportamenti dei Gruppi di Lavoro dei partecipanti
- Esercitazioni e simulazioni di Gruppo
- Role Play
- Case studies

I PLUS:

La stesura del Piano d'Azione personale permette al partecipante di definire le azioni di miglioramento da implementare al ritorno in azienda

Check List "Analisi dei comportamenti per sviluppare la propria leadership", realizza quanto hai appreso:

- identificando le aree di miglioramento
- implementando il piano d'azione sviluppato in aula
- confrontandoti con il docente anche dopo la fine del corso



P6 - CAPO IN PRODUZIONE

PROGRAMMA

Introduzione

- Obiettivi e responsabilità della Funzione Produzione
- Il processo produttivo in relazione ai fattori di successo ed alla strategia aziendale: costi, qualità, tempi
- Funzioni e cooperazione con gli altri settori aziendali

SVILUPPARE LE CAPACITÀ PER GESTIRE LE PERSONE

Il Capo intermedio: da capo gerarchico ad allenatore

- Come costruire lo spirito di squadra e sviluppare l'attitudine a lavorare assieme
- Il ruolo della comunicazione: cosa e come comunicare
- La formazione: più processo partecipativo che trasferimento di informazioni
- Le conoscenze e la professionalità per poter "dialogare" con gli Uffici di Staff (Tempi e Metodi, Progettazione, Controllo Qualità, Programmazione della Produzione, Manutenzione)

Conoscere le persone per saperle gestire anche all'interno del gruppo di lavoro

- I ruoli giocati dalle persone all'interno del gruppo
- La valorizzazione delle persone in relazione alla loro esperienza, alla professionalità e alle potenzialità
- Analisi delle interrelazioni tra i ruoli giocati e le dinamiche che essi possono scatenare
- Come e quando intervenire per annullare l'impatto negativo di alcuni ruoli sulla produttività del gruppo
- Come identificare le personalità
- Come trovare individui altamente motivati
- Come trovare proprio chi serve per un particolare lavoro

La gestione ed il superamento dei conflitti

- Il conflitto è sempre negativo? Come considerare il conflitto in modo costruttivo
- Come individuare i segnali che preludono situazioni difficili
- I diversi tipi di conflitto: operativo, di organizzazione, per errate valutazioni o mancate informazioni, generato da disposizioni
- Come riuscire a gestire i conflitti individuali e all'interno del gruppo di lavoro
- La gestione dei rapporti con le persone: come motivare e responsabilizzare le persone
- Risolvere situazioni conflittuali tra più Funzioni (Qualità, Acquisti, Tempi e Metodi, Manutenzione, Magazzino)
- Creare un clima di motivazione e non conflittualità in Reparto
- Tecniche di problem solving per gestire il conflitto
- Controllare in modo attivo le prestazioni delle persone, motivandole al raggiungimento di obiettivi di servizio, qualità e produttività

Decidere in un contesto sempre più dinamico

- Decidere rapidamente ed in modo corretto
- Come prendere decisioni efficaci
- Come sviluppare i tratti di un buon decision maker

Come essere un leader che sa lavorare efficacemente in gruppo

- I comportamenti direttivi e i comportamenti relazionali
- La flessibilità e la leadership situazionale e condivisa
- Sviluppare il proprio stile di Leader
- Come funzionano i gruppi e come comportarsi perché lavorino bene

Motivare le persone al raggiungimento degli obiettivi di produzione

- Come focalizzare il personale sugli obiettivi di Produttività e Qualità
- Come creare motivazione nelle persone
- Come creare un gruppo affiatato e coeso
- Come definire obiettivi e aspettative di prestazioni
- Come sviluppare piani d'azione positivi

La delega e la crescita professionale dei propri collaboratori

- Il corretto utilizzo della delega come strumento di motivazione e responsabilizzazione
- Cosa delegare e come delegare con efficacia

MIGLIORARE LE CAPACITÀ PER GESTIRE LE ATTIVITÀ

Organizzazione e gestione dei progetti di miglioramento

- I principi del miglioramento continuo
- Il circolo virtuoso del miglioramento: migliorare, gestire, misurare, quantificare e definire
- Tecniche di problem finding e problem solving
- Metodologie di miglioramento continuo: 5S, ...

Il controllo dei risultati ottenuti

- Gli indicatori di controllo
- L'analisi dei risultati e l'avanzamento del progetto
- La stesura del 'Foglio di Miglioramento' per definire le azioni correttive
- I report per la Direzione



S7 - CAPO TEAM TECNICO

Saper comunicare, dirigere, decidere e motivare il proprio team, il proprio capo e altri colleghi

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

10 - 11 marzo 2026 | 29 - 30 giugno 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Questo corso è fortemente esperienziale. Nelle due giornate di incontro si darà applicazione immediata ai necessari concetti teorici con ben 15 fra casi di studio, simulazioni video, self-test. Con tali esercitazioni, tutte da situazioni reali, si permetterà ai partecipanti di testare off-line le proprie capacità di "capo", verificando con debriefing metodologici formali e informali da parte del docente esperto le migliori pratiche comportamentali. Al termine dell'incontro si definiranno delle aree di miglioramento personale, riassunte in una proposta di piano d'azione.

A CHI È RIVOLTO

- Team Leader
- Responsabili di Progettazione
- Direttori Tecnici di nuova nomina
- Responsabili di Servizi Tecnici e di Staff
- Capi Ufficio Tecnico

APPRENDERETE A...

- Mettersi in gioco, sperimentando in aula di persona, i migliori comportamenti e le più appropriate tecniche di gestione di un team di tecnici
- Comprendere il ruolo di direttore tecnico con enfasi all'ascolto, alla definizione di obiettivi, all'interazione con altri servizi e funzioni aziendali
- Comprendere il ruolo della delega, dell'esempio e dell'influenza con azioni di leadership "situazionale"
- Riuscire ad attivare nel gruppo la coesione, aiutando tutti a sviluppare il proprio potenziale

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- La gestione del tempo
- La comunicazione all'interno del team
- La motivazione dei collaboratori

I PLUS:

Nell'incontro saranno sviluppati assieme ai partecipanti più di 15 fra business cases, self test e simulazioni. Ciò consentirà a ognuno di verificare da subito le proprie capacità di leader e motivatore, nonché come gestire obiettivi e tempistiche delle attività di ogni progetto

Ogni sezione didattica avrà un debriefing dedicato, da cui sintetizzare alla fine del progetto un piano di improvement personale e dei suggerimenti all'azienda



S7 - CAPO TEAM TECNICO

PROGRAMMA

L'ambizione come "motore" di una efficace guida della squadra

- Riuscire a parlare chiaro ai propri uomini e al proprio capo
- Vedere chiaro, senza fraintendimenti obiettivi, rischi e opportunità
- Gestire il tempo e la complessità del proprio spazio d'azione

Analizzare il ruolo di capo: competenze, capacità e atteggiamenti

- Individuazione propri punti di forza e di debolezza con metodo
- I profili opposti: capo "tecnico" e capo "gestore"
- Confronto con le 10 qualità di un capo e margini di azione personali

Saper assegnare le attività a sé e ai propri collaboratori

- Come essere leader, capace di lavorare efficacemente col gruppo
- Saper fare "funzionare" il gruppo e come invece no. Esempi
- Comportamento e stile comunicativo (fatti/opinioni/sentimenti)

Creare un clima propositivo che motiva il gruppo e ottiene risultati

- Saper "sorvolare" sulle qualifiche funzionali, rifocalizzando il gruppo
- Come prescrivere gli obiettivi e le aspettative prestazionali
- Pregiudizi e ostacoli al lavoro di gruppo. Verso il "vinci tu-vinco io"
- La delega come moltiplicatore di tempo. La matrice di Eisenhower

Allontanare la paura di dover gestire un conflitto interpersonale

- Favorire la corretta comunicazione con/tra i collaboratori
- Gestire fraintendimenti e incomprensioni: segnali e semplici rimedi
- La comunicazione non verbale come integratore di conoscenze

Saper condurre efficaci colloqui con i propri collaboratori

- Valutare obiettivi e risultati, predisponendo piani di sviluppo futuri
- Come assicurare la circolazione delle informazioni. Il feedback
- Essere sicuri di aver messo la persona giusta al posto giusto
- Saper identificare le differenti "personalità" e motivarli (T/I/G profile)

Come far diventare il capo un membro entusiasta del proprio team

- Sintonizzarsi con i suoi bisogni, problemi, prassi e metodi di lavoro
- Sostenere la circolazione delle informazioni nel team, con opportune comunicazioni, reportistiche e tableau de bord (KPI)



C19 - AGILE LEADERSHIP

Come impostare un modello di lavoro agile e sviluppare l'autonomia di un team

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

24 aprile 2026 | 19 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti le competenze e le conoscenze necessarie per adottare un approccio agile alla leadership, promuovendo la collaborazione, l'adattabilità e l'innovazione all'interno dell'organizzazione.

A CHI È RIVOLTO

- Manager e Responsabili di Area e Funzione
- Team leader e Project Manager

APPRENDERETE A...

- Capire come impostare un modello di leadership agile
- Migliorare la conoscenza di strumenti per la gestione del team
- Creare un piano d'azione con le risorse del team per implementare un modello di agile leadership

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Utilizzo di strumenti di gestione agile del team
- Impostazione del modello di agile leadership per la propria azienda e team

I PLUS:

Il corso sarà interattivo e coinvolgente, con una combinazione di sessioni teoriche, esercitazioni pratiche, studi di caso e discussioni di gruppo per massimizzare l'apprendimento e l'applicazione dei concetti nell'ambiente lavorativo



C19 - AGILE LEADERSHIP

PROGRAMMA

FONDAMENTI DELL'AGILE LEADERSHIP

Introduzione all'Agile Leadership

- Concetti chiave dell'Agile Leadership e il suo impatto sull'efficacia aziendale
- Differenze tra un approccio tradizionale alla leadership e un approccio agile
- Importanza della flessibilità e dell'adattabilità nel contesto aziendale moderno

Principi Agile e Metodologie

- Approfondimento dei principi agili come definiti nel Manifesto Agile
- Panoramica delle metodologie agili come Scrum e Lean
- Applicazioni pratiche dei principi agili nella gestione del team e dei progetti

Comunicazione e Collaborazione Agile

- Tecniche di comunicazione aperta e trasparente per favorire la collaborazione
- Strategie per creare un ambiente inclusivo che promuova l'innovazione e la condivisione delle conoscenze
- Gestione efficace delle riunioni e dei brainstorming agili

IMPLEMENTAZIONE DELL'AGILE LEADERSHIP

Empowerment e Delega Responsabile

- Approccio all'empowerment del team e alla delega delle responsabilità
- Strumenti per sviluppare l'autonomia e la responsabilizzazione del team
- Come gestire il rischio e la tolleranza agli errori nell'ambito di un approccio agile

Leadership Situazionale e Coaching Agile

- Concetti di leadership situazionale e come applicarli nell'Agile Leadership
- Ruolo del coach agile nel supportare lo sviluppo individuale e collettivo del team
- Tecniche di coaching per favorire il miglioramento continuo e l'autoconsapevolezza

Cultura Organizzativa Agile

- Creazione di una cultura aziendale che favorisca l'agilità e l'innovazione
- Identificazione dei fattori che promuovono o ostacolano l'adozione dell'Agile Leadership
- Strategie per affrontare le sfide nell'implementazione di un'Agile Leadership all'interno dell'organizzazione

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'applicazione pratica dei concetti appresi durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano



C20 - CHANGE MANAGEMENT

Gestire con efficacia il cambiamento

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

23 - 24 febbraio 2026 | 22 - 23 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Questo corso mira a fornire ai partecipanti una comprensione approfondita delle strategie e delle pratiche necessarie per passare dal semplice cambio organizzativo al miglioramento delle performance attraverso un efficace change management. Gli obiettivi includono l'apprendimento delle migliori pratiche, lo sviluppo delle competenze necessarie e l'acquisizione di strumenti pratici per implementare e misurare il successo del change management.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili di Area e Funzioni
- Team leader e Project Manager
- HR manager

APPRENDERETE A...

- Comprendere i motivi per il cui il cambiamento deve essere gestito con attenzione
- Capire gli elementi di resistenza al cambiamento
- Impostare un modello che permetta di ridurre i rischi di fallimento

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi dei casi dei singoli partecipanti
- Piano di sviluppo personale

I PLUS:

Il corso sarà strutturato in modo interattivo, combinando presentazioni teoriche, esercitazioni pratiche, studi di caso e discussioni di gruppo per favorire l'apprendimento attivo e l'applicazione dei concetti nell'ambiente lavorativo



C20 - CHANGE MANAGEMENT

PROGRAMMA

IL DONO DEL CAMBIAMENTO

Introduzione

FONDAMENTI DEL CHANGE MANAGEMENT

Introduzione al Change Management e alla Performance

- Definizione di Change Management e Change performance
- Importanza del Change Management nel miglioramento delle Performance Organizzative
- Panoramica dei principi fondamentali del Change Management

Analisi e Valutazione delle Performance Organizzative

- Metodi e strumenti per analizzare e valutare le Performance Organizzative
- Identificazione dei fattori chiave di successo e delle aree di miglioramento
- Utilizzo dei dati per guidare il processo decisionale nel Change Management

Strategie di Change Management

- Approcci tradizionali e innovativi al Change Management
- Sviluppo di strategie personalizzate per affrontare specifiche sfide organizzative
- Coinvolgimento degli stakeholder e creazione di un ambiente favorevole al cambiamento

IMPLEMENTAZIONE E VALUTAZIONE DEL CHANGE PERFORMANCE

Pianificazione e Implementazione del Cambiamento

- Pianificazione dettagliata del cambiamento: obiettivi, risorse, tempi
- Coinvolgimento del personale e gestione delle resistenze al cambiamento
- Monitoraggio e adattamento del piano di cambiamento durante l'implementazione

Gestione del Rischio e Misurazione delle Performance

- Identificazione e mitigazione dei rischi associati al cambiamento
- Definizione di indicatori chiave di performance (KPI) per misurare il successo del cambiamento
- Utilizzo di strumenti e metodologie per valutare l'impatto del cambiamento sulle performance organizzative

Ottimizzazione del Change Performance

- Analisi dei risultati e identificazione delle aree di miglioramento
- Ciclo di miglioramento continuo nel Change Management
- Sviluppo di strategie per consolidare e mantenere il cambiamento nel lungo termine

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano



C29 - INCLUSIVE LEADERSHIP: DIVERSITÀ, EQUITÀ E ACCOGLIENZA DELLE DIFFERENZE

Promuovere la diversità, gestire le disabilità e favorire l'inclusione in azienda

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
27 febbraio 2026 26 giugno 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso si propone di fornire una panoramica approfondita sui temi della diversità, delle disabilità e dell'inclusione all'interno dell'ambiente lavorativo al fine di favorire e promuovere una leadership inclusiva e un pensiero aperto e accogliente.

A CHI È RIVOLTO

- HR
- Responsabili e neomanager interessati ad acquisire i fondamenti della leadership inclusiva

APPRENDERETE A...

- Acquisire la consapevolezza dei vantaggi che l'accoglienza della diversità porta all'azienda in termini di innovazione, creatività e performance
- Conoscere le migliori pratiche per favorire un ambiente lavorativo inclusivo e rispettoso delle differenze
- Gestire con competenza e delicatezza situazioni di importanti disabilità al fine di accogliere e valorizzare le competenze di tutti i collaboratori
- Agire una leadership aperta, accogliente e inclusiva

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni pratiche sui principali contenuti del corso

I PLUS:

Il corso sarà arricchito da casi studio, esercitazioni pratiche e sessioni interattive per favorire l'apprendimento dei partecipanti e prepararli ad affrontare con successo le sfide legate alla diversità, alle disabilità e all'inclusione all'interno di un contesto aziendale. Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



C29 - INCLUSIVE LEADERSHIP: DIVERSITÀ, EQUITÀ E ACCOGLIENZA DELLE DIFFERENZE

PROGRAMMA

Da vicino nessuno è diverso

- Introduzione alla diversità in azienda
- Vantaggi della diversità sul luogo di lavoro
- Concetti di disabilità e modelli di disabilità
- Strumenti e risorse per supportare i dipendenti con disabilità

Ruolo delle emozioni nella gestione della diversità

- Riconoscimento delle emozioni negative e positive legate alla diversità
- Esplorare le emozioni comuni associate alla diversità

Gestione delle emozioni nella diversità

- Tecniche di regolazione emotiva
- Comunicazione efficace delle emozioni legate alla diversità

Empatia e comprensione

- Sviluppare empatia verso le esperienze degli altri
- Favorire un clima empatico e rispettoso

Dalla tolleranza all'accoglienza: comunicare e ascoltare

- Creare un ambiente inclusivo e accogliente
- Comunicazione efficace e sensibilizzazione attraverso un linguaggio adeguato e rispettoso
- Gestione dei conflitti legati alla diversità attraverso l'ascolto attivo

La leadership inclusiva e la promozione di politiche attive in azienda

- Promozione della diversità e inclusione nella cultura aziendale
- Pianificazione e implementazione di politiche di diversità e inclusione
- Essere un leader inclusivo: case history



C33 - WOMEN POWER FOR LEADERSHIP

Leadership femminile: un percorso realizzabile

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

15 maggio 2026 | 4 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il tema della valorizzazione delle diversità ha un forte collegamento con la propensione al cambiamento all'interno delle aziende, dove l'impatto più evidente è quello di favorire un ambiente di lavoro più sano, più felice e di conseguenza più produttivo. A livello aziendale, ad esempio, vi è una crescente sensibilità verso le tematiche di genere che si comincia a tradurre in un vero e proprio vantaggio competitivo per le imprese che decidono di adottare concretamente una politica di diversity management.

La presenza femminile, in particolare ai vertici, consente infatti di creare un ambiente di lavoro più positivo, inclusivo e vantaggioso nei confronti delle altre donne, dove la gestione dei conflitti avviene attraverso una comunicazione caratterizzata da una forte intelligenza emotiva.

La giornata si pone come obiettivo principale di fornire consapevolezza, metodi, strumenti chiari e pratici per favorire l'esercizio della leadership femminile come nuova e determinante cultura d'impresa. Il corso ha come ulteriori obiettivi:

- favorire la crescita personale e professionale delle partecipanti, incoraggiandole a perseguire posizioni di leadership e a superare eventuali ostacoli.
- Creare una rete di supporto tra donne leader, offrendo opportunità di networking e di scambio di esperienze.
- Comprendere la specificità delle differenze di genere al fine di generare un incontro tra le parti che possa essere accrescitivo e costruttivo.

A CHI È RIVOLTO

- Dirigenti, Manager con esperienza
- Responsabili di nuova nomina
- Responsabili di team, reparti, forze commerciali
- Responsabili in generale della gestione delle risorse umane
- Responsabili politiche attive e DEI

APPRENDERETE A...

- Acquisire la distinzione fondamentale tra differenza e diversità tra leadership di genere
- Valorizzare le competenze specifiche di genere
- Risolvere in maniera comune il gender gap per una società più equa
- Acquisire la cultura delle pari opportunità
- Ascoltare in maniera attiva e rispettosa
- Utilizzare un linguaggio cordiale e davvero inclusivo per uscire dalle abitudini e dalle convinzioni limitanti
- Uscire dal Bias mendace del multitasking

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Tavolo di confronto in real playing dialogico dove analizzare le opportunità della differenza di genere, individuando e commentando i diversi modelli di leadership femminile, discutendo poi i punti di forza e le aree di miglioramento
- Esercizio di ascolto attivo in coppie di generi differenti. Le grandi musiciste della storia non riconosciute nella loro epoca

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti



C33 - WOMEN POWER FOR LEADERSHIP

PROGRAMMA

Sfide Attuali e Il Gender Gap nella Leadership Femminile

- Analisi del contesto: le sfide attuali per le donne in posizioni di leadership
- Cos'è il gender gap e tecniche di risoluzione
- Stereotipi e Bias di genere: come influenzano il contesto lavorativo e il percorso di carriera

La Leadership Femminile: Caratteristiche, Consapevolezza e Punti di Forza

- La mappa psichica e i pilastri della leadership femminile: ascolto, sensibilità, concretezza
- La leadership naturale del "femminile": un percorso di auto consapevolezza
- Donne contro uomini? Suggerimenti per un'alleanza possibile
- L'importanza della diversità nella leadership: diversità vs differenza - l'illusione del multitasking

Empatia, Assertività e Intelligenza Emotiva nella Leadership

- I pilastri dell'empatia e dell'assertività come elementi per edificare e potenziare la leadership
- femminile
- Intelligenza emotiva in azione: la forza della sensibilità
- Perché le donne gestiscono il tempo al meglio

Leadership Efficace: Modelli, Comunicazione e Cultura Organizzativa

- Come essere un modello di riferimento per altre donne senza entrare in conflitto
- Guidare il cambiamento all'interno delle organizzazioni: strategie per influenzare positivamente la cultura aziendale
- Comunicazione etica e linguaggio accogliente

Empowerment Femminile

- Alleanza di competenze - grandi donne leader nella storia
- Advocacy ed empowerment per la leadership delle donne



C34 - L'USO DELL'UMORISMO NELLA LEADERSHIP

Affinare e indirizzare il proprio senso dell'umorismo per guidare i collaboratori e gestire i conflitti interni

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

23 - 24 marzo 2026 | 3 - 4 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso mira a fornire a chiunque ricopra una posizione di leadership all'interno di un team o di un'azienda strumenti concreti per riconoscere e applicare le funzioni e i meccanismi dell'umorismo, allo scopo di costruire ambienti di lavoro più distesi, cooperativi, creativi e produttivi.

A CHI È RIVOLTO

- Team leader
- Area manager
- Direttori
- Chiunque svolga ruoli di guida o coordinamento

APPRENDERETE A...

- Distinguere diverse funzioni interne all'umorismo e utilizzare la più adeguata alla situazione
- Sfruttare gli elementi del contesto per generare ambienti umoristici
- Applicare l'ironia e l'autoironia per la gestione dei conflitti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Simulazioni di contesti reali
- Role play fra i membri del gruppo
- Apprendimento e definizione di uno schema di comportamento umoristico

I PLUS:

Il corso sarà altamente interattivo e i contenuti teorici troveranno immediata applicazione all'interno dell'esperienza di ogni partecipante. Ah poi in generale diventerai molto più simpatico!



C34 - L'USO DELL'UMORISMO NELLA LEADERSHIP

PROGRAMMA

Leadership

- Modelli di leadership a confronto
- Il leader umoristico

Funzioni e meccanismi dell'umorismo

- Panoramica sulle funzioni dell'umorismo
- La funzione ludica come base indispensabile
- I rischi della funzione competitiva
- Imparare ad associare le idee
- La battuta migliore del mondo

Umoreismo e motivazione

- Attenzione, apprendimento, memorizzazione
- Come influenzare il clima di gruppo
- Come generare l'ambiente pre-umoristico

Autoironia

- Il principio del modellamento
- Confrontarsi con sensibilità diverse
- I vantaggi di un'immagine di sé umoristica
- L'impostazione della voce umoristica: tono e intenzione

Umoreismo e intelligenza emotiva

- Salvare la relazione prima di tutto
- Trovare la soglia di trasgressione condivisa
- Porsi alla giusta distanza emotiva
- Dire la verità con l'umorismo



C3 - TIME MANAGEMENT: SAPERSI ORGANIZZARE PER MIGLIORARE I RISULTATI

Strumenti e metodi pratici per essere efficaci e eliminare ansia e stress dalla propria vita

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

13 - 14 maggio 2026 | 5 - 6 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il Tempo è l'unica risorsa che non possiamo moltiplicare!

Imparare a gestirlo è ormai indispensabile a fronte della quantità di attività che siamo costretti a svolgere e alla velocità con cui dobbiamo centrare i nostri obiettivi (pianificazione e programmazione).

Spesso lo stress e la cattiva qualità della nostra vita, ci impediscono di sviluppare benessere per noi e per l'ambiente che ci circonda con evidenti conseguenze sulle performance generali.

E' quindi necessario imparare strumenti concreti per riappropriarci del "nostro" tempo, quale risorsa preziosa da gestire e per avere un alleato e non un ostacolo nella nostra vita personale e professionale.

A CHI È RIVOLTO

- Manager di ogni funzione, dirigenti, quadri
- Personale operativo e Back Office
- Project manager, Responsabili Commerciali e tutti coloro che sentono l'esigenza di fare il punto sul proprio stile di organizzazione lavorativo e personale

APPRENDERETE A...

- Valutare il vostro rendimento sull'impiego del tempo in funzione del vostro ruolo
- Lavorare per obiettivi e non in modo istintivo
- Definire le priorità in un piano organizzato
- Scegliere e combinare in funzione di importanza e urgenza le attività
- "Prevedere" gli imprevisti
- Saper dire di "no"
- Gestire il tempo relazionale (mail, meeting, etc.)

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Autodiagnosi del vostro modo di impiegare il tempo
- Casi di lavoro: proattivi o reattivi?
- Piano mensile, settimanale e quotidiano
- Come migliorare l'investimento del tempo in funzione dei vostri obiettivi
- Le mie priorità

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



C3 - TIME MANAGEMENT: SAPERSI ORGANIZZARE PER MIGLIORARE I RISULTATI

PROGRAMMA

Time Management: le leggi fondamentali del tempo

- Il tempo come alleato o vincolo?
- Aspetti razionali e soggettivi nella percezione del tempo
- Logica del giudizio e logica dell'analisi
- Programmare e pianificare gli obiettivi in funzione del tempo

Proattivi o reattivi?

- Andare più in fretta o fare meno strada?
- Velocizzare le attività routinarie
- Ridistribuire e comprimere le attività periodiche
- Differenza tra approccio proattivo o reattivo agli eventi
- Prevedere e misurarsi con le situazioni di lavoro e i colleghi

Analisi del proprio ruolo/lavoro per ottimizzare il tempo

- Autodiagnosi: come uso il mio tempo in generale? Quali i miei obiettivi?
- Correlare il tempo a obiettivi e priorità (il mio ruolo)
- Programmare e pianificare gli obiettivi in funzione del tempo
- Calcolare il ritorno sull'investimento reale del mio tempo

I ladri del mio tempo

- Attività e fattori che ci tolgono tempo: come gestirli?
- Difendere la propria organizzazione dalle invasioni
- Consigli per evitare di perdere tempo

Il tempo per gli altri

- Saper gestire le interruzioni
- Lavorare con le scadenze degli altri
- Saper dire di NO per volersi bene

Organizzazione personale delle attività

- Velocità o precisione? Come scegliere?
- Rivedere e prevedere la propria settimana lavorativa
- Il metodo infallibile: le 6 cose da non dimenticare

Analisi delle priorità delle proprie attività

- Priorità: come classificarle agevolmente
- Importante o urgente?
- Che cosa delegare e cosa fare personalmente
- La gestione dello stress da mancanza di tempo

Il tempo ed il Ruolo

- La stretta connessione Ruolo e strutturazione del tempo
- Diversi Ruoli = diverse priorità nella gestione delle attività
- Il legame forte del ruolo con il concetto di Importanza

La delega

- Nel ruolo del Manager: la delega come strumento per risparmiare tempo, motivare e far crescere
- Come comunicare la delega
- Delega da quadrante 3 o quadrante 2 della matrice del tempo?

Costruire la propria agenda temporale

- Calendario annuale e mensile
- Il metodo A-B-C
- Il tempo per progettare il proprio cambiamento



C2 - PROBLEM SOLVING & DECISION MAKING

Strumenti e tecniche per migliorare il processo decisionale

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 - 26 giugno 2026 | 16 - 17 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Un corso pratico che illustra tutte le tecniche di analisi del problema e di presa della decisione. Attraverso esercitazioni e prove pratiche i partecipanti acquisiranno una chiara metodologia in ogni fase del processo di analisi, risoluzione del problema e presa di decisione.

A CHI È RIVOLTO

- Manager
- Responsabili di Fuzione
- Capi Intermedi con esperienza che necessitano di un modello per analizzare i problemi, identificare e implementare le soluzioni più idonee

APPRENDERETE A...

- Utilizzare i diversi metodi di analisi e risoluzione dei problemi
- Adottare un approccio più razionale alla soluzione dei problemi
- Identificare i comportamenti individuali e collettivi che facilitano i processi di analisi e decisione
- Sperimentare le tecniche creative che favoriscono l'innovazione
- Valutare l'impatto delle decisioni
- Sviluppare la leadership nella comunicazione delle decisioni prese

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercizi di creatività e brainstorming per la ricerca di soluzioni
- L'autodiagnosi del proprio stile decisionale
- Una esercitazione sulla presa di decisioni in gruppo
- L'analisi di gruppo sulla comunicazione delle decisioni prese
- L'elaborazione di un piano d'azione per il miglioramento personale

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



C2 - PROBLEM SOLVING & DECISION MAKING

PROGRAMMA

Il problema come opportunità di miglioramento

Le fasi del processo PSDM

- Problem finding: scoprire il vero problema
- Problem setting: definire la natura del problema
- Problem analysis: scomporre il problema in diverse parti
- Problem solving: individuare possibili soluzioni al problema
- Decision making: decidere come agire
- Decision taking: passare all'azione

Problem finding and analysis: identificare e analizzare un problema

- Cosa si intende per problema: la matrice "cosa è - cosa non è" problema
- Analisi della situazione: capire cosa ho davanti
- Approccio deduttivo, induttivo, intuitivo
- Analisi del problema: passi critici e ricerca della causa
- Diagramma delle affinità, di Pareto, di causa-effetto

Problem Solving: identificare le possibili soluzioni

- La creatività nella ricerca delle soluzioni:
 - i presupposti per un pensiero creativo
 - il semplice e l'ovvio
 - creatività individuale e creatività di gruppo
 - tecniche di creatività
 - la visualizzazione creativa
 - le alternative (liberare la mente, far tesoro dell'esperienza, fondere idee diverse, seguire le associazioni mentali)
- Le capacità del manager: saper notare, ricercare, generare alternative
- La tavola delle idee
- Combinare processo di analisi e processo creativo

Decision Making: prendere una decisione

- I passi critici del processo decisionale
- Strategie di decisione: approccio pragmatico e approccio metodologico
- Analisi della decisione e scelta dell'alternativa più coerente
- Implementazione della decisione
- Analisi del valore a fronte dell'attuazione della soluzione scelta

Il Decision Making di gruppo

- Le diverse percezioni del problema: il brainstorming
- Tecniche per migliorare l'efficacia di un gruppo
- La negoziazione della soluzione migliore

Decision Taking: l'implementazione delle decisioni prese

- Esercitare la propria autorevolezza: far accettare la decisione e ottenere consenso
- Mettere in pratica i piani decisi: la matrice dell'azione
- Motivare i collaboratori e ottenere i risultati
- Lo strumento della delega per la gestione dell'attività del manager
- La gestione delle relazioni interfunzionali
- La gestione dello stress nelle situazioni conflittuali

Saper utilizzare le tecniche quantitative di base per l'analisi del problema

- L'AHP come strumento di scelta delle priorità attraverso il consenso del gruppo
- L'analisi di Pareto/Juran per individuare le priorità
 - usi del diagramma
 - analisi in termini di costo
- I diagrammi di Ishikawa per rappresentare e strutturare le possibili cause
 - metodi di costruzione
 - analisi del diagramma
 - risoluzione dei problemi derivati
 - campi di applicazione
- La radar chart
- I diagrammi di correlazione
 - interpretazione dei dati
 - valutazione del tipo di correlazione
- Le tecniche qualitative
 - brainstorming
 - analisi del campo di forza
 - tecnica di gruppo nominale
- Diagrammi a matrice

Il piano d'azione personale

- Applicare quanto appreso una volta rientrati in azienda
- Stabilire il proprio piano di miglioramento personale



C21 - DECISION MAKING OLTRE I BIAS

Migliorare il processo decisionale per superare i BIAS che possono ostacolarne il processo

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

4 giugno 2026 | 23 ottobre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti una panoramica completa dei principali BIAS cognitivi che ostacolano la presa di decisione o portano a commettere errori tanto inconsapevoli quanto pericolosi nell'esercizio di ruoli di leadership e gestione in un contesto organizzativo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e manager interessati ad acquisire i fondamenti del management e del decision making

APPRENDERETE A...

- Conoscere i BIAS che determinano le 9 trappole che bloccano il processo decisionale
- Imparare i metodi più efficaci per scegliere come decidere
- Vincere il pensiero di gruppo valorizzando le idee di tutti, ma prendendosi la responsabilità di decidere
- Imparare ad utilizzare il pensiero critico
- Analizzare il contesto nella totalità dei suoi fattori prima di decidere

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni pratiche sui principali contenuti del corso

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici
 Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



C21 - DECISION MAKING OLTRE I BIAS

PROGRAMMA

Riconoscere i propri BIAS

Le trappole che conducono a decisioni sbagliate

- Cosa sono e come si formano i BIAS
- BIAS emotivi e BIAS cognitivi: quali i più pericolosi?
- Scelta o decisione?

Il dono della responsabilità

- Le quattro tipologie di Responsabilità
- Il principio di realtà contro le trappole della mente
- Impatto sui processi decisionali
- Effetti sulle relazioni interpersonali
- Conseguenze a livello organizzativo

Decidere "come" decidere con sicurezza

- Analisi del rischio eventuale: storico, contesto, opinioni dominanti, bias cognitivi ed emotivi
- Consapevolezza che non siamo i nostri bias
- Un bias per ogni situazione
- Senso critico in situazioni di confusione
- L'arte del dialogo valorizzando il parere del proprio team
- Consapevolezza che ogni decisione è un atto di responsabilità

Pensieri lenti o pensieri veloci

- Il sistema 1 e il sistema 2
- Proazione vs reazione
- Riflessione vs riflesso
- Meno pancia più ingegno
- Il costo della paura
- Il costo della fretta
- Il silenzio e la pazienza
- Differenza tra scelta e decisione
- Rimandare o anticipare? due ipotesi pericolose
- Il rischio non è ancora danno
- Il coraggio non è un istinto, ma una scelta

Strategie per gestire i BIAS

- Consapevolezza dei propri bias e dei bias degli altri
- Tecniche di problem solving e decision making
- Utilizzo di dati e informazioni oggettive
- Approccio critico e aperto al confronto

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano



05 - GESTIRE UN TEAM DI PROGETTO

Leadership, motivazione, comunicazione, delega, gestione dei conflitti

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

21 - 22 aprile 2026 | 17 - 18 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il raggiungimento degli obiettivi di performance dipende in larga misura dall'efficace costituzione e gestione del proprio team di lavoro. La gestione di un team, a sua volta, richiede competenze di tipo diverso, che vanno dal saper essere leader, al saper comunicare, persuadere, risolvere i problemi che si presentano, promuovere il cambiamento. Obiettivo del corso è consolidare il know how sugli aspetti relazionali e comportamentali in ogni situazione di lavoro in team, ed in relazione alle caratteristiche e competenze distintive di ogni risorsa del team.

A CHI È RIVOLTO

- Team Leader
- Project Manager/Program Manager
- Manager occasionalmente coinvolti nella realizzazione di progetti
- Responsabili di area che gestiscono gruppi di lavoro

APPRENDERETE A...

- Migliorare lo stile manageriale in ogni situazione
- Motivare e coinvolgere il team anche in situazioni difficili
- Negoziare efficacemente le risorse
- Migliorare la capacità di gestione e risoluzione di situazioni conflittuali

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- La gestione del tempo
- La comunicazione all'interno del team
- La motivazione dei collaboratori
- La gestione dei conflitti e la negoziazione efficace

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto basato sull'analisi di situazioni reali e ricorrenti nelle varie fasi di lavoro in team

Sono previsti test autodiagnostici per valutare le proprie capacità di leadership e persuasione

Sarà dato ampio spazio ai role play ed al loro debriefing da parte del docente



05 - GESTIRE UN TEAM DI PROGETTO

PROGRAMMA

Pianificare le risorse necessarie al lavoro in team

- Definire ruoli e responsabilità sulle attività: WBS, RAM, RACI Chart
- Precisare i profili e gli skill necessari e l'apporto di risorse esterne
- Identificare i vincoli logistici, ambientali e organizzativi delle risorse
- Pianificare esigenze di formazione, riconoscimenti, premi e criteri di dismissione delle risorse

Costituire il team

- Negoziare con i Manager funzionali le risorse necessarie
- Motivare le risorse pre-assegnate e operanti già su altri fronti
- Chiarire il contributo e corresponsabilizzare le persone
- Selezionare le risorse esterne (fornitori di servizi e prestazioni)
- Alimentare la fiducia reciproca e stabilire buoni rapporti interpersonali
- Le diverse fasi evolutive del gruppo di progetto

Gestire il team

- Costruire sulle differenze culturali, professionali e metodologiche
- Incoraggiare la partecipazione e il coinvolgimento di tutti i membri del team
- Motivare le persone per ottenere il massimo da ognuno
- Far corrispondere obiettivi di progetto e obiettivi individuali
- Impostare un sistema di comunicazione di gruppo per mantenere sotto controllo le attività
- Sapere come e quando delegare
- Attivare incontri e momenti di formazione specifici formali e informali
- Saper valutare le prestazioni dei membri del gruppo di lavoro
- Gestire i feedback, risolvere i problemi e coordinare le modifiche necessarie
- Progettare e gestire la riunione come strumento di lavoro
- Gestire preventivamente le indisponibilità di risorse
- Attivare azioni correttive

Esercitare la propria leadership nel team

- Le basi della leadership
- Come comportarsi con responsabilità e senza autorità
- Comprendere le dinamiche di potere all'interno del gruppo
- Come guidare i modi di procedere per ottenere il massimo risultato nel minor tempo possibile
- Adattare il proprio stile di management alle particolari situazioni e persone
- Utilizzare la persuasione per influenzare il processo decisionale del team

Gestire e superare i conflitti: la comunicazione efficace

- Come e quando intervenire per annullare l'impatto negativo di alcuni ruoli sulla produttività del gruppo
- Trasformare il conflitto in opportunità costruttiva
- Come individuare i segnali che preludono a situazioni difficili
- I diversi tipi di conflitto: di contenuto o di relazione



C7 - LEADING VIRTUAL TEAMS

Come gestire i Team Virtuali per raggiungere gli obiettivi di Progetto

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

23 aprile 2026 | 9 luglio 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

I Virtual o Remote Teams stanno diventando una modalità consueta per la gestione di attività e progetti, con una modalità flessibile e globale. Attraverso l'uso di differenti tecnologie e l'applicazione di buone regole per la loro gestione è possibile essere efficaci, migliorando la produttività del Team. Il corso permette di comprendere in logica applicativa le modalità più efficaci per gestire, guidare e motivare un Team di lavoro a distanza, cercando anche di identificare gli errori da evitare.

A CHI È RIVOLTO

- Team Leader
- Project Manager/Program Manager
- Responsabili di area che gestiscono gruppi di lavoro
- Tutte le persone abitualmente coinvolte in un progetto

APPRENDERETE A...

- Creare e gestire i Team virtuali per essere efficaci
- Progettare un piano d'azione per ottimizzare l'efficacia del team
- Mantenere le prestazioni del team attraverso relazioni di collaborazione chiave
- Facilitare il lavoro dei team utilizzando tecnologie di comunicazione efficaci
- Gestire i rischi e i benefici della gestione a distanza e della diversità culturale

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- La check list per una guida efficace dei Virtual Teams
- La gestione del tempo
- La comunicazione all'interno del Team
- La motivazione dei componenti del Team
- La gestione dei conflitti e la negoziazione efficace
- Simulazioni di presentazione commerciali in Video Conferenza

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti



C7 - LEADING VIRTUAL TEAMS

PROGRAMMA

Premessa

- Identificare le differenze tra lavoro presenziale e lavoro virtuale
- Valutazione dell'impatto della gestione di un Team in un ambiente virtuale

Creazione di un modello per una gestione efficace dei Team Virtuali

Superare le sfide del lavoro in team virtuali

- Pianificazione per affrontare le sfide individuali e di gruppo legate all'operare virtualmente
- Affrontare le sfide motivazionali di individui e team
- Gestire l'impatto dei fattori di separazione tra cui distanza, fusi orari e culture
- Adottare in modo proattivo un modello incentrato su relazioni, comunicazione e compiti

Analizzare l'impatto della distanza sul lavoro collaborativo

- Confrontare il lavoro insieme con il lavoro separato e colmare le lacune
- Considerare gli effetti della fiducia tra i membri del team

Gettare le basi per una collaborazione efficace

- Fornire ciò di cui i membri del team hanno bisogno per avere successo
- Concentrarsi sulle esigenze di un team virtuale

Costruire e mantenere un team virtuale

Sviluppare proattivamente una squadra con un obiettivo comune

- Identificare le competenze e le qualità chiave del personale
- Bilanciare i contributi tecnici e virtuali di un individuo
- Mappatura delle relazioni chiave per migliorare il successo del team

Gestire le dinamiche

- Orientamento di nuovi membri del team virtuale attraverso l'onboarding
- Formare le persone alla gestione virtuale
- Esecuzione di efficaci sessioni di avvio del team virtuale

Tecnologia, comunicazione e ambiente di lavoro virtuale

Migliorare i vantaggi della collaborazione virtuale

- Sviluppare approcci di comunicazione proattiva
- Misurare l'impatto degli strumenti tecnologici nel filtrare la ricchezza delle comunicazioni umane
- Generazione di processi strutturati per la selezione dello strumento corretto per le attività chiave del team
- Concentrarsi sulla formazione all'uso degli strumenti disponibili comuni

Sfruttare le principali tecnologie virtuali

- Strumenti di conferenza e collaborazione
- Altri strumenti di supporto alla gestione del Team Virtuale: E-mail, Intranet, Blog, ...
- Suggerimenti per l'utilizzo efficiente della posta elettronica
- Valutazione degli strumenti virtuali per massimizzare la comunicazione

Gestione della diversità e della distanza

Lavorare con la diversità culturale

- Cultura da diverse prospettive: organizzativa, nazionale, regionale e internazionale
- Esplorare livelli e categorie di cultura
- Impatto della cultura su comunicazioni, negoziazioni e relazioni
- Rispondere positivamente alla gamma e alla profondità delle culture
- Incorporare le differenze culturali a vantaggio della squadra

Gestire le problematiche e le criticità a distanza

- Approcci proattivi e gestione dei punti di generazione del conflitto
- Sviluppare un approccio empatico con i membri del team

Adottare un approccio proattivo alla leadership quotidiana

- Riorientare le azioni di leadership utilizzando un modello a tre livelli
- Suggerimenti pratici per gestire con successo il lavoro virtuale
- Passaggio a una nuova serie di priorità di gestione
- Adottare un approccio di gestione proattivo rispetto a quello reattivo

Creazione di un piano d'azione per guidare il Team e le attività in virtuale



C5 - GESTIONE DELLE RIUNIONI

Preparare e condurre riunioni stimolanti e dinamiche

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
18 giugno 2026	2 dicembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Uno dei maggiori investimenti in tempo e energia, è sicuramente quello dedicato alle riunioni. La sensazione successiva però, della maggior parte dei partecipanti è spesso di una scarsa produttività e di una perdita di tempo. Le riunioni possono essere una noia mortale quando non vengono organizzate secondo un metodo preciso che deve coinvolgere tutti i partecipanti in modo proattivo e creativo.

L'obiettivo del corso è di fornire conoscenze metodologiche per creare un evento nella riunione che consenta ai partecipanti di avere un atteggiamento attivo e creativo applicando principi di comunicazione collettiva.

A CHI È RIVOLTO

- A tutte le funzioni aziendali (produzione, reparto tecnico, logistica, qualità, commerciale e marketing, amministrazione, etc) e ai loro dipendenti per sviluppare la capacità di preparare gestire, coordinare una riunione a qualsiasi livello e con qualsiasi obiettivo

APPRENDERETE A...

- Saper organizzare e gestire riunioni aziendali efficaci
- Ottimizzare l'investimento di tempo in riunioni per renderle realmente produttive
- Gestire in modo strutturato le tre fasi principali di una riunione di lavoro (pre, durante e post)
- Creare un clima costruttivo e partecipativo tra i diversi partecipanti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Autodiagnosi sulla conduzione delle riunioni
- La piramide della logica
- Il vademecum da utilizzare

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: verrà dato ampio spazio alla discussione di casi reali e di problematiche dei partecipanti

Gli strumenti analitici presentati sono di applicabilità immediata



C5 - GESTIONE DELLE RIUNIONI

PROGRAMMA

Perché fare questa riunione?

- Tipologie di riunioni
- Obiettivi chiari
- Misurare l'efficacia dopo la conclusione

Come organizzare una riunione efficace

- Conoscere le metodologie per realizzare riunioni efficaci
- Differenze di approccio: riunioni informative o di confronto
- Eliminare i 4 ostacoli maggiori

Il successo sta nella preparazione

- Prima della riunione le domande fondamentali
- Il tempo a disposizione
- I partecipanti e il loro coinvolgimento (gestire i partecipanti difficili)
- Tipologie di partecipanti (aggressivo, il paciere, il creativo, ...)
- Gestire il gruppo

Le sette fasi: dalla preparazione alla realizzazione

- La scaletta o agenda del meeting
- Catturare l'interesse... l'apertura!
- Il modello della piramide della logica per le argomentazioni
- Tecnica della gamma dei valori

Fase di chiusura e conclusioni operative

- Modalità di comunicazione finale al gruppo
- Verifica di un piano d'azione successivo
- Motivazioni e documenti post riunione



C22 - CREARE UN TEAM DI COLLABORATORI MOTIVATO E ORIENTATO AI RISULTATI

Costruire un gruppo coeso e performante

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

29 - 30 giugno 2026 | 17 - 18 dicembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti le competenze necessarie per creare e gestire team motivati ed orientati ai risultati, migliorando la comunicazione, la leadership e la collaborazione all'interno del gruppo.

A CHI È RIVOLTO

- Manager e Team Leader
- Responsabili delle Risorse Umane
- Project Manager
- Chiunque voglia migliorare le proprie competenze nella gestione e nel lavoro di squadra

APPRENDERETE A...

- Comprendere le dinamiche di gruppo e i ruoli all'interno di un team
- Imparare strategie per motivare e coinvolgere i membri del team
- Imparare strategie per mantenere alto il morale del team ed orientare il team verso i risultati
- Migliorare la comunicazione e la collaborazione per raggiungere obiettivi comuni
- Sviluppare competenze di leadership e gestione dei conflitti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni pratiche sui principali contenuti del corso
- Role play

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici
Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



C22 - CREARE UN TEAM DI COLLABORATORI MOTIVATO E ORIENTATO AI RISULTATI

PROGRAMMA

Fondamenti e Dinamiche del Team

- Introduzione alle Dinamiche di Gruppo
- Definizione di team e differenze tra gruppo e team
- Ruoli e responsabilità all'interno di un team

Comunicazione Efficace

- Principi di comunicazione efficace
- Ascolto attivo e feedback costruttivo

Costruzione del Team

- Fasi di sviluppo di un team (Forming, Storming, Norming, Performing)
- Attività di team building

Leadership nel Team

- Stili di leadership
- Caratteristiche di un leader orientato ai risultati
- Come adattare lo stile di leadership alle esigenze del team

Gestione dei Conflitti

- Identificazione e risoluzione dei conflitti
- Tecniche di mediazione e negoziazione
- Trasformare i conflitti in opportunità di crescita

Motivazione e Coinvolgimento del Team

- Strumenti e Tecniche per la Motivazione
- Strategie per mantenere alto il morale del team
- Tecniche di coaching e mentoring

Orientamento ai risultati e gestione della performance

- Stabilire Obiettivi Chiari e Raggiungibili
- Allineare gli obiettivi del team con gli obiettivi aziendali

Miglioramento Continuo

- Monitoraggio delle performance del team
- Tecniche per monitorare e valutare i progressi del team
- Feedback e sviluppo continuo
- Piani di sviluppo personale

Strumenti per la Collaborazione a distanza

- Strumenti e tecnologie per la collaborazione a distanza
- Best practice per il lavoro agile e remoto

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano



C6 - LA METODOLOGIA LEGO® SERIOUS PLAY®: COME VALUTARE IMPACT&EFFORT DELLE SCELTE AZIENDALI

Migliorare il Team Working e l'efficacia del processo decisionale

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

17 marzo 2026 | 21 luglio 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Una giornata immersiva per scoprire e sperimentare il metodo LEGO® SERIOUS PLAY® (LSP), una potente metodologia di facilitazione che utilizza i mattoncini LEGO® per generare riflessioni profonde, allineamento e soluzioni condivise. Attraverso esercizi strutturati, i partecipanti vivranno l'intero processo LSP: dalla costruzione individuale alla modellazione di sistemi complessi.

Obiettivi raggiunti attraverso i metodi LSP

- Favorire connessione e confronto tra partecipanti di aziende diverse
- Esplorare idee complesse in modo creativo e inclusivo
- Visualizzare problemi sistemici e generare soluzioni condivise
- Mostrare tutto il potenziale della metodologia LSP per applicazioni aziendali reali.



A CHI È RIVOLTO

- Manager
- Responsabili HR
- Team leader
- Project manager
- Consulenti

- Formatori
- Chiunque voglia esplorare strumenti innovativi per facilitare il pensiero, migliorare la comunicazione nei gruppi e affrontare problemi complessi in modo visuale e partecipativo

APPRENDERETE A...

- Utilizzare le basi della metodologia LEGO® SERIOUS PLAY®
- Rappresentare idee, problemi e scenari attraverso modelli tridimensionali
- Favorire la partecipazione di tutti i membri di un team
- Visualizzare le dinamiche organizzative complesse
- Stimolare creatività, ascolto attivo e pensiero sistemico

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Tutte le attività sono pratiche ed esperienziali.
- I partecipanti si cimentano in esercizi reali:
- Costruzione individuale di identità e ruoli
- Co-creazione di modelli condivisi
- Rappresentazione di paesaggi organizzativi
- Simulazioni di scenari aziendali complessi

I PLUS:

Metodo innovativo, coinvolgente e ad alto impatto
Nessuna competenza tecnica richiesta
Adatto anche a gruppi eterogenei e interaziendali
Apprendimento attivo e memorabile
Facilitatore certificato LEGO® SERIOUS PLAY®



C6 - LA METODOLOGIA LEGO® SERIOUS PLAY®: COME VALUTARE IMPACT&EFFORT DELLE SCELTE AZIENDALI

PROGRAMMA

Programma per fasi metodologiche LSP

Skill building

- Sviluppare familiarità con i mattoncini e con il linguaggio metaforico del metodo

Costruzione individuale

- Rappresentare idee personali, valori, percezioni o identità

Storytelling individuale e ascolto attivo

- Condividere la propria costruzione con il gruppo in modo ordinato e senza interruzioni

Costruzione condivisa

- Unire più prospettive per generare un significato comune

Creazione di un paesaggio (Landscape Building)

- Rappresentare un sistema complesso fatto di attori, relazioni, ostacoli e dinamiche

Costruzione di scenari e simulazioni (emergenza e dinamiche)

- Rappresentare sviluppi futuri, variabili critiche e possibili evoluzioni

Riflessione finale e debriefing guidato

- Consolidare l'apprendimento individuale e collettivo



C23 - 8 PASSI PER UNA LEADERSHIP ANTIFRAGILE

Accogliere i propri e gli altrui limiti per metterli in sicurezza e lavorare con maggiore realismo e qualità

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
30 aprile 2026 28 ottobre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Entrando nella logica dell'antifragilità è possibile costruire una guida, sistematica e di ampio respiro, ai processi decisionali non-predittivi in condizioni di incertezza nei differenti campi.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e neo e project manager interessati ad acquisire i fondamenti del management

APPRENDERETE A...

- Capire gli errori di valutazione che facciamo ogni giorno per affrontare il futuro in maniera più consapevole non basandosi solo sulle esperienze passate
- Accettare in propri limiti e "spostarli" consapevolmente grazie ad un nuovo mindset.
- Migliorare dopo eventi negativi

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni pratiche sui principali contenuti del corso

I PLUS:

- Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici
- Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



C23 - 8 PASSI PER UNA LEADERSHIP ANTIFRAGILE

PROGRAMMA

IMPARARE DALL'ESPERIENZA

IL DONO DELLA FRAGILITÀ

- **Consapevolezza del limite**
Riconoscere i propri limiti procedendo per tentativi, errori e intuizioni vincenti
- **Riconoscimento della capacità innate**
Valorizzare le proprie capacità a prescindere dalle competenze acquisite
- **Intraprendenza responsabile**
Avere chiari i propri obiettivi di lungo periodo e perseguirli
- Definizione di antifragilità e differenze rispetto a resilienza e robustezza
- Principi fondamentali dell'antifragilità secondo Nassim Nicholas Taleb
- Applicazioni pratiche dell'antifragilità in ambito personale e professionale
- Strategie per sviluppare l'antifragilità a livello individuale e organizzativo
- Gestione del rischio e dell'incertezza attraverso l'antifragilità
- Come trasformare le sfide in opportunità di crescita e miglioramento

IL CORAGGIO CHE EDIFICA

- **Coraggio e volontà**
Essere coraggiosi e determinati
- **Distacco emotivo**
Far prevalere la razionalità sull'intelligenza emotiva in contesti complessi ed incerti
- **Oltre il ruolo**
Valorizzare nell'altro la persona e non solo la funzione/ruolo

UNITI SI GENERA

- **Alleanza-Cooperazione**
Attivare una collaborazione in nome di una visione comune
- **La parte al servizio del tutto**
Riconoscersi parte di un sistema complesso
- **Custodia del bene comune**
Essere generativi

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano



C24 - ROLE EMPOWERMENT: SVILUPPARE IL PROPRIO POTENZIALE

Comprendere il proprio potenziale per tradurlo in miglioramenti e risultati

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

12 - 13 marzo 2026 | 17 - 18 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti gli strumenti e le strategie necessarie per riconoscere il proprio potenziale personale e professionale e trasformarlo in performance efficaci e di successo.

A CHI È RIVOLTO

- Alle persone che desiderano capire come individuare il proprio percorso di crescita personale e professionale

APPRENDERETE A...

- Dare significato alla propria attività professionale, sviluppando consapevolezza della propria passione e dei propri talenti
- Ricoprire il ruolo con più efficacia, efficienza e motivazione
- Diventare agenti del cambiamento
- Comprendere il contesto e agire all'interno della propria sfera di influenza
- Essere proattivi e responsabili
- Trasformare le capacità in competenza, la competenza in abilità e l'abilità in esperienza

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Test di autodiagnosi
- Discussioni
- Analisi dei fattori motivazionali e di stress

I PLUS:

Il corso sarà interattivo e partecipativo, con una combinazione di presentazioni teoriche, esercitazioni pratiche, discussioni di gruppo e attività di auto-riflessione per favorire l'apprendimento e l'applicazione dei concetti nel contesto personale e professionale dei partecipanti



C24 - ROLE EMPOWERMENT: SVILUPPARE IL PROPRIO POTENZIALE

PROGRAMMA

RICONOSCERE IL PROPRIO POTENZIALE

Introduzione al Self Empowerment

- Definizione di self empowerment e il suo impatto sulla vita personale e professionale
- Identificazione degli obiettivi personali e delle sfide nel riconoscere il proprio potenziale
- Panoramica dei concetti chiave del corso

Autoconsapevolezza e Autovalutazione

- Esplorazione dei propri valori, passioni e interessi
- Reframing dei ruoli agiti in passato per conservare le buone pratiche già acquisite
- Reframing del mindset culturale acquisito nelle precedenti eventuali professioni
- Valutazione delle proprie competenze e punti di forza
- Sviluppo del pensiero critico
- Tecniche per sviluppare l'autoconsapevolezza e l'autostima

Gestione delle Limitazioni Mentali

- Identificazione e superamento delle credenze limitanti
- Tecniche per gestire la paura del fallimento e dell'insuccesso
- Sviluppo di una mentalità positiva e orientata al successo

TRASFORMARE IL POTENZIALE IN PERFORMANCE

Impostazione degli Obiettivi e Pianificazione

- Definizione di obiettivi SMART: specifici, misurabili, raggiungibili, rilevanti e temporaneamente definiti
- Sviluppo di strategie e piani d'azione per raggiungere gli obiettivi
- Monitoraggio e valutazione dei progressi nel raggiungimento degli obiettivi

Motivazione e Focalizzazione

- Tecniche per mantenere alta la motivazione e la focalizzazione sui propri obiettivi
- Gestione delle distrazioni e concentrazione sulle attività prioritarie
- Sviluppo di abitudini e routine che supportino la performance

Gestione delle Emozioni e Resilienza

- Tecniche di gestione dello stress e delle emozioni
- Sviluppo della resilienza per affrontare le sfide e superare gli ostacoli
- Importanza del self-care e del benessere personale nell'ottenere performance sostenibili

Conclusioni e Piani d'Azione Futuri

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare per tradurre il potenziale in performance



C25 - INTELLIGENZA EMOTIVA PER MIGLIORARE LE PERFORMANCE

Gestire le emozioni per avere comportamenti e relazioni efficaci

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 aprile 2026 | 19 giugno 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Questo corso mira a fornire ai partecipanti le competenze e le strategie necessarie per sviluppare l'intelligenza emotiva e migliorare le performance, al fine di favorire il benessere personale e professionale.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili di Area e Funzioni
- Team leader, Project Manager
- Persone che desiderano migliorare la propria intelligenza emotiva

APPRENDERETE A...

- Essere consapevoli delle proprie emozioni
- Gestire con misura ed equilibrio gli stimoli quotidiani
- Acquisire strumenti per gestirle
- Aumentare l'automotivazione per stare meglio con sé stessi e relazionarsi con gli altri in momenti di fretta e cambiamento

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Test di autodiagnosi
- Analisi dei casi dei singoli partecipanti
- Piano di sviluppo personale

I PLUS:

Il corso sarà strutturato in modo interattivo, combinando presentazioni teoriche, esercitazioni pratiche, sessioni di coaching individuale e discussioni di gruppo per favorire l'apprendimento attivo e l'applicazione dei concetti nell'ambiente lavorativo e personale



C25 - INTELLIGENZA EMOTIVA PER MIGLIORARE LE PERFORMANCE

PROGRAMMA

CONOSCERE CON LE EMOZIONI

Concetti di Base dell'Intelligenza Emotiva

- Definizione di intelligenza emotiva e i suoi componenti
- Importanza dell'intelligenza emotiva nel contesto personale e professionale
- Identificazione delle competenze chiave dell'intelligenza emotiva

Consapevolezza Emotiva e Autogestione

- Sviluppo della consapevolezza delle proprie emozioni
- Tecniche di autogestione dello stress e dell'ansia
- Strategie per mantenere la calma e la chiarezza mentale anche sotto pressione

Gestione delle Relazioni ed Empatia

- Sviluppo delle abilità di comunicazione empatica
- Costruzione e mantenimento di relazioni positive
- Tecniche per gestire i conflitti in modo costruttivo

Applicazione pratica dell'intelligenza emotiva per migliorare le performance

- Autoconsapevolezza: saper riconoscere le proprie emozioni e accettarle
- Gestione di sé: modalità di gestione delle emozioni tossiche per rendere più efficace il processo di presa di decisioni
- Motivazione: utilizzare le emozioni per risollevare la propria motivazione e individuare le leve per aiutare i collaboratori a gestire al meglio la loro
- Empatia: saper "risuonare" all'emozione dell'interlocutore e farsi riconoscere come un interlocutore affidabile
- Intelligenza sociale: utilizzare gli strumenti di comunicazione più coerenti con il messaggio e l'interlocutore per stabilire sintonia e innescare un processo di reciproca comprensione

Creazione di un Piano di Sviluppo Personale

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione degli obiettivi personali di sviluppo dell'intelligenza emotiva
- Sviluppo di un piano di azione personalizzato



C26 - MINDFULNESS E GESTIONE DELLO STRESS

Migliorare la consapevolezza personale e la capacità di gestire ansia ed emozioni anche nei momenti di alto impatto lavorativo

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

18 - 19 febbraio 2026 | 23 - 24 luglio 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

In un contesto aziendale sempre più frenetico e competitivo, la mindfulness emerge come una pratica efficace per migliorare concentrazione, chiarezza e benessere dei dipendenti e incrementare efficacia ed efficienza. Integrando la mindfulness nella cultura aziendale, si possono ridurre lo stress, migliorare la consapevolezza e favorire un ambiente di lavoro più armonioso.

Il corso è progettato per fornire ai partecipanti le competenze necessarie per integrare la mindfulness nella loro vita lavorativa, migliorando il benessere personale e l'efficacia professionale.

A CHI È RIVOLTO

- Manager e Team Leader
- Responsabili delle Risorse Umane
- Chiunque voglia integrare la mindfulness nella propria routine lavorativa e migliorare la qualità della propria vita lavorativa

APPRENDERETE A...

- Comprendere i principi e i benefici della mindfulness
- Apprendere tecniche di mindfulness specifiche per la gestione dello stress
- Ridurre lo stress e migliorare la gestione delle emozioni
- Aumentare la concentrazione e la produttività
- Favorire un ambiente di lavoro positivo e collaborativo
- Migliorare la consapevolezza emotiva e la capacità di gestire le emozioni

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercizi di respirazione e consapevolezza.
- Introduzione alla meditazione guidata

I PLUS:

- Il corso ha un approccio pratico e concreto, con una didattica interattiva



C26 - MINDFULNESS E GESTIONE DELLO STRESS

PROGRAMMA

Introduzione alla Mindfulness e Applicazioni Pratiche

Che Cos'è la Mindfulness

- Definizione e principi fondamentali
- Benefici della mindfulness sul benessere e sulla produttività

Pratiche di Base di Mindfulness

- Esercizi di respirazione e consapevolezza
- Introduzione alla meditazione guidata

Mindfulness e Gestione dello Stress

- Tecniche per ridurre lo stress e l'ansia
- Esercizi pratici per esercitare presenza e calma interiore

Applicazioni della Mindfulness sul Lavoro

- Come integrare la mindfulness nelle attività quotidiane
- Come potenziare il pensiero intuitivo
- Mindfulness durante le riunioni e nelle interazioni con i colleghi

Approfondimenti e Implementazione della Mindfulness in Azienda

Mindfulness e Consapevolezza Emotiva

- Identificare e gestire le emozioni attraverso la mindfulness
- Tecniche di regolazione emotiva e di gestione dell'incertezza
- Mindfulness e defusione emotiva: tu non sei i tuoi pensieri

Mindfulness e Comunicazione Efficace

- Ascolto attivo e consapevole
- Comunicazione empatica e non-verbale

Mindfulness per la Leadership

- Caratteristiche di un leader consapevole
- Pratiche di mindfulness per migliorare la leadership e la gestione del team

Creare una Cultura di Mindfulness in Azienda

- Strategie per implementare programmi di mindfulness aziendale
- Coinvolgimento dei dipendenti e formazione continua

Sessione Pratica e Piano d'Azione

- Esercitazione pratica
- Creazione di un piano d'azione personale per integrare la mindfulness nel proprio lavoro



C27 - IL POTERE DI UNA MENTE CONCENTRATA

Sviluppare le competenze e le pratiche fondamentali per avere una mente concentrata e consapevole

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

8 maggio 2026 | 6 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti una panoramica completa dei principi fondamentali dell'attenzione e della concentrazione in tempo di digitalizzazione e distrazione sistemica, fornendo loro le conoscenze e le competenze necessarie per gestire il tempo lavorativo con maggiore consapevolezza ed efficacia.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili, Project Manager, neo manager e collaboratori interessati ad acquisire i fondamenti del management

APPRENDERETE A...

- Comprendere i rischi connaturati agli iper-stimoli a cui si è sottoposti dopo la rivoluzione digitale, al fine di gestirne la portata con consapevolezza e responsabilità
- Attivare i meccanismi di autodifesa naturali come la concentrazione e l'attenzione
- Imparare tecniche di concentrazione e avere strumenti specifici per la gestione quotidiana dello stress
- Scoprire il potere di una mente pienamente concentrata e mindful

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni pratiche sui principali contenuti del corso

I PLUS:

Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici

Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



C27 - IL POTERE DI UNA MENTE CONCENTRATA

PROGRAMMA

DAL RIFLESSO ALLA RIFLESSIONE, DALL' IO PHONO ALL'IO SONO

Il dono dell'attenzione

- Gli effetti del digitale sulla persona
- Dal cogito al digito
- Dalla riflessione al riflesso
- Attenzione e concentrazione
- La curva dell'attenzione
- Le criticità dell'iperconnessione
- Essere consapevoli

La mappa psichica: siamo fatti così

- Le cinque spinte e le nostre emozioni/reazioni
- Il quadrante del tempo: la matrice di Eisenhower
- I pilastri dell'autodisciplina e l'atto di volontà
- Dal senso di colpa al senso di responsabilità
- Panoramica sulle emozioni e intelligenza emotiva
- Automatismi ed emozioni

Come mantenersi consapevoli al centro dei propri obiettivi

- Cenni di pratica di Mindfulness
- Dal digito al cogito
- Dal riflesso alla riflessione

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano
- Pratiche di detox digitale
- Pensieri lenti e pensieri veloci
- Lo stress autoinflitto
- Argomentare vs ribattere
- La tirannia delle notifiche
- Il metodo FOS
- Comunicare non è trasmettere dati
- Astrarre vs estrarre
- Contare vs raccontare



C28 - IL POTERE DELLE ABITUDINI

Sviluppare piena consapevolezza delle proprie e altrui abitudini, comprenderne i rischi e le opportunità nella gestione di persone

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

20 maggio 2026 | 15 dicembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso mira a fornire ai partecipanti una panoramica completa delle dinamiche fondamentali che attivano un'abitudine, fornendo loro le conoscenze e le competenze necessarie per riconoscerne e gestirne l'incidenza in un contesto organizzativo.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili e neo manager interessati ad acquisire i fondamenti del management

APPRENDERETE A...

- Riconoscere le abitudini più nocive e ad attivarne subito di nuove e più gratificanti, pertanto vincenti nel lavoro e nella vita
- Sostituire le abitudini rischiose con l'esercizio del pensiero critico
- Acquisire soluzioni innovative e competenze differenti di problem solving

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Applicazioni pratiche sui principali contenuti del corso

I PLUS:

- Il corso ha un approccio pratico e concreto, con didattica interattiva e spazio alla discussione di casi pratici
- Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



C28 - IL POTERE DELLE ABITUDINI

PROGRAMMA

IL CAMBIAMENTO EVOLUTIVO

Il cerchio delle abitudini

- Cos'è un'abitudine: tra tirannia e opportunità
- Quanto le abitudini condizionano le nostre azioni
- Come si formano
- Cos'è il ciclo della routine e il rewarding

Le abitudini nemiche dei nostri obiettivi

- Come e perché anche al lavoro spesso le cattive abitudini ci impediscono di raggiungere i nostri obiettivi
- È possibile cambiare un'abitudine nociva con una più adeguata ed efficace

Abitudini e pensiero critico: il metodo del cambiamento consapevole

- Il cambiamento orientato a un obiettivo specifico
- Abitudini e cultura aziendale
- Quando l'abitudine diventa bias inconsapevole
- Abitudine e decisione
- La responsabilità di cambiare
- Il dono della consapevolezza

Abitudini e produttività

- Relazione tra abitudini e produttività
- Ottimizzazione delle abitudini per massimizzare la performance

Abitudini Salutari

- Ruolo delle abitudini nella salute fisica e mentale
- Strategie per sviluppare abitudini salutari a lungo termine

Abitudini e Successo Personale

- Connessione tra abitudini e successo personale
- Abitudini comuni tra individui di successo
- Consolidamento e Pianificazione futura

Conclusioni e Applicazione Pratica

- Discussione finale sull'apprendimento e i progressi raggiunti durante il corso
- Identificazione di azioni specifiche da implementare nel contesto lavorativo quotidiano



C35 - ACCOUNTABILITY E RESPONSABILITÀ

Costruire fiducia: l'importanza dell'accountability nelle organizzazioni

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

11 maggio 2026 | 3 novembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso "Accountability e Responsabilità" si propone di esplorare in profondità i concetti di responsabilità individuale e collettiva all'interno di contesti professionali e sociali. Attraverso un approccio multidisciplinare, i partecipanti apprenderanno come sviluppare una mentalità orientata alla responsabilità, migliorare la trasparenza nelle decisioni e promuovere una cultura di accountability all'interno delle organizzazioni. Utilizzando casi studio, esercitazioni pratiche e discussioni interattive, il corso mira a fornire strumenti concreti per affrontare le complessità etiche e sociali del mondo contemporaneo.

A CHI È RIVOLTO

- HR
- Team Leader
- Responsabili di Funzione
- Tutti coloro che contribuiscono alla gestione, allo sviluppo e alla valorizzazione delle persone in azienda

APPRENDERETE A...

- Comprendere il significato e l'importanza dell'accountability e della responsabilità
- Analizzare i modelli di accountability nelle organizzazioni moderne
- Sviluppare competenze comunicative per promuovere la responsabilità
- Identificare le barriere alla responsabilità e come superarle
- Esplorare il ruolo della leadership nella creazione di una cultura di accountability
- Applicare principi etici nella presa di decisioni responsabili
- Valutare l'impatto della responsabilità sociale sulle organizzazioni
- Sviluppare strategie per il monitoraggio e la valutazione delle performance
- Promuovere la trasparenza e l'integrità nelle relazioni professionali
- Creare piani d'azione per implementare pratiche di accountability
- Comprendere l'importanza della rendicontazione e della comunicazione
- Sviluppare un approccio collaborativo alla responsabilità
- Analizzare casi studio di successo e insuccesso in materia di accountability
- Integrare la responsabilità nel processo decisionale strategico
- Promuovere un ambiente di lavoro accogliente e responsabile

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Sessioni pratiche e lavori di gruppo

I PLUS:

Il corso sarà altamente interattivo e i contenuti teorici troveranno immediata applicazione all'interno dell'esperienza di ogni partecipante



C35 - ACCOUNTABILITY E RESPONSABILITÀ

PROGRAMMA

Introduzione al tema: cosa significa essere responsabili oggi nel proprio contesto lavorativo

Obiettivo: introduzione all'accountability

Creare consapevolezza condivisa del concetto di accountability

- Definizioni e differenze tra responsabilità, trasparenza e controllo
- Evoluzione storica: dal controllo verticale alla responsabilità diffusa
- Perché oggi è cruciale promuovere una cultura della responsabilità nelle organizzazioni

Contributo alla competenza: promuovere una cultura di accountability

Modelli di responsabilità

Obiettivo: esplorare i diversi livelli e modelli di responsabilità

- Modelli individuali, collettivi e sistemici
- Il ciclo della responsabilità: promessa, azione, conseguenza, apprendimento
- Barriere cognitive e culturali alla responsabilità

Contributo alla competenza: affrontare e superare le barriere alla responsabilità

Leadership e accountability

Obiettivo: riconoscere il ruolo della leadership nella costruzione di contesti responsabili

- La responsabilità come atto di leadership
- Leadership esemplare: il potere dell'esempio e della coerenza
- Guidare con responsabilità collettiva e fiducia

Contributo alla competenza: leadership orientata alla responsabilità collettiva

Comunicazione efficace e trasparente

Obiettivo: sviluppare una comunicazione chiara, coerente e generativa di responsabilità

- Parlare in prima persona: linguaggio della responsabilità vs. linguaggio dell'alibi
- Tecniche di comunicazione assertiva e ascolto attivo
- La comunicazione come leva di fiducia

Contributo alla competenza: comunicare in modo chiaro e responsabile

Etica e decision making

Obiettivo: riconoscere il ruolo dell'etica nelle scelte quotidiane

- Dilemmi etici nel lavoro: scegliere quando le opzioni sono tutte "grigie"
- I principi etici come bussola nelle decisioni aziendali
- Casi di scelte responsabili e irresponsabili

Contributo alla competenza: applicare principi etici nelle decisioni quotidiane

Responsabilità sociale e pianificazione strategica

Obiettivo: integrare la responsabilità nella visione e nella strategia aziendale

- Accountability sociale: impatto interno ed esterno
- Come integrare obiettivi di responsabilità nei piani e nei ruoli
- Esempi di organizzazioni con strategie sostenibili e trasparenti

Contributo alla competenza: sviluppare strategie di rendicontazione e accountability

Casi studio

Obiettivo: analizzare esempi reali di pratiche virtuose e criticità

- Studio di due casi: uno positivo e uno fallimentare
- Lettura critica delle scelte, delle comunicazioni e delle reazioni organizzative
- Applicazione del modello delle 4 domande: chi è responsabile? Di cosa? Verso chi? Come lo so?

Contributo alla competenza: analizzare e valutare le pratiche di responsabilità

Monitoraggio e valutazione

Obiettivo: apprendere strumenti per misurare e rendicontare la responsabilità

- Indicatori qualitativi e quantitativi di accountability
- Il feedback come strumento di allineamento
- Rendicontazione interna: tra controllo e apprendimento

Contributo alla competenza: implementare le strategie di monitoraggio e rendicontazione

Pratiche di collaborazione e inclusione

Obiettivo: costruire team orientati alla responsabilità condivisa

- Dinamiche di gruppo e accountability reciproca
- Inclusività come leva di responsabilità diffusa
- Come costruire un patto di corresponsabilità nei team

Contributo alla competenza: costruire team inclusivi e responsabili

Chiusura e riflessioni finali

Obiettivo: consolidare l'apprendimento e stimolare l'impegno personale

- Debriefing: cosa porto via con me?
- "Domande scomode" da tenere attive nel tempo
- Piano personale di accountability: cosa cambierò da domani?



C36 - RECRUITING: TECNICHE E STRUMENTI DI RICERCA, VALUTAZIONE E SELEZIONE DEL PERSONALE

Attrarre, scegliere e valorizzare le persone giuste

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

23 - 24 aprile 2026 | 20 - 21 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La selezione oggi punta a creare un incontro autentico tra esigenze aziendali e aspirazioni individuali.

Il corso accompagna i partecipanti lungo tutte le fasi: dalla definizione del fabbisogno al primo colloquio, dall'analisi del potenziale all'inserimento.

Affronta temi chiave come soft skills, employer branding, strumenti digitali e selezione inclusiva unendo metodo, innovazione tecnologica e sensibilità relazionale per decisioni consapevoli e sostenibili.

A CHI È RIVOLTO

- Manager
- Responsabili di funzione
- Team leader
- Capi reparto
- Responsabili di sede
- HR generalist
- Assistenti HR
- Profili junior in area Risorse Umane
- Amministrativi coinvolti nella selezione

APPRENDERETE A...

- Interpretare il fabbisogno aziendale trasformandolo in un profilo di ruolo chiaro e condivisibile
- Comprendere l'evoluzione dei candidati e dei mercati del lavoro, con focus su Millennials e Gen Z
- Integrare logiche di attrazione e fidelizzazione nel processo di selezione
- Selezionare i canali più efficaci di ricerca (digitali e non) e redigere annunci coerenti e attrattivi
- Effettuare lo screening dei CV con criteri oggettivi, leggendo criticamente esperienze, scelte e narrazioni
- Condurre colloqui individuali e di gruppo con approcci strutturati, orientati al potenziale e al fitting valoriale
- Impostare una relazione colloquiale efficace, gestendo empatia, ascolto e assertività
- Formulare domande esplorative e comportamentali per indagare motivazioni, attitudini e valori
- Restituire feedback chiari e rispettosi, anche in caso di non selezione
- Riconoscere i limiti normativi della selezione (es. uso dei test, antidiscriminazione, GDPR)
- Valutare le opportunità e i rischi di strumenti digitali e intelligenza artificiale nella fase di recruiting
- Integrare un approccio rispettoso della diversity e dell'equità nei processi di selezione

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Costruzione del profilo
- Elaborazione di annunci
- Screening di CV
- Simulazione di colloqui
- Analisi di casi reali e valutazione condivisa

I PLUS:

Il corso alterna contenuti aggiornati e attività pratiche, per apprendere agendo

Le esercitazioni riproducono situazioni reali di selezione e decisione condivisa

I materiali forniti (griglie, schede, checklist) sono pronti all'uso e personalizzabili

Il corso unisce concretezza operativa, aggiornamento digitale e attenzione al fattore umano: un'esperienza formativa solida, coinvolgente e subito applicabile



C36 - RECRUITING: TECNICHE E STRUMENTI DI RICERCA, VALUTAZIONE E SELEZIONE DEL PERSONALE

PROGRAMMA

DAL BISOGNO ALL'INCONTRO

Fondamenti, strumenti e approcci per attrarre le persone giuste

- Fondamenti e pratica del processo di selezione
- Contesto e nuovi approcci alla selezione
- Evoluzione del recruiting: da mansione a relazione
- Allineamento tra strategia aziendale e profilo ricercato
- La selezione come narrazione dell'identità aziendale: cosa comunica e cosa attrae

Definizione del fabbisogno e del profilo

- Analisi del bisogno organizzativo e costruzione del profilo di ruolo
- Hard skills, soft skills, potenziale: cosa cercare davvero
- Ruolo delle funzioni aziendali nella definizione del profilo

Annuncio e canali di ricerca

- Scrivere annunci attrattivi e coerenti
- Employer branding e narrazione del valore
- Scelta dei canali: digitali, social, tradizionali

Screening CV e preselezione

- Tecniche di lettura critica del CV
- Lettera di presentazione e segnali deboli
- Griglie di valutazione e criteri oggettivi

VALUTAZIONE E DECISIONE

Soft skills, strumenti e consapevolezza per scegliere con criterio

- Soft skills, colloquio e strumenti a supporto
- Il colloquio come strumento di conoscenza
- Preparazione, struttura e fasi del colloquio
- Colloquio motivazionale, situazionale, comportamentale
- Ascolto attivo, osservazione, comunicazione assertiva

Soft skills e fitting culturale

- Analisi delle competenze trasversali
- Matching tra persona e cultura organizzativa
- Approcci per leggere potenziale e attitudini
- Dalle soft skills ai comportamenti osservabili: costruzione di una matrice di lettura condivisa

Etica, bias e sostenibilità

- Riconoscere bias inconsci nella selezione
- Valori personali e culturali nella selezione: riconoscere tensioni e automatismi
- Aspetti legali: privacy, inclusione, antidiscriminazione
- Decisioni responsabili e consapevoli

Strumenti digitali e valutazione finale

- Piattaforme e tool per il recruiting digitale
- Schede di valutazione e confronto condiviso
- La decisione condivisa: selezionare è creare relazione, non solo scegliere il più forte
- Gestione del feedback, confronto e sintesi delle valutazioni interne, e accompagnamento all'inserimento del candidato



C37 - PROGETTARE L'ONBOARDING COME LEVA DI ENGAGEMENT E APPARTENENZA ORGANIZZATIVA

Come costruire esperienze che coinvolgono e trattengono

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

31 marzo 2026 | 14 settembre 2026

Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Il corso è pensato per progettare percorsi di onboarding efficaci, in grado di generare engagement fin dal primo giorno e ridurre il rischio di turnover precoce. Secondo studi recenti, solo il 12% dei dipendenti considera eccellente l'onboarding ricevuto, e un'esperienza negativa nei primi 90 giorni può raddoppiare la probabilità di abbandono. Attraverso modelli collaudati e strumenti pratici, i partecipanti impareranno a costruire esperienze di accoglienza che favoriscono integrazione, produttività e fidelizzazione.

A CHI È RIVOLTO

- HR
- Team Leader
- Tutti coloro che contribuiscono allo sviluppo, all'inserimento e alla valorizzazione dei nuovi talenti in azienda

APPRENDERETE A...

- Comprendere le fasi chiave e i prerequisiti dell'onboarding
- Identificare le principali criticità e come evitarle
- Costruire strumenti operativi, come canvas per l'esperienza del nuovo assunto e piani d'azione personalizzati
- Applicare tecniche per usare l'onboarding come leva di retention e coinvolgimento
- Creare un piano d'azione concreto da implementare subito

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Materiale ricco di contenuti pratici: canvas, playbook, checklist, modelli 30 - 60 - 90 giorni e template di onboarding

I PLUS:

- Esperienziale e interattivo, mix di lezioni teoriche, video trigger, roleplay, lavoro di gruppo, strumenti operativi



C37 - PROGETTARE L'ONBOARDING COME LEVA DI ENGAGEMENT E APPARTENENZA ORGANIZZATIVA

PROGRAMMA

L'esperienza di onboarding: fondamenti e impatto organizzativo

- Definizione di onboarding e differenze rispetto a formazione iniziale e inserimento
- Il valore strategico dell'onboarding nei primi 90 giorni: motivazione, engagement, imprinting
- Impatto economico del turnover precoce e criticità più diffuse

L'esperienza di onboarding: fondamenti e contesto attuale

- Perché oggi l'onboarding è più strategico che mai: engagement, turnover, appartenenza
- Sfide attuali: neoassunti poco coinvolti, le discontinuità generazionali e l'onboarding a distanza
- Il rischio del "quiet quitting" e delle relazioni deboli nei primi 90 giorni

I 3 pilastri dell'onboarding efficace: cultura, ruolo, relazioni

- I bisogni fondamentali del nuovo assunto e la "mappa dell'esperienza" dal pre-boarding nei primi mesi
- Come trasmettere cultura aziendale, vision e valori in modo coerente e praticabile
- Introduzione chiara al ruolo e costruzione di relazioni interne significative
- Analisi di casi aziendali: esempi di onboarding ben riuscito e fallimenti ricorrenti

Strumenti operativi e best practice

- Checklist e template per strutturare un onboarding in tre fasi: prima dell'arrivo, primo giorno, prime settimane
- Modelli a supporto: piano 30-60-90 giorni, buddy system, welcome kit, feedback e follow-up
- Role-play e simulazioni: l'onboarding visto da HR, manager e neoassunto
- Creazione guidata di un mini-piano onboarding per un ruolo aziendale specifico

KPI e misurazione dell'efficacia

- Indicatori chiave per valutare l'onboarding: turnover a 90 giorni, tempo alla produttività, eNPS, tasso di completamento
- Come collegare onboarding e retention: evidenze quantitative
- Calcolo dell'impatto economico del turnover con simulazione in aula
- Raccolta dati, survey e feedback strutturati: strumenti per il miglioramento continuo

Piano d'azione e follow-up

- Costruzione di un action plan personale e di team: 3 azioni rapide da attivare in azienda
- Presentazione dei progetti in piccoli gruppi e raccolta feedback
- Sintesi dei principali takeaway e roadmap finale: i 5 step per rendere l'onboarding un driver di fidelizzazione

I CORSI DI FORMAZIONE PER AREA



SOSTENIBILITÀ



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

LA PAROLA AI PARTECIPANTI

"Corso ben organizzato e ottima preparazione del docente. Buon coinvolgimento dei partecipanti."

Matteo Gervasoni

Buyer ERNESTO MALVESTITI SPA

"Il programma è ambizioso, ma tocca tutti i punti d'interesse. La docente è super preparata ma nello stesso tempo molto chiara e coinvolgente."

Carla Destro

Strategic Sourcing & Head of Procurement Operations Italy FARMABIOS SPA

"Il corso è stato molto interessante, spiegato con semplicità e professionalità, soprattutto per le parti meno conosciute per differenza di prodotti."

Marco Aldrovandi

Buyer C.O.B.O. SPA

"Tematiche ESG affrontate in modo semplice ed interattivo, supportate da case studies."

Alessandra Buoso

Specialista Ufficio Gare/Referente Certificazioni per Qualità, Sicurezza e Ambiente CISCRA SPA

"Il corso è strutturato in modo completo: le tematiche proposte nell'offerta formativa sono state affrontate ampiamente lasciando anche spazio al dibattito tra i partecipanti."

Marialuisa Sgaramella

Specialista Ufficio Acquisti MAGGIOLI SPA

"SCL Italia collabora con VALEOin da diversi anni per migliorare tutte le performance aziendali."

Abbiamo apprezzato la professionalità degli specialisti di VALEOin, che non si ferma solo ai tasks richiesti, ma spazia anche in ambiti collaterali, come la sostenibilità. VALEOin tiene a questo valore tanto quanto SCL Italia e lo dimostra predisponendo in qualsiasi progetto momenti di lavoro dedicati a capire quanto ogni funzione e ogni processo possa essere utile al benessere ambientale ed umano. Coerente con la propria mission, VALEOin supporta i propri valori anche attraverso azioni che stimolano le aziende a sviluppare nuovi progetti e a premiare coloro che li realizzano grazie all'evento "The procurement awards", al quale SCL Italia ha partecipato sin dalla prima edizione. Apprezziamo in particolar modo la categoria "Acquisti etici e sostenibili" perché ci permette di mettere in gioco tutte le competenze aziendali e non solo quella del reparto acquisti, così da rafforzare lo spirito di collaborazione e migliorare i processi verso una sostenibilità ambientale, sociale ed economica ancora più concreta e competitiva."

Emilio Spinelli

Vice President of Operations SCL Italia

"Corso completo e interessante. Sono state molte le informazioni date. La referente si è dimostrata molto competente e chiara nella spiegazione. Esaurientemente ha trattato tutti gli argomenti, coinvolgendo quanto più possibile i partecipanti."

Luca Marcandalli

Responsabile Acquisti MODITECH S.R.L.



E1 - IMPOSTARE LE STRATEGIE DI SOSTENIBILITÀ AZIENDALE E I PROCESSI PRIORITARI ALL'INTERNO DELLE FUNZIONI AZIENDALI

Come posizionare l'azienda all'interno dei diversi scenari di sostenibilità e come attivare processi interni coerenti con i principi ESG

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

23 - 24 febbraio 2026 | 29 - 30 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

I temi della Sostenibilità e della Responsabilità Sociale d'Impresa sono asset strategici di crescita per le PMI, a patto che queste ultime si distinguano per un posizionamento aziendale originale, che colleghi la reputazione del brand alle modalità di lavoro interne all'organizzazione e ai rapporti con gli stakeholder esterni, frutto dei processi di creazione del valore. Queste tematiche, sempre più presenti e discusse, prevedono una serie di scelte che le imprese devono compiere sulla base di analisi di contesto, di rischi e normative che, all'indomani dell'entrata in vigore della Direttiva Europea sulla Rendicontazione non Finanziaria, vanno inserite in modo strategico in tutte le operations con un'attenzione particolare ai rapporti di filiera.

Il corso si prefigge dunque di esaminare gli scenari di sostenibilità aziendali più recenti, consolidare il posizionamento identitario dell'azienda nei tre ambiti ESG e comprendere come avviare un percorso strategico di inserimento di attività, programmi, strumenti, policy e rendicontazione finalizzato a dotare l'azienda di tutte le basi per sviluppare il proprio modello di business sostenibile e responsabile.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori/Responsabili Qualità/Compliance
- Direttori/Responsabili Marketing
- Direttori/Responsabili Comunicazione
- Direttori/Responsabili CSR/Sostenibilità

APPRENDERETE A...

- Comprendere le basi teoriche alla base dei diversi modelli di sostenibilità aziendale
- Comprendere come avviare processi di gestione interna dei temi di sostenibilità, predisponendo un apparato di governance che sia coerente con gli le iniziative di sostenibilità previste
- Progettare ed implementare una strategia di sostenibilità inter-operation
- Valutare e confrontare gli impatti ESG generati
- Comprendere le principali metriche di impatto
- Approfondire la normativa cogente in materia di Sostenibilità Ambientale
- Coinvolgere le funzioni interne e gli stakeholder interni
- Riconoscere i principali modelli di rendicontazione di Sostenibilità

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi critica di alcuni casi di buone e cattive pratiche
- Rendicontazione dei risultati
- Case study di aziende leader che hanno applicato con successo strategie di sostenibilità integrate nei diversi enti aziendali

I PLUS:

Utilizzo di case studies ed esempi pratici

A fine corso il partecipante definirà il proprio posizionamento aziendale in materia di sostenibilità aziendale e individuerà le proprie iniziative da attivare nelle tre aree di impatto ESG



E1 - IMPOSTARE LE STRATEGIE DI SOSTENIBILITÀ AZIENDALE E I PROCESSI PRIORITARI ALL'INTERNO DELLE FUNZIONI AZIENDALI

PROGRAMMA

Introduzione alla Sostenibilità Aziendale

- Definizione di Sostenibilità
- Importanza della Sostenibilità Aziendale
- ESG e CSR: modelli e sinergie

Quadro Normativo e Standard

- Normative Internazionali
- Standard di Sostenibilità: ISO 26000, GRI
- Leggi e Regolamenti Nazionali

Strategie di Sostenibilità Aziendale

- CSR (Corporate Social Responsibility)
- Sostenibilità Ambientale
- Sostenibilità Economica
- Sostenibilità Sociale

Sostenibilità ed Etica Aziendale

- Etica negli Affari
- Governance Aziendale
- Rischi ed Opportunità

Coinvolgimento degli Stakeholder

- Identificazione degli Stakeholder
- Dialogo e Coinvolgimento
- Comunicazione della Sostenibilità

Sviluppo Sostenibile e Innovazione

- Innovazione e Tecnologia Verde
- Economia Circolare
- Progettazione Sostenibile

Strumenti di Reporting e Comunicazione

- Reporting di Sostenibilità
- Certificazioni Ambientali
- Comunicazione Efficace

Casi Studio e Best Practices

- Analisi di Casi di Successo
- Discussione e Apprendimento da Esempi Reali



E2 - IMPLEMENTARE IL PROCESSO DI MIGLIORAMENTO CONTINUO DELLA SOSTENIBILITÀ AZIENDALE SEGUENDO LE EVOLUZIONI NORMATIVE

Come attivare il processo di miglioramento continuo richiesto dalle normative e dalle principali certificazioni di sostenibilità, evitando il rischio greenwashing e strutturando percorsi di raccolta dati ESG efficienti e flessibili

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

9 - 10 aprile 2026 | 26 - 27 novembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

I temi della Sostenibilità e della Responsabilità Sociale d'Impresa sono asset strategici di crescita per le PMI, ma una volta attivati all'interno delle organizzazioni, è complesso mantenere un monitoraggio continuo che permetta di migliorare anno dopo anno le performance, così come richiesto da normative e certificazioni. Egualmente, i percorsi di rendicontazione ESG, sempre più approfonditi e sistemici, richiedono un percorso di raccolta dati, siano essi digitalizzati o manuali, da efficientare e rendere al contempo flessibile ai cambiamenti anche strutturali che l'azienda vive negli anni, evitando di cadere nelle ambiguità tipiche del greenwashing. Il corso si prefigge dunque di esaminare i migliori modelli e pratiche di miglioramento continuo in ottica di sostenibilità aziendale, comprendendo come strutturare prassi e processi interni finalizzati alla raccolta dati ESG e sviluppare meccanismi di disseminazione e restituzione che siano credibili e verificabili.

A CHI È RIVOLTO

- Direttori/Responsabili Qualità/Compliance
- Direttori/Responsabili Marketing
- Direttori/Responsabili Comunicazione
- Direttori/Responsabili CSR/Sostenibilità

APPRENDERETE A...

- Comprendere modelli di miglioramento continuo applicati ai percorsi di Sostenibilità aziendale
- Progettare ed applicare processi di raccolta dati ESG che comprendano i diversi enti aziendali
- Ideare meccanismi di Monitoring&Evaluation interni delle performance
- Approfondire la normativa Europea sulla CSRD per quanto concerne gli impatti organizzativi interni sulle operations
- Coinvolgere gli stakeholder interni ed esterni in processi di restituzione delle performance ESG
- Riconoscere i principali rischi legati al greenwashing

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi critica di alcuni casi di buone e cattive pratiche
- Rendicontazione dei risultati
- Case studies di aziende leader che hanno applicato con successo strategie di raccolta dati ESG, comunicazione ESG e disseminazione delle performance

I PLUS:

Utilizzo di case studies ed esempi pratici

A fine corso il partecipante avrà compreso grandezze ESG qualitative e quantitative richieste dalla normativa sulla CSRD e avrà definito il proprio meccanismo di raccolta dati ESG a cui avrà affiancato una strategia di restituzione e disseminazione verso gli stakeholder primari e secondari, evitando il rischio di greenwashing



E2 - IMPLEMENTARE IL PROCESSO DI MIGLIORAMENTO CONTINUO DELLA SOSTENIBILITÀ AZIENDALE SEGUENDO LE EVOLUZIONI NORMATIVE

PROGRAMMA

Introduzione alla Sostenibilità Aziendale

- Definizione di Sostenibilità
- I modelli più recenti di Sostenibilità Aziendale

Quadro Normativo Europeo

- Direttiva CSRD
- Approfondimento sulla nuova proposta di direttiva EU sulla responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde
- Elementi di Comunicazione Sociale

Strategie di Sostenibilità Aziendale

- CSR (Corporate Social Responsibility)
- Sostenibilità Ambientale
- Sostenibilità Economica
- Sostenibilità Sociale

Meccanismi di rendicontazione

- Analisi della Governance interna ESG
- Definizione del processo di raccolta dati
- Monitoraggio dei processi e valutazione delle performance nel breve, medio e lungo periodo

Coinvolgimento degli Stakeholder

- Identificazione degli Stakeholder
- Dialogo e Coinvolgimento
- Accountability

Strumenti di Comunicazione

- Reporting di Sostenibilità
- Certificazioni Ambientali
- Il ruolo dei Social Media e le dinamiche di rete

Strategie di Restituzione

- Comunicare la Sostenibilità
- Greenwashing
- SocialWashing

Casi Studio e Best Practices

- Analisi di Casi di Successo
- Discussione e Apprendimento da Esempi Reali



A22 - ACQUISTI ETICI E SOSTENIBILI

Come progettare ed implementare un programma di sostenibilità della catena di fornitura

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

16 - 17 marzo 2026 | 28 - 29 settembre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

La norma ISO 20400 (standard internazionale per gli acquisti sostenibili) ha come obiettivo di definire le modalità per effettuare scelte di acquisto coerenti e sostenibili e di monitorare l'intera catena di approvvigionamento sotto l'aspetto ambientale ed etico.

Il corso si prefigge dunque di esaminare la normativa ISO 20400, sia per consolidare la comprensione delle linee guida, sia comprendere come realizzare l'integrazione della sostenibilità nella strategia politica d'acquisto per essere anche un fattore di successo aziendale e per definire le modalità operative per definire ed implementare un Progetto d'Acquisto Etico e Sostenibile.

A CHI È RIVOLTO

- Direzione Acquisti e Supply Chain
- Responsabili Corporate Social Responsibility / Sostenibilità

APPRENDERETE A...

- Comprendere le indicazioni della Norma ISO 20400
- Comprendere gli elementi base per avviare le iniziative di sostenibilità negli acquisti
- Progettare ed implementare una catena di fornitura sostenibile
- Comprendere i principali criteri per la valutazione delle performance di sostenibilità dei fornitori
- Fissare le metriche e i KPI di valutazione
- Coinvolgere le funzioni interne, clienti e i fornitori
- Illustrare best practice di progettazione sostenibile degli acquisti

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi critica di alcuni casi di buone e cattive pratiche
- Valutazione del profilo di sostenibilità dei fornitori
- Rendicontazione dei risultati
- Case study di aziende leader che hanno applicato con successo progetti etici e sostenibili negli Acquisti

I PLUS:

Utilizzo di case studies ed esempi pratici

A fine corso il partecipante definirà un piano d'azione per identificare le principali opportunità ed idee emerse da implementare nella propria azienda



A22 - ACQUISTI ETICI E SOSTENIBILI

PROGRAMMA

Premessa

- Cosa è la Corporate Social Responsibility: contesto, aspetti, criticità, opportunità, benefici, situazione in Italia e all'estero, case study e buone pratiche
- Link tra la ISO 26000 e la ISO 20400

Struttura e finalità della norma ISO 20400

I principi di approvvigionamento sostenibile

Integrare la sostenibilità nella politica e strategia di approvvigionamento dell'organizzazione

- Impegno per un approvvigionamento sostenibile
- Chiarire la responsabilità
- Allineamento dell'approvvigionamento con obiettivi e traguardi organizzativi
- Comprensione delle pratiche di approvvigionamento e delle catene di approvvigionamento
- Gestione dell'implementazione

Come organizzare la funzione di Acquisti verso la sostenibilità

- Governare il processo d'acquisto: Procedure e sistemi
- Identificazione e coinvolgimento degli stakeholder
- Definizione delle priorità di approvvigionamento sostenibile
- Misurazione e miglioramento

Progettare ed Integrare la sostenibilità nel processo di approvvigionamento

- I Criteri Ambientali Minimi e le certificazioni da essi richiamate
- La mappatura dei rischi nella catena di fornitura
- Integrazione dei requisiti di sostenibilità nelle specifiche
- L'introduzione di criteri di sostenibilità nei processi di pre-qualifica, qualifica e monitoraggio

Implementare i progetti di sostenibilità nella catena di fornitura

- Le strategie per coinvolgere ed impegnare i clienti interni
- Modalità di coinvolgimento dei fornitori
- Criteri di valutazione del profilo di responsabilità dei fornitori

Governare il processo di sostenibilità in azienda

- Quali risorse sono necessarie e quali sono accessorie per supportare il progetto
- Come governare, monitorare, rendicontare e comunicare

Esempi di buone pratiche e le strategie avanzate con benchmark a livello internazionale

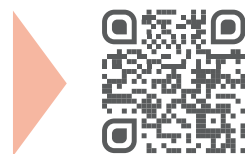
Chiusura del Corso di Formazione

Sintesi degli argomenti chiave e stesura del piano d'azione personale

I CORSI DI FORMAZIONE PER AREA



INTELLIGENZA ARTIFICIALE



SCANSIONA IL QR CODE
PER ACCEDERE ALL'AREA

L'Intelligenza Artificiale non è più solo una tecnologia emergente: è ormai una leva strategica che sta trasformando in profondità i processi, le competenze e le responsabilità in azienda. Dalla gestione delle risorse umane al marketing, dalla produzione alla logistica, l'IA supporta le persone nel prendere decisioni più rapide ed efficaci, automatizza attività ripetitive e libera tempo per compiti a maggior valore aggiunto.

L'introduzione dell'Intelligenza Artificiale nelle organizzazioni non può essere affrontata solo in termini di efficienza o potenzialità tecniche. Ogni tecnologia, in particolare l'IA, agisce non solo sulle attività, ma anche sulle persone, sulle relazioni, sui significati del lavoro stesso.

Per questo, l'adozione di strumenti IA richiede una cornice etica e cognitiva che preceda e accompagni l'applicazione pratica nei diversi ambiti aziendali (risorse umane, marketing, produzione, vendite, controllo di gestione, comunicazione interna...). La posta in gioco non è solo operativa, ma esistenziale: garantire che la persona resti al centro del processo decisionale, con piena consapevolezza, responsabilità e facoltà critica.

In quest'ottica, ogni corso proposto, anche il più tecnico, parte da una riflessione sul rapporto tra persona e strumento, evitando che l'IA venga percepita come una funzione da delegare acriticamente o come una scorciatoia automatica. L'etica, qui, non è accessoria: è il principio di progettazione per costruire percorsi che uniscano competenza, lucidità e umanità.

In questa sezione proponiamo percorsi formativi mirati a comprendere come integrare l'IA nelle diverse funzioni aziendali, con esempi concreti di applicazione e strumenti pratici da utilizzare subito nel proprio ruolo. L'obiettivo è sviluppare non solo le competenze tecniche, ma soprattutto una nuova mentalità capace di sfruttare al meglio le opportunità dell'innovazione.



IA1 - ETICA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

Riconoscere rischi, bias e responsabilità nell'uso consapevole dell'IA

2 GIORNI - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date

quote di partecipazione IVA esclusa

25 - 26 febbraio 2026 | 20 - 21 ottobre 2026

Singola: 985 € - Multipla: 885 €

Il corso "Etica e Intelligenza Artificiale" si propone di esplorare le implicazioni etiche dell'uso dell'IA nel contesto aziendale. Attraverso un approccio pratico e teorico, il corso mira a fornire ai partecipanti gli strumenti necessari per affrontare le sfide etiche emergenti nell'implementazione delle tecnologie IA. Saranno analizzati casi studio e best practice, con un focus sull'importanza di integrare principi etici nelle strategie aziendali.

A CHI È RIVOLTO

- Manager
- HR
- Innovation Manager
- PMO
- Professionisti coinvolti in progetti di IA o interessati a introdurre l'intelligenza artificiale in azienda

APPRENDERETE A...

- Analisi critica: capacità di analizzare e valutare le implicazioni etiche delle tecnologie IA nel contesto aziendale
- Sviluppo di politiche etiche: abilità nella creazione e implementazione di politiche aziendali che integrano principi etici nell'uso dell'IA
- Identificazione dei rischi: capacità di identificare e gestire i rischi etici associati all'implementazione dell'IA, inclusi bias, privacy e sicurezza
- Formazione e sensibilizzazione: competenze per progettare e condurre programmi di formazione etica per i dipendenti, promuovendo una cultura della responsabilità
- Valutazione e monitoraggio: abilità nell'utilizzo di strumenti e metodologie per la valutazione etica e il monitoraggio continuo delle pratiche aziendali relative all'IA
- Comunicazione efficace: capacità di comunicare chiaramente le questioni etiche legate all'IA a vari stakeholder, inclusi dirigenti, dipendenti e clienti
- Innovazione responsabile: competenze per promuovere pratiche di innovazione che rispettino i principi etici, contribuendo a un uso sostenibile e responsabile dell'IA
- Problem solving etico: abilità nel risolvere situazioni complesse che presentano dilemmi etici, utilizzando un approccio sistematico e informato

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi di casi reali ed errori emblematici nell'adozione dell'IA
- Simulazioni di dilemmi decisionali ed etici
- Matrice di valutazione del rischio etico e sociale dell'uso dell'IA in azienda

I PLUS:

Il corso fornisce un approccio interdisciplinare (tecnologico, normativo, sociale) e strumenti pratici per guidare scelte consapevoli:

- Comprensione profonda delle questioni etiche
- Riflessione critica
- Sviluppo di politiche responsabili
- Consapevolezza sociale

Si integra con progetti di trasformazione digitale, diversity, sostenibilità e cultura aziendale



IA1 - ETICA E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

PROGRAMMA

FONDAMENTI E RISCHI ETICI

Introduzione all'Intelligenza Artificiale

- Definizione e panoramica dell'IA- INCOSCENZA ARTIFICIALE vs COSCENZA NATURALE
- Tipi di IA e le loro applicazioni nel mondo aziendale

Principi etici fondamentali

- Etica de"iustizia, equità e responsabilità

Rischi etici dell'IA

- Bias e discriminazione algoritmica
- Privacy e sicurezza dei dati
- Trasparenza e spiegabilità

Casi studio di fallimenti etici

- Analisi di esempi reali di utilizzo problematico dell'IA
- Lezioni apprese e conseguenze

LINEE GUIDA E APPLICAZIONI PRATICHE

Sviluppo di politiche etiche aziendali

- Creazione di un codice etico per l'IA
- Coinvolgimento degli stakeholder

Strumenti per la valutazione etica

- Metodologie per la valutazione dei rischi etici
- Strumenti di audit etico per l'IA

Formazione e sensibilizzazione

- Importanza della formazione etica per i dipendenti
- Strategie di sensibilizzazione e comunicazione

Innovazione responsabile

- Promuovere l'innovazione etica nell'IA
- Esempi di best practice in aziende leader

Monitoraggio e revisione

- Creazione di un sistema di monitoraggio continuo
- Revisione e aggiornamento delle politiche etiche

Discussione e conclusioni

- Riflessione sui temi trattati
- Discussione aperta su sfide future e opportunità
- Ogni partecipante elaborerà una prima mappa dei rischi etici legati all'introduzione dell'IA nella propria realtà, con ipotesi di policy e strumenti di controllo



IA2 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) PER AUMENTARE PRODUTTIVITÀ ED EFFICACIA OPERATIVA

Prompt, strumenti e metodi per lavorare meglio, più velocemente e con maggiore impatto

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
3 marzo 2026 7 luglio 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso pratico e immersivo per trasformare l'IA generativa in un alleato quotidiano: dalla gestione delle attività alla scrittura operativa, dall'organizzazione delle informazioni alla creatività applicata. Con prompt efficaci, simulazioni reali e strumenti pronti all'uso.

A CHI È RIVOLTO

- Professionisti
- Manager
- Responsabili funzione
- Coordinatori
- Figure trasversali che desiderano aumentare la produttività personale e di team con strumenti IA

APPRENDERETE A...

- Integrare strumenti di IA nella gestione quotidiana del lavoro
- Automatizzare scrittura, ricerca, pianificazione e gestione del tempo
- Creare contenuti efficaci, chiari e rapidi con il supporto dell'IA
- Scrivere prompt intelligenti per aumentare chiarezza, velocità e impatto operativo

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Micro-esercizi con i principali strumenti di IA
- Simulazioni su casi concreti: email, to-do list, brief, presentazioni, follow-up
- Prompt preimpostati per la produttività personale e team-based

I PLUS:

- Approccio hands-on (applicazioni pratiche), con attività guidate e strumenti veri
- Schede pratiche, librerie di prompt e canvas di organizzazione personale



IA2 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) PER AUMENTARE PRODUTTIVITÀ ED EFFICACIA OPERATIVA

PROGRAMMA

Come "lavora" l'IA e cosa può fare per noi

- Cos'è l'intelligenza artificiale generativa (in concreto)
- Cosa sa fare bene (e cosa no): supporto vs sostituzione
- Comprendere: token, contesto, temperatura, modelli
- Prompt base per lavorare con chiarezza e precisione

Pianificare, gestire e automatizzare attività quotidiane

- Usare l'IA come task assistant: costruzione piani, scadenze, reminder
- Automatizzare scrittura di riunioni, sintesi, follow-up, to-do list
- Tool di IA da integrare nella giornata: Excel AI, Copilot, ChatGPT
- Esercitazione: ridurre il tempo di gestione operativa del 30%

Potenziare la comunicazione scritta e la generazione dei contenuti

- Prompt per email efficaci, messaggi interni, presentazioni, verbali
- Scrittura creativa e professionale con l'IA: slide, articoli, testi sintetici
- Tradurre, parafrasare, accorciare, strutturare contenuti
- Simulazione: trasformare una bozza in 3 output pronti per l'uso

IA per prendere decisioni e lavorare in modo più "intelligente"

- Costruire schemi decisionali e alternative con l'IA
- Analisi SWOT, matrice di priorità, pro e contro automatizzati
- Prompt per visualizzare opzioni, sintesi e KPI operativi
- Strumenti per il pensiero critico e il problem solving guidato

Piano d'azione individuale

Ogni partecipante costruisce un AI Productivity Canvas con:

- Libreria personale di prompt utili
- Sequenza operativa per integrare IA nelle proprie giornate
- Obiettivi di miglioramento concreto (velocità, impatto, chiarezza)



IA3 - STRATEGIE E MODALITÀ PER SCRIVERE PROMPT EFFICACI O DIALOGARE CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA)

Tecniche e strumenti per interagire con l'intelligenza artificiale generativa in modo produttivo

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
6 maggio 2026	18 novembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso pratico per imparare a scrivere prompt chiari, funzionali e strategici per ottenere risposte utili, mirate e di qualità dagli strumenti di IA generativa come ChatGPT, Gemini, Copilot.

A CHI È RIVOLTO

- Professionisti
- Manager
- Formatori
- Specialisti di funzione
- Team trasversali che vogliono usare l'IA generativa come assistente operativo quotidiano

APPRENDERETE A...

- Comprendere le logiche conversazionali dell'IA generativa
- Formulare prompt precisi, efficaci e ripetibili
- Adattare le richieste ai diversi contesti (testi, analisi, decisioni, creatività)

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Prompt testati e commentati per obiettivi differenti
- Applicazioni nei contesti aziendali reali: HR, vendite, operations, marketing
- Tecniche di miglioramento progressivo del prompt: dal generico al raffinato

I PLUS:

Il corso è pratico e interattivo: ogni partecipante lavora direttamente con il proprio strumento IA (ChatGPT o simili), applicando i metodi proposti a casi aziendali reali
È incluso un metodo guidato di scrittura prompt applicabile a qualsiasi ambito professionale



IA3 - STRATEGIE E MODALITÀ PER SCRIVERE PROMPT EFFICACI O DIALOGARE CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA)

PROGRAMMA

Comprendere come dialoga l'IA generativa

- Come "pensa" l'IA: predizione, contesto, temperatura, token
- Tipologie di IA generativa e loro logiche di risposta
- Errori comuni nell'uso dell'IA conversazionale

Struttura di un prompt efficace

- Elementi fondamentali di un buon prompt: ruolo, obiettivo, contesto, tono, vincoli
- Prompt a singolo step vs prompt a più fasi
- Costruzione assistita di prompt standard (informativi, decisionali, creativi)

Strategie avanzate di prompting

- Prompt dinamici e adattivi: come far evolvere le richieste
- Prompt per analisi, comparazione, estrazione dati
- Prompt per generazione testi, idee, piani d'azione

Esercitazioni su prompt in ambito aziendale

- Riscrivere un annuncio, una mail, un verbale
- Analizzare un documento o costruire una checklist con l'IA
- Esercizio pratico: prompt personalizzati per casi reali dei partecipanti

Metodo strutturato per scrivere prompt ripetibili

- Come costruire prompt solidi e trasferibili
- Varianti, test e ottimizzazione dei risultati generati
- Checklist operativa per costruire prompt robusti

Integrazione dell'IA nel lavoro quotidiano

- Come rendere l'IA parte dei flussi di lavoro
- Prompt library: creare il proprio archivio personale per task ricorrenti
- Strategie di aggiornamento continuo e miglioramento del prompting

Piano d'azione individuale

- Ogni partecipante costruisce un set di prompt personalizzati per le proprie attività, con l'obiettivo di iniziare subito a usare l'IA con efficacia e autonomia



IA4 - ANALIZZARE DATI CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA)

Interpretare, visualizzare e sfruttare i dati aziendali con il supporto dell'IA generativa e predittiva

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
24 giugno 2026	14 dicembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso per apprendere come utilizzare gli strumenti di intelligenza artificiale per raccogliere, analizzare, sintetizzare e visualizzare i dati in modo efficace e accessibile anche ai non specialisti.

A CHI È RIVOLTO

- Controller
- Analyst
- Project Manager
- Responsabili Funzione
- Professionisti che devono interpretare dati per prendere decisioni operative o strategiche

APPRENDERETE A...

- Utilizzare strumenti AI per semplificare l'analisi di grandi dataset
- Ottenere insight, confronti, sintesi e visualizzazioni partendo da dati grezzi
- Costruire cruscotti, tabelle e report predittivi in modo automatico

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Analisi su fogli Excel con supporto IA (ChatGPT, Copilot, Notion AI)
- Visualizzazione di trend, KPI e anomalie
- Creazione di report interattivi ed executive summary automatici

I PLUS:

Il corso rende l'analisi dati accessibile anche a chi non è tecnico, utilizzando strumenti quotidiani potenziati con l'intelligenza artificiale



IA4 - ANALIZZARE DATI CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA)

PROGRAMMA

Il ruolo dell'IA nell'analisi dati aziendale

- Come cambia il lavoro analitico grazie all'IA generativa e predittiva
- Quando usare l'IA: volume, velocità, variabilità dei dati
- Dati strutturati e non strutturati: opportunità di lettura intelligente

Strumenti IA per analizzare e comprendere i dati

- Panoramica su strumenti di uso quotidiano (Excel+ChatGPT)
- Estrazione insight, trend, confronti con prompt mirati
- Lettura automatica e spiegazione dei dati complessi

Esercitazione guidata di analisi dati con IA

- Raccolta, pulizia, analisi e sintesi dati con supporto IA
- Prompt per evidenziare anomalie, indicatori e confronti temporali
- Costruzione di tabelle dinamiche e visualizzazioni automatiche

Reportistica e comunicazione dei dati con IA

- Scrittura automatizzata di commenti, note, analisi e sintesi
- Generazione di dashboard e report visivi per la condivisione interna
- Uso di KPI predittivi per prendere decisioni rapide

Costruzione del processo data-driven con supporto IA

- Come strutturare un flusso di lavoro semplice e replicabile
- Libreria di prompt per analisi ricorrenti
- Criteri per scegliere strumenti adatti al proprio contesto

Piano d'azione individuale

- Ogni partecipante costruirà un mini-progetto analitico su dati reali o simulati, utilizzando strumenti IA per migliorare velocità, qualità e comunicazione dei risultati



IA5 - CREARE CONTENUTI E MIGLIORARE L'IMPATTO DELLA COMUNICAZIONE SCRITTA CON STRUMENTI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA)

Dall'idea al testo: come l'IA generativa può supportare comunicazione e scrittura

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
17 aprile 2026	30 settembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso pratico per imparare a usare strumenti di intelligenza artificiale generativa per ideare, scrivere e riformulare testi efficaci in ambito aziendale, comunicativo e professionale.

A CHI È RIVOLTO

- Professionisti di comunicazione
- Marketing, HR
- Formazione
- Vendite
- Tutti coloro che scrivono testi per informare, promuovere, motivare o facilitare il lavoro

APPRENDERETE A...

- Utilizzare l'IA per generare e rifinire i testi in base agli obiettivi e ai destinatari
- Migliorare chiarezza, tono, coerenza e impatto della comunicazione scritta
- Velocizzare la produzione di contenuti professionali in diversi formati

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Prompt e modelli per email, newsletter, post, articoli, testi formativi
- Riformulazione e miglioramento dei testi scritti dai partecipanti durante il corso
- Confronti tra versioni: umana, IA grezza, IA migliorata con prompting evoluto

I PLUS:

Il corso ha un'impostazione laboratoriale: ogni partecipante lavora su testi reali o su casi aziendali. Si sperimenta come l'IA può essere partner editoriale e non semplice generatore automatico.



IA5 - CREARE CONTENUTI E MIGLIORARE L'IMPATTO DELLA COMUNICAZIONE SCRITTA CON STRUMENTI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA)

PROGRAMMA

Il ruolo dell'IA nella comunicazione scritta

- L'IA come supporto alla creatività, chiarezza e velocità
- Differenze tra scrivere "per" e scrivere "con" l'intelligenza artificiale
- Quando è utile e quando non è utile usare l'IA per i testi

Generazione e miglioramento dei contenuti

- Strumenti IA per produrre testi chiari, coerenti e coinvolgenti
- Tecniche per impostare prompt in base al destinatario, al canale e all'obiettivo
- Come generare varianti, titoli alternativi, sintesi e call to action

Ottimizzare la comunicazione scritta

- Riscrivere testi per tono, lunghezza, struttura, leggibilità
- Prompt per rispondere a obiezioni, chiarire concetti, semplificare tecnicismi
- Strumenti di controllo: grammatica, stile, tono

Esercitazioni su testi reali

- Email professionali, presentazioni, post social, materiali formativi
- Prompt per contenuti brevi (claim, headline, inviti) e lunghi (articoli, brochure)
- Revisioni guidate con confronto tra versioni IA/umano

Prompt library e strategie di riutilizzo

- Creare una libreria personale di prompt per la scrittura professionale
- Adattare i prompt a diversi canali: email, LinkedIn, intranet, slide
- Automatizzare contenuti ricorrenti senza perdere qualità

Verso una scrittura aumentata e consapevole

- Come usare l'IA per aumentare la qualità, non sostituire l'autorevolezza
- Strategie per non perdere il "tocco umano" nei testi professionali
- Etica, trasparenza e autenticità nella comunicazione AI-assisted

Piano d'azione individuale

- Ogni partecipante progetterà e produrrà con l'IA una serie di contenuti testuali rilevanti per il proprio ruolo, con obiettivo di riutilizzo immediato nel proprio contesto aziendale.



A28 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ D'ACQUISTO

Utilizzare l'IA generativa per migliorare le attività delle principali fasi del processo d'acquisto

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
30 giugno 2026 10 novembre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso pratico per comprendere come l'IA può supportare la gestione strategica dei fornitori, la valutazione dei rischi e l'ottimizzazione delle trattative.

A CHI È RIVOLTO

- Responsabili Acquisti, Buyer, Category Manager

APPRENDERETE A...

- Comprendere le applicazioni dell'IA nel procurement
- Sperimentare l'impiego dell'IA nei processi di acquisto
- Risparmiare tempo mantenendo l'efficacia operativa
- Esercitazioni, progetti esempi
- Esempi pratici e prompt per ChatGPT
- Numerose simulazioni ed esercitazioni specifiche per il Procurement

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercizi di applicazione degli strumenti di Excel
- Esercizi di analisi delle performance di acquisti
- Esercizi per creare KPI e reporting degli acquisti

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente pratico e concreto: ogni partecipante può usare il proprio strumento di IA generativa, rendendo l'esperienza formativa immersiva e personalizzata
Gli strumenti presentati sono di applicabilità immediata



A28 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ D'ACQUISTO

PROGRAMMA

Identificare i diversi strumenti di IA per gli acquisti

- Introduzione all'IA generativa per il Procurement: contesto, opportunità e sfide
- Mappatura degli strumenti IA utilizzabili negli acquisti: GPT, Gemini, ...
- Individuare i vantaggi dell'uso dell'IA nei processi d'acquisto

Scrivere prompt efficaci e interrogazioni utili per gli acquisti

- Individuare gli elementi chiave per redigere prompt precisi ed efficaci
- Creare richieste efficaci per semplificare le attività quotidiane e ottenere risultati efficaci e operativi

Utilizzare l'IA per sourcing, negoziazione, gestione fornitori

- Associare l'IA alle diverse fasi del processo d'acquisto
- Automatizzare attività ricorrenti e flussi operativi
- Simulazione pratica utilizzando IA dei partecipanti o ChatGPT

Casi d'uso pratici per i buyer

- Ricerca nuovi fornitori
- Analisi e classificazione fornitori: modelli e sistemi di scoring
- Sviluppare una strategia di negoziazione supportata dai dati generati dall'IA
- Automatizzare la redazione di richieste di acquisto o di contratti
- Utilizzare l'IA per analizzare un portafoglio fornitori e identificare opportunità di saving

Integrare e sistematizzare l'uso dell'IA nella funzione Acquisti

- Definire i bisogni reali e gli obiettivi
- Selezionare strumenti adatti e integrabili
- Discussione: rischi, bias, etica e data governance nell'uso dell'IA in ambito acquisti

Creazione del piano d'azione individuale: come portare l'IA nella propria organizzazione



V15 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI

Dalla lead generation alla personalizzazione dell'offerta

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date		quote di partecipazione IVA esclusa
10 marzo 2026	10 luglio 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso pratico per scoprire come l'IA può generare contatti qualificati, creare contenuti personalizzati e supportare le trattative commerciali.

A CHI È RIVOLTO

- Sales Manager
- Account
- Inside Sales

APPRENDERETE A...

- Utilizzare strumenti di IA per le fasi di prospecting e nurturing
- Personalizzare i contenuti e le offerte commerciali con l'IA
- Integrare l'intelligenza artificiale nei CRM per potenziare la pipeline

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Esercitazioni pratiche con ChatGPT e strumenti IA per la vendita
- Template e prompt per messaggi personalizzati
- Applicazione di tecniche predittive per aumentare la conversione

I PLUS:

Il corso ha un approccio estremamente operativo: ogni partecipante potrà lavorare direttamente su use case reali, utilizzando strumenti IA personalizzati
Strumenti e prompt forniti sono immediatamente utilizzabili nel proprio contesto di vendita



V15 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI

PROGRAMMA

Intelligenza artificiale e funzione commerciale

- Introduzione all'IA nella vendita: contesto, opportunità e rischi
- Panoramica dei principali strumenti AI generativi e predittivi per la funzione sales
- Evoluzione del funnel commerciale e ruolo dell'IA

Lead generation e qualificazione con l'IA

- Come identificare e qualificare lead con strumenti di IA
- Utilizzo di dati comportamentali e analytics per il prospecting
- Segmentazione automatizzata della customer base

Creazione di contenuti personalizzati e tecniche di copywriting AI-driven

- Sviluppare messaggi commerciali efficaci con ChatGPT
- Prompt per email, script telefonici, post LinkedIn e storytelling commerciale
- Applicare l'A/B testing a contenuti generati dall'intelligenza artificiale

Automazione e CRM intelligente

- Integrazione dell'IA nei principali CRM per la gestione della pipeline
- Creazione di flussi di nurturing automatizzati e personalizzati
- Impostazione di dashboard predittive e alert per il follow-up

Simulazione e laboratorio pratico

- Costruzione guidata di una mini-campagna commerciale AI-driven
- Utilizzo di prompt avanzati per gestire obiezioni e stimolare interesse
- Generazione di contenuti per le diverse fasi del funnel di vendita

Piano d'azione individuale

- Definizione delle priorità commerciali da ottimizzare con l'IA
- Scelta e test degli strumenti più adatti
- Come portare operativamente l'IA nella propria routine commerciale



O17 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ DI PROJECT MANAGEMENT

Ottimizzare la gestione dei progetti con strumenti IA

1 GIORNO - MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE: PRESENZIALE A MILANO E/O VIRTUAL CLASSROOM

date	quote di partecipazione IVA esclusa
1 aprile 2026 6 ottobre 2026	Singola: 525 € - Multipla: 475 €

Un corso per apprendere come integrare l'IA nella gestione dei progetti, automatizzando attività, migliorando la pianificazione e visualizzando in tempo reale i dati rilevanti.

A CHI È RIVOLTO

- Project Manager
- Responsabili di progetto
- PMO
- Coordinatori di team interfunzionali

APPRENDERETE A...

- Migliorare la pianificazione e il monitoraggio dei progetti con strumenti IA
- Automatizzare i compiti ripetitivi e creare output strutturati da prompt efficaci
- Automatizzare documenti, analisi, scadenze e decisioni lungo il ciclo di progetto
- Visualizzare dati e KPI attraverso dashboard dinamiche

ESERCITAZIONI, PROGETTI E CASE STUDIES

- Creazione guidata di piani progetto da brief testuale
- Automazione di Gantt, to-do list e sintesi operative
- Simulazioni su rischi, criticità e cruscotti visuali

I PLUS:

Il corso integra l'uso concreto di strumenti IA (es. ChatGPT) per scrivere prompt efficaci nella gestione dei progetti
Il corso ha un approccio hands-on: ogni partecipante lavora direttamente con gli strumenti di intelligenza artificiale per produrre testi, analizzare dati o costruire piani di progetto



O17 - L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (IA) A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ DI PROJECT MANAGEMENT

PROGRAMMA

Panoramica sull'IA applicata al Project Management

- Differenze tra IA classica e generativa nel contesto PM
- Strumenti AI per la gestione dei progetti: panoramica e confronto
- Benefici attesi e ambiti di applicazione nel ciclo di progetto

Pianificazione dinamica e scheduling predittivo

- Costruire piani di progetto flessibili e intelligenti
- Automatizzare Gantt e aggiornamenti di milestone
- Esercitazione pratica con strumenti IA per scheduling e allocazione risorse

Prompting efficace per la gestione dei progetti

- Strutturare richieste per IA generativa in ambito PM
- Creazione di to-do list, verbali, sintesi e comunicazioni automatiche

Esercitazioni e casi d'uso reali

- Generare piani progetto a partire da un brief testuale
- Identificare rischi e criticità con supporto predittivo
- Creare cruscotti visivi e automatizzare il reporting

Guidare l'adozione dell'IA nei team di progetto

- Definire bisogni, processi e strumenti compatibili
- Analizzare rischi, bias, e implicazioni etiche nell'uso dell'IA
- Creare un piano di introduzione graduale negli strumenti PM già in uso

MODALITÀ DI ISCRIZIONE AI CORSI

È possibile effettuare l'iscrizione ad un corso o ad un evento **VALEOin** sia dal nostro sito web www.valeoin.com, compilando il modulo **online**, sia **via fax**, inviandoci il modulo che segue al numero **02.37.92.10.48** o all'indirizzo e-mail info@valeoin.com.

Il pagamento deve avvenire contestualmente al ricevimento della fattura. 10 giorni prima della data di erogazione del corso riceverete un'email di conferma con le indicazioni di carattere logistico (sede del corso e orari). Per annullare l'iscrizione è necessario comunicarci la cancellazione in forma scritta (fax o e-mail). In caso di rinuncia scritta pervenuta tra il 7° e il 4° giorno prima della data di effettuazione, vi sarà addebitato il 25% della quota di partecipazione. È possibile sostituire un partecipante in qualunque momento, previa comunicazione del nuovo nominativo via e-mail o via fax.

SEDE ED ORARI

I corsi hanno inizio alle ore 9.00 e terminano alle ore 17.30 ca. e si svolgono presso la sede **VALEOin** in Via Vincenzo Monti 16, 20123 Milano od in hotel e strutture convenzionate in centro a Milano.

Le quote di partecipazione comprendono il materiale didattico, l'attestato di partecipazione, i coffee break e la colazione di lavoro.

DOVE SIAMO

Via Vincenzo Monti 16, 20123 Milano
Fermata MM: Cadorna F.N.

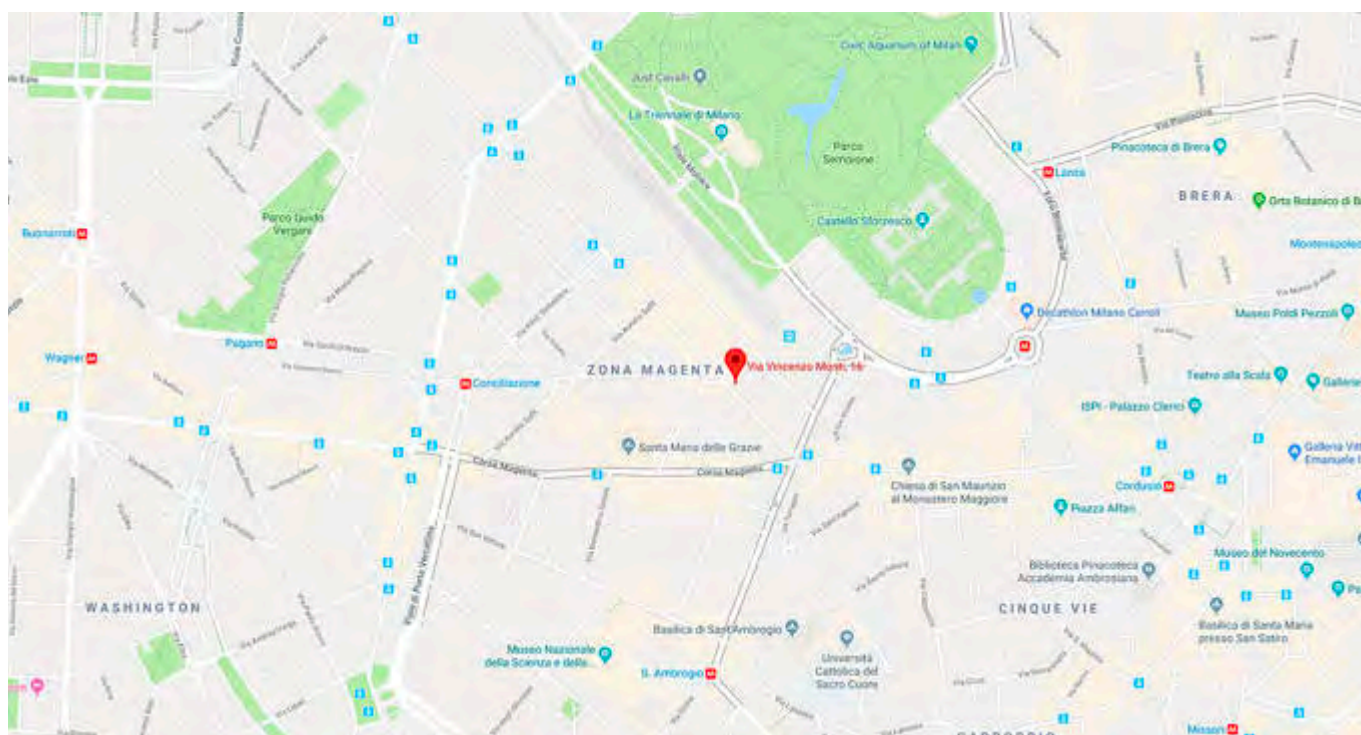
Tel: 02 - 211.181.34
Fax: 02 - 379.210.48

www.valeoin.com
info@valeoin.com

COME ARRIVARE

Apri il link di seguito per aprire la pagina del nostro sito web:

<https://valeoin.com/valeoin/contatti/>



MODALITÀ D'ISCRIZIONE VALEOin

È possibile effettuare l'iscrizione ad un corso o ad un evento **VALEOin** sia dal nostro sito web www.valeoin.com, compilando il modulo **online**, sia **via fax**, inviandoci il modulo che segue al numero **02.37.92.10.48** o all'indirizzo e-mail info@valeoin.com. Il pagamento deve avvenire contestualmente al ricevimento della fattura. 10 giorni prima della data di erogazione del corso riceverete una mail di conferma con le indicazioni di carattere logistico (sede del corso e orari). Per annullare l'iscrizione è necessario comunicarci la cancellazione in forma scritta (fax o e-mail). In caso di rinuncia scritta pervenuta tra il 7° e il 4° giorno prima della data di effettuazione, vi sarà addebitato il 25% della quota di partecipazione. È possibile sostituire un partecipante in qualunque momento, previa comunicazione del nuovo nominativo via e-mail o via fax.

TAGLIANDO D'ISCRIZIONE

SOCIETÀ ALLA QUALE **INTESTARE** LA FATTURA:

Scansiona il QRCode per accedere alla registrazione online
<https://www.valeoin.com/registrazione-multipla-corsi/>



Ragione sociale: _____
Via _____
CAP _____ Città _____ Provincia _____
Settore di attività _____
P. IVA _____ C.F. _____

DATI PER LA FATTURAZIONE ELETTRONICA

Codice Destinatario: _____ Indirizzo PEC _____

☐ Desidero ricevere la fattura via mail all'indirizzo: _____

NOVITÀ: possibilità di Follow Up in azienda post corso a condizioni riservate

☐ Desidero ricevere maggiori informazioni

DESIDERO ISCRIVERE LE SEGUENTI PERSONE AL CORSO:

Titolo del Corso		Sigla Corso	Data Corso	Modalità di partecipazione
			GG/MM/AAAA	
Nome _____	Cognome _____	☐		PRESENZIALE ☐
e-mail _____	Ruolo _____	☐		VIRTUALE ☐

Titolo del Corso		Sigla Corso	Data Corso	Modalità di partecipazione
			GG/MM/AAAA	
Nome _____	Cognome _____	☐		PRESENZIALE ☐
e-mail _____	Ruolo _____	☐		VIRTUALE ☐

Titolo del Corso		Sigla Corso	Data Corso	Modalità di partecipazione
			GG/MM/AAAA	
Nome _____	Cognome _____	☐		PRESENZIALE ☐
e-mail _____	Ruolo _____	☐		VIRTUALE ☐

Titolo del Corso		Sigla Corso	Data Corso	Modalità di partecipazione
			GG/MM/AAAA	
Nome _____	Cognome _____	☐		PRESENZIALE ☐
e-mail _____	Ruolo _____	☐		VIRTUALE ☐

NOME, COGNOME E RUOLO DELLA PERSONA CHE EFFETTUA L'ISCRIZIONE:

Nome _____ Cognome _____ Ruolo _____
Tel. _____ Data _____ Firma _____

COORDINATE BANCARIE PER EFFETTUARE IL PAGAMENTO:

VALEOin SRL - BANCA: BANCO BPM - IBAN IT71-T-05034-01636-000000029968 - Codice SWIFT - Bic: BAPPIT21AIO
VALEOin, in ottemperanza a quanto disposto dal D.Lgs.196/2003 e dal GDPR679/2016, garantisce la massima riservatezza nel trattamento dei dati forniti, che saranno utilizzati esclusivamente per comunicazione sui nostri servizi offerti e per le nostre elaborazioni amministrative. Siamo a disposizione per correggere o cancellare il vostro nominativo:
Tel.0221.11.81.34 - Fax 0237.92.10.48 - E-mail info@valeoin.com
Ti invitiamo a prendere visione della Ns. Privacy Policy sul sito www.valeoin.com



VALEO

SKILLS & PERFORMANCE

*“ Per trasmettere contenuti è sufficiente un computer,
per capire come si lavora, quali sono i valori,
quali i comportamenti che creano miglioramenti
e risultati nell'azienda ci vuole un buon docente
ed uno scambio di esperienze tra le persone.”*



