



TRAINING

ASSOLAVORO ACADEMY

OFFERTA
FORMATIVA
2023

INDICE**LA NOSTRA ACADEMY****02****AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI****03****FUNZIONI COMMERCIALI E AREA VENDITE****17****MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE****25****OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI
ENTI DI FORMAZIONE****39****MANAGER E ALTI PROFILI AZIENDALI****50****CURIOSITÀ E INTERESSE****56**

LA NOSTRA ACADEMY

L'**Academy di Assolavoro** nasce con lo scopo di incrementare il patrimonio di conoscenze ed esperienze del personale diretto delle Agenzie Associate. Inoltre, l'Academy valorizza la professionalità degli operatori del settore e offre visibilità ai risultati formativi raggiunti con il rilascio dei digital badge. Uno dei compiti principali dell'Academy è la promozione di eventi culturali su tematiche legate al mondo del lavoro e alla sua evoluzione, anche di taglio politico e socioeconomico: lo scopo è posizionare **Assolavoro** come centro di elaborazione culturale. La formazione non è fine a sé stessa ma punta a creare una cultura della contaminazione alta tra ambiti professionali diversi (pubblico/privato, governo nazionale/centrale, politico/culturali).

LA NOSTRA OFFERTA

Il **catalogo 2023** dell'Academy di Assolavoro comprende **più di 50 corsi** che spaziano su differenti aree tematiche: dalle *soft skills* al supporto alla funzione commerciale; dal rafforzamento delle competenze necessarie a tutto il *middle management* aziendale alle tecniche utili agli operatori delle politiche attive e degli enti di formazione; dagli strumenti per la miglior gestione delle risorse umane al sostegno – anche da remoto - alle funzioni di rapporto con gli utenti; dalla comunicazione all'uso consapevole dei social.

Ogni sezione è stata arricchita, rispetto all'edizione precedente, di nuovi titoli. All'interno dell'offerta formativa sono inoltre disponibili diversi corsi svolti da enti certificati per una formazione specialistica. Infine, è stata inserita una nuova sezione denominata "Curiosità ed Interesse", dedicata al benessere della persona per facilitarne la trasposizione al contesto di lavoro.

Per ogni corso sono specificati durata, obiettivi e contenuti, oltre ad un'indicazione orientativa rispetto al target di riferimento, che tuttavia non preclude a nessun partecipante la possibilità di partecipare ad un corso previsto per target differenti.

I titoli proposti sono interamente fruibili a distanza – tramite piattaforma digitale - fatta salva la possibilità di organizzare aule in presenza, se richiesto.

Le modalità di partecipazione ai corsi dell'Academy sono due:

1. Corsi interaziendali, caricati periodicamente sul portale My Assolavoro, attivabili al raggiungimento del numero minimo di 10 partecipanti e disponibili fino ad un massimo di 15 posti;
2. Aule dedicate alla singola Agenzia, attivabili su richiesta (academy@assolavoro.eu) al raggiungimento del numero minimo di 10 partecipanti.

L'offerta formativa dell'Academy è dinamica, flessibile e sempre aperta ad aggiornamenti in corso d'opera, anche sulla base di suggestioni, suggerimenti e iniziative provenienti dalle Agenzie Associate.

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

POTENZIARE L'ENERGIA RAZIONALE

Gestire complessità organizzative e governare lo stress

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Professional che, per le loro *skill* tecnico-specialistiche, devono affrontare situazioni delicate interne ed esterne con interlocutori esigenti e portatori di complessità (manager, clienti, colleghi)

OBIETTIVI

Rinforzare la propria capacità di *self management* utilizzando in modo focalizzato le risorse individuali a disposizione (capacità relazionali, approccio anticipatorio, razionalizzazione situazionale, ristrutturazione delle emozioni e dello stress)

CONTENUTI

- *Prewrite* in anticipazione del corso
- Analisi del *prework* realizzato
- L'impiego della risorsa 'energetica': sforzo e circolo di influenza
- L'affinamento della capacità relazionale: argomentazione, convinzione, persuasione, gestione di obiezioni e critiche
- Il rapporto con l'interlocutore (cliente esterno o interno): razionalizzazione dei copioni relazionali, l'approccio anticipatorio, complessità
- Il riflesso sullo stato emotivo e il rapporto con lo stress: differenza tra eu-stress e di-stress
- Di-stress negativo e 'care' personale: lucidità di ruolo e ricarica individuale
- *Action Plan*

POST CORSO

Si consiglia la prosecuzione post corso tramite lo scambio tra i partecipanti di azioni, risultati e suggerimenti reciproci per la creazione di un *network* professionale interno teso alla cura coerente e mirata del cliente (anche in vista di un eventuale *follow-up*), in un'ottica di *Customer Centricity* Organizzata

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

TEAM WORKING & TEAM BUILDING

DURATA

6 ore (2 sessioni da 3h)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI

- Allineare il team verso obiettivi comuni
- Facilitare la comprensione dello scopo del loro lavoro
- Coinvolgere il team nella produzione delle idee
- Saper orientare il team e promuovere il miglioramento delle performance
- Promuovere atteggiamenti orientati alla cooperazione, comunicazione funzionale e al coordinamento
- Allenare e sperimentare tecniche per lavorare efficacemente in team

CONTENUTI

L'ALLINEAMENTO DEL TEAM

- I tre livelli di allineamento
- La visione multidimensionale
- Il mindset della complessità

IL PANNELLO DI CONTROLLO DEL TEAM: LE PRINCIPALI DIMENSIONI PER IL TEAMWORKING

- I capitali di risorse per far funzionare il team
- Le attività chiave
- L'essenza del ruolo e la mission del team
- Il Principio Attivo e il Valore Offerto del team

TOOLS PER IL TEAMWORKING

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI**NEGOZIAZIONE COSTRUTTIVA****DURATA**

6 ore (2 sessioni da 3 h)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI

- Conoscere il proprio atteggiamento negoziale
- Diventare un negoziatore costruttivo
- Utilizzare il metodo della «trattativa oggettiva»
- Liberare le trattative da conflitti personali
- Costruire alternative strategiche
- Aiutare il cliente a comprendere a fondo le proprie esigenze
- Saper utilizzare un dialogo persuasivo

CONTENUTI**NEGOZIAZIONE COSTRUTTIVA**

- Le 3 fasi della negoziazione
- I sistemi di interesse nella negoziazione
- La migliore alternativa all'accordo negoziato
- I 5 pilastri per condurre la negoziazione
- Le 6 trappole da evitare

LA MAPPA DEL CLIENTE

- I 3 «Perché» del Cliente
- Esplorare il sistema dei valori
- Scoprire il beneficio principale
- Individuare l'utilità e i vantaggi

IL 4MAT-AGREEMENT

- Un metodo per strutturare il dialogo con il cliente
- Le 4 domande chiave

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE EFFICACE

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI

Il corso è finalizzato all'acquisizione e alla sperimentazione del metodo nelle specifiche situazioni aziendali per conoscere il proprio stile di apprendimento e di comunicazione; aumentare la consapevolezza delle proprie competenze e punti di forza nella comunicazione.

CONTENUTI

- Individuare dove e come migliorare il proprio stile di comunicazione
- Sviluppare nuove strategie per arricchire la comunicazione in ogni situazione
- Incrementare la capacità di impattare in modo positivo nella comunicazione con i principali interlocutori
- Identificare le proprie "zone di confort" e "zone di disagio": il punto di partenza
- Le domande come strumenti di lavoro efficace; l'ascolto attivo come competenza professionale
- Cosa si aspetta l'altro da me: i 4 interlocutori tipo, aspettative, registro verbale e non verbale
- Rafforzare la capacità di comunicazione chiara, diretta e propositiva; la "mappa" delle mie relazioni professionali

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

MINDMANAGEMENT

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI

Il corso parte dal desiderio diffuso di porre un po' di ordine nelle proprie attività per riuscire a lavorare con meno ansia e con più efficienza e gratificazione. Il modulo offre inoltre strumenti e metodi di time management per amministrare al meglio il proprio tempo, mantenere il focus su ciò che è davvero importante e difendersi dalle urgenze quotidiane e dalle trappole della distrazione.

CONTENUTI

- Il tempo non si può gestire, la nostra attenzione si
- La bussola delle nostre attività a valore aggiunto
- Dalle cattive abitudini alle mie buone abitudini
- Obiettivo grande: grande problema
- Il mio approccio al tempo: confort o disagio?
- Prima o poi, forse: svuota la tua *in box*.
- *Multitasking*: davvero un vantaggio?
- *To do list*: raccogliere, esaminare, pianificare
- Saper dire di no: un vantaggio per tutti

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

GESTIONE DEL CONFLITTO E DELLA CRITICA

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI E CONTENUTI

- Cosa significa una situazione difficile e le tipologie organizzative
- Analisi delle mappature individuali suggerite dal *Prewrite*
- Una situazione difficile comune: il conflitto
- La differenza tra divergenza e conflitto: la matrice di riferimento
- Quattro mosse per studiare la situazione conflittuale: dallo scontro all'incontro
- Primo Piano d'Azione: identificazione di un autocaso e test sulla gestione del conflitto
- Commenti sul test e sugli autocasi individuati
- Il modello del negoziato realistico a 7 punti
- La prevenzione dei conflitti e la capacità valutativa
- L'esercizio della critica costruttiva
- Un modello positivo: la tecnica delle 5 S (con breve applicazione)
- Lo stile 'autentico' per affrontare critiche e conflitti
- Piano d'azione finale

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

TEMPO STRESS ED EMOZIONI

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Professional e Manager

OBIETTIVI

Affrontare con consapevolezza gli aspetti dell'efficacia personale basata sull'utilizzo delle risorse individuali a disposizione

CONTENUTI

- Vita professionale ed efficacia personale
- L'utilizzo della risorsa temporale: cronologia e psicologia del tempo
- Ruolo e gestione del tempo
- L'impiego della risorsa 'energetica': sforzo e circolo di influenza
- Generazione dello stress negativo e 'care' personale
- Il riflesso sullo stato emotivo e mappatura delle proprie emozioni
- Il gioco dei 4 cantoni

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

STORYTELLING & PITCHING**DURATA**

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Professional e Manager con esperienza di comunicazione organizzativa

OBIETTIVI

- Rinforzare la propria capacità di comunicazione narrativa all'interno della propria strategia espressiva
- Differenza tra *Storytelling* e *Pitching*
- Valore e utilizzazione dello *Storytelling*
- Saper preparare lo *Storyboard* rispetto ai format classici dello *Storytelling*
- L'applicazione del *Pitching* tramite lo strumento dell'*Elevator Pitch* nelle sue forme temporali
- Le evoluzioni verso lo *Storydoing* e lo *Storyliving*.

CONTENUTI

- L'evoluzione della comunicazione narrativa in azienda e fuori azienda
- Differenza tra *Storytelling* e *Pitching*
- Il valore dello *Storytelling* e le sue aree di impiego
- Il «crescendo narrativo»
- *Public Speaking* e *Storytelling*
- I canali dello *Storytelling*
- Primo Piano d'Azione: lo *Storyboard* dello *Storytelling*
- Analisi del Piano d'Azione
- Il 'Format' classico dello *Storytelling*
- Rinforzare la propria figura di *Storyteller*
- Le caratteristiche essenziali del *Pitching*: lo strumento dell'*Elevator Pitch*
- Le 4 tipologie di *Elevator Pitch*
- La necessità di esercitarsi
- Piano d'Azione finale: individuare le situazioni applicative di *Storytelling* e *Pitching*

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

DATA-STORYTELLING

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Professional e Manager con esperienza di comunicazione organizzativa

OBIETTIVI

Rinforzare la propria capacità di comunicazione narrativa all'interno della propria strategia espressiva in presenza di esposizione di dati

CONTENUTI

- Lo *Storytelling* applicato alla presentazione di dati e numeri
- L'impostazione di un *Data Storytelling* secondo una metodologia a 3 dimensioni
- La focalizzazione sulla tipologia di uditorio rispetto ai dati da presentare
- La costruzione del *Data Storytelling* per raggiungere un ottimale livello di efficacia espressiva
- La scelta della storia più consona da raccontare
- L'attenzione verso la visualizzazione dei dati
- La figura del *Data Storyteller*
- *Action Plan*

Il corso prevede aspetti esercitativi che partono dalle singole realtà dei partecipanti e delle correlate espressioni numeriche

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

PUBLIC SPEAKING

Come sistematizzare e valorizzare la propria capacità comunicativa in pubblico e nelle prestazioni

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Professional e manager con esperienza di 1-3 anni nella relazione con il pubblico, nel contesto di riunioni e presentazioni verso differenti *stakeholder*

OBIETTIVI

Rinforzare l'efficacia comunicativa personale verso la propria audience nel veicolare messaggi, idee e progetti

CONTENUTI

- I prerequisiti da rispettare nella preparazione del proprio intervento e discorso
- La struttura essenziale per parlare in pubblico e le 3 aree da presidiare per essere efficaci
- La gestione relazionale del proprio target
- Le tecniche per iniziare, condurre e chiudere una presentazione
- Essere 'registi' della propria comunicazione
- La capacità di automonitoraggio per verificare l'andamento della comunicazione
- La differenza tra presentazione presenziale e a distanza
- Action plan di progresso

POST CORSO

Si consiglia ai Partecipanti del gruppo di apprendimento di mantenere un contatto per continuare a scambiarsi idee e suggerimenti in merito ai *feedback* ricevuti nelle rispettive presentazioni

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

BUSINESS WRITING & E-MAIL SOLVING

Per ridurre i tempi di produzione della propria comunicazione scritta e aumentare l'impatto positivo sul destinatario

DURATA

6 ore (2 sessioni da 3h)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI

- Comprendere il funzionamento della nostra mente quando legge un messaggio su monitor/tablet
- Organizzare un testo per «parlare la lingua dell'altro»
- Allenare la capacità di chiarezza, precisione, economicità, coerenza e semplicità nella scrittura
- Acquisire diverse opzioni sulla struttura di un testo e di un'e-mail
- Velocizzare e facilitare i propri processi di scrittura

CONTENUTI

Ogni giorno scriviamo e riceviamo decine di e-mail e documenti; la loro qualità produce un impatto rilevante su clienti, attuali e potenziali e *stakeholder* e incide sull'immagine dell'azienda. Inoltre, un documento o un'e-mail strutturati in modo semplice, creativo ed efficace generano un diretto beneficio nella propria organizzazione, riducendo tempi di lavoro per la comprensione e l'archiviazione e facilitando lo scambio delle informazioni.

All'attività formativa è integrato una *gamification* per facilitare apprendimento e collaborazione.

- Come percepiamo ed organizziamo un messaggio: le 3 aree cerebrali coinvolte

- Descrivere le informazioni: interpretare attraverso i sensi
- I sistemi e i modelli per progettare e scrivere un'e-mail: facilitare la comprensione del lettore
- Costruire la scaletta del testo
- Le diverse tipologie di organizzazione di un'e-mail e dell'oggetto
- Il linguaggio grafico e i significati nascosti
- L'indice di leggibilità di un testo

A stack of colorful sticky notes (yellow, light blue, light green) is shown. A silver paperclip is attached to the top note. The word "TRAINING" is written in a large, grey, cursive font across the top note. The background is a soft, light blue gradient.

TRAINING

APPROCCIO ASSERTIVO E CONTROLLO EMOTIVO

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI E CONTENUTI

- Analisi degli elementi emersi dal primo Piano d'Azione
- Come si manifesta l'approccio assertivo: ascolto mirato e comunicazione comprensibile e gestibile
- Applicare l'intero modello in modo integrato
- Il binomio vincente: comportamento assertivo e capacità da ruolo
- L'implicazione emotiva nell'approccio assertivo
- Secondo Piano d'Azione: test sulle emozioni
- Commenti ai risultati del test sulle emozioni
- I 3 livelli dell'assertività e l'indirizzo della propria emotività
- Lo sguardo «assertivo» sul proprio mondo emotivo
- Il contributo dell'Intelligenza Emotiva
- La verbalizzazione delle proprie emozioni
- Assertività espressiva e assertività ricettiva
- Terzo ed ultimo Piano d'Azione: revisione delle situazioni di applicabilità e dei vantaggi ottenibili

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

PERFORMING UNDER PRESSURE

DURATA

4 ore (2 sessioni da 2h)

TARGET

Tutti coloro che vogliono acquisire consapevolezza circa la gestione dello stress, al fine di rispondere in modo performante alle numerose richieste e pressioni

OBIETTIVI

(R)conoscere lo stress e gestire la dinamica derivante da stress-autostima-autoefficacia. Il corso si compone di due moduli

CONTENUTI

- Lo stress: definizione e luoghi comuni
- Le cause più comuni di stress – confronto aula/cause riconosciute
- Il modello ABCDE di Ellis e la risposta alla valutazione cognitiva
- La curva dello stress
- Interpretare i segnali e riconoscere il nostro posizionamento sulla curva
- Il sistema mente-corpo e le sue implicazioni
- Diventiamo consapevoli di “come” pensiamo alle cose e dell’impatto di questo sul nostro stato emotivo
- Dalle convinzioni limitanti alla perdita di autostima e ritorno
- Suggerimenti per mantenere la mente “libera”

STRUMENTI DELLA VENDITA EFFICACE

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI

L'intervento formativo interverrà su tematiche riguardanti la relazione tra consulente e cliente, tenendo soprattutto conto dei bisogni e delle diverse tipologie di clienti. Si esplorerà un percorso rappresentato da alcune fasi: approccio, esplorazione, proposta, gestione delle obiezioni, chiusura e fidelizzazione. Ogni partecipante prenderà maggiore consapevolezza del proprio stile di approccio alla soddisfazione del cliente

CONTENUTI

- Identificare la rotta di una buona negoziazione
- Saper riconoscere le competenze distintive di chi lavora con i clienti
- Domande e ascolto: strumenti di lavoro
- Essere consapevoli del proprio approccio al cliente: confort o disagio?
- Creare il contesto e creare la fiducia
- Utilizzare le domande e l'ascolto come strumenti di lavoro
- Saper gestire l'obiezione come una richiesta di aiuto
- Sviluppare la capacità di passare dal servizio venduto al beneficio acquistato

Sono previsti dei *role-play* e dei laboratori pratici, finalizzati all'allenamento sui temi trattati e all'elaborazione del Piano di Azione personale che guidi la messa in pratica di ciascun partecipante

TELEMARKETING E COMUNICAZIONE TELEFONICA

La gestione efficace della chiamata

DURATA

6 ore (2 sessioni da 3h)

TARGET

Profili commerciali

OBIETTIVI

- Migliorare l'efficacia comunicativa in fase di contatto con il *prospect*
- Identificare le migliori strategie comunicative per fissare l'appuntamento
- Condividere *best practice* di gestione del *prospect*
- Delineare la struttura della chiamata
- Identificare le migliori strategie comunicative per la gestione delle obiezioni
- Condividere *best practice* e «fare pratica»

CONTENUTI

Le fasi della chiamata:

- **Apertura:** presentazione con nome e cognome e nome Società.
- **Indagine e ascolto:** fare domande, invitare il *prospect* a parlare di sé; ascoltare con interesse.
- **Proposta:** presentare le caratteristiche; i vantaggi e i benefici della nostra proposta; adattare sempre la proposta al *prospect*.
- **Gestione delle obiezioni.**
- **Chiusura:** ricapitolare gli accordi presi, ringraziare per la disponibilità e salutare cordialmente.

Esercitazioni pratiche

FUNZIONI COMMERCIALI E AREA VENDITE

PIANIFICAZIONE E SVILUPPO COMMERCIALE

DURATA

6 ore (2 sessioni da 3h)

TARGET

Profili commerciali

OBIETTIVI E CONTENUTI

SESSIONE 1: LEGGERE E COMPRENDERE IL MERCATO, I CLIENTI E I CONCORRENTI

Perché la vendita è un processo? I processi sono per definizione documentati, replicabili, misurabili e ottimizzabili e come tali un asset strategico dell'organizzazione. Si partirà dall'identificazione delle caratteristiche del processo di vendita.

Cosa significa e a cosa serve segmentare? Conoscere il mercato e saper identificare i propri clienti è il primo fattore critico di successo della vendita. Il primo passo del processo è la segmentazione: chi sono e come sono i miei clienti?

Cos'è e come si usa l'analisi del modello di business per vendere? Come funzionano e come creano valore i nostri clienti? Imparare a leggere il loro modello di business ci consente di scegliere quale ruolo vogliamo giocare e come proporci per essere parte del loro successo. Ma anche di comprendere come differenziarci dalla concorrenza.

La sessione si conclude con la definizione di obiettivi operativi e azioni per l'immediata quotidianità.

SESSIONE 2: OLTRE LA VENDITA, GENERARE VALORE ED ESSERE UTILI

Perché devono comprare da me? Si riparte dalla proposta di valore. Avere le idee chiare sul proprio ruolo nella storia di successo dei nostri clienti è il segreto per costruire relazioni solide e durature. Lo strumento è la definizione e la manutenzione costante della proposta di valore che può essere applicata a un segmento di mercato, a un cliente o a una singola opportunità.

Allenare l'atteggiamento. È la base del buon esito del processo di vendita ed entra in ogni fase: ricerca, ingaggio, scoperta, relazione, analisi, proposta, negoziazione, successo. Curiosità, ascolto attivo, presenza, disponibilità, positività, gratitudine. Sono tutti aspetti del nostro atteggiamento che vanno allenati.

Com'è fatto il nostro processo di vendita? Non esiste un processo di vendita valido per tutte le aziende ed è importante che all'interno di un'azienda venga definito e mantenuto il processo di vendita guida per chi ci lavora. Le componenti fondamentali e i KPI di base ci devono essere tutte, i dettagli vanno costruiti insieme.

Al termine delle sessioni i partecipanti avranno acquisito alcuni metodi per aumentare l'efficacia nelle vendite e avremo identificato insieme un processo condiviso da utilizzare nella quotidianità.

FUNZIONI COMMERCIALI E AREA VENDITE

NEGOZIAZIONE COMMERCIALE NELLA VENDITA DI SOLUZIONI DI VALORE

Strategie e tecniche per portare a termine con successo trattative commerciali in contesti complessi

DURATA

6 ore (2 sessioni da 3h)

TARGET

Profili commerciali

OBIETTIVI

- Condurre le trattative in modo da generare valore per le parti coinvolte, assicurando la continuità della relazione nel tempo
- Affinare la propria capacità negoziale avvalendosi di approcci, strategie e tattiche efficaci nelle diverse situazioni negoziali
- Affrontare con successo trattative commerciali complesse influenzate, direttamente o indirettamente, da una molteplicità di attori che presentano bisogni, interessi e obiettivi differenziati
- Migliorare il proprio impatto comunicativo con uno stile incisivo e autorevole, appropriato alle diverse situazioni negoziali.

CONTENUTI

Primo incontro

- Costruire e proporre soluzioni di valore
- Come mantenere il controllo dell'avanzamento della trattativa
- I modelli negoziali: negoziazione competitiva e integrativa
- Negoziazione competitiva: i punti di attenzione
- Le fonti del potere negoziale e le strategie per aumentarlo
- Lavoro intermodulo: *Kilmann Test* "il mio stile di negoziazione"

Secondo incontro

- Gli aspetti chiave della negoziazione integrativa
- La definizione della strategia negoziale per costruire soluzioni *win-win*
- Il mix ottimale di fattori negoziali e di concessioni per massimizzare il valore
- Gli step per preparare la negoziazione e strumenti di supporto
- Le armi della persuasione: tattiche e contromosse
- Punti di attenzione: *Do's and don't's*

A stack of colorful sticky notes (yellow, light blue, light green) is shown. A silver paperclip is attached to the top note. The word "TRAINING" is written in a large, light grey, cursive font across the top note. The background is a soft, light blue gradient.

TRAINING

INCENTIVI NAZIONALI

DURATA

8 ore (2 sessione da 4h)

TARGET

Legal, responsabili delle attività di politica attiva e di formazione

OBIETTIVI E CONTENUTI

Sessione 1

- Le tipologie contrattuali agevolabili
- Le condizioni di spettanza dell'incentivo: il Dlgs. n. 150/2015 e la legge n. 296/2006
- Un contratto di lavoro «speciale»: l'apprendistato
- Politiche Attive del Lavoro e incentivi occupazionali

Sessione 2

- Le novità della legge di Bilancio 2023
- Gli incentivi occupazionali ancora in vigore
- Ulteriori ipotesi di riduzione del costo del lavoro

FUNZIONI COMMERCIALI E AREA VENDITE**FORMA.TEMP (CORSO BASE)****DURATA**

1 sessione da 3 ore

TARGET

Profili *new entry* di agenzia per il lavoro o ente di formazione

OBIETTIVI E CONTENUTI

- Conoscenze fondamentali relative al fondo Forma.Temp
- Organizzazione e gestione efficace dei corsi
- La strumentazione gestionale

MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

INCREMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA DEL PROPRIO RUOLO IN AZIENDA

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Professional e manager che desiderano valorizzare la propria "immagine" organizzativa, qualunque sia il loro livello gerarchico

OBIETTIVI

Individuazione della sfera di influenza, attitudini, competenze, obiettivi personali e responsabilità attraverso l'analisi delle differenti dimensioni del proprio ruolo organizzativo allo scopo di rinforzare la propria efficacia professionale e la propria influenza relazionale

CONTENUTI

- Differenza tra posizione e ruolo e le principali dimensioni di un ruolo organizzativo
- Il livello di consapevolezza del proprio ruolo raggiunto attraverso l'esperienza maturata
- Il 'prisma' del ruolo e le sue componenti per migliorarne l'efficacia in termini gestionali
- Le fondamenta della consapevolezza di un ruolo aziendale: il delicato equilibrio tra obiettivi, gestione del proprio team, crescita personale e carriera organizzativa
- Strumenti per l'efficacia gestionale; la comunicazione manageriale per valorizzare il proprio ruolo

MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

SCUOLA DI COACHING CREATIVO

DURATA

64 ore (16 sessioni da 4h)

4 moduli; 5 sessioni di *coaching* osservate e valutate dai docenti; 3 *feedback* scritti sulle sessioni osservate; 1 prova d'esame finale

TARGET

Tutti

OBIETTIVI

La Scuola di Coaching Creativo sviluppa le competenze professionali del *coach* che intende sostenere e aiutare persone e organizzazioni ad affrontare le sfide dell'innovazione, i veloci cambiamenti del mercato, la digitalizzazione, l'industria 4.0. Il programma dedica particolare attenzione alle 11 competenze distintive del *coach* (seguendo le linee guida dell'International Coach Federation) per prepararlo a integrare metodi e strumenti di coaching e formazione, a progettare e realizzare percorsi di sviluppo personale e manageriale di elevata qualità e personalizzazione

CONTENUTI

MODULO 1: I PILASTRI DEL COACHING

Questo modulo è dedicato a costruire le fondamenta della professione del *coach* attraverso l'approfondimento dei contenuti principali. Il partecipante fa il suo ingresso nel mondo del *coaching* comprendendo che cos'è e in cosa si differenzia dagli altri approcci, in che modo costruire una relazione professionale etica e basata sul rispetto della persona e delle sue risorse, quali sono le 11 competenze principali su cui fondare le proprie attività e la relazione con il cliente, gli obiettivi e la struttura del processo di *coaching*

- Che cos'è il coaching: storia, contesto e applicazioni
- Le undici competenze secondo le linee guida dell'International Coaching Federation

- Dal sogno alla realtà: i livelli degli obiettivi in John Whitmore
- Il modello +SMARTER ed elementi di psicologia cognitiva applicata degli obiettivi
- L'obiettivo ben-formato di Richard Bandler
- La struttura del processo di coaching secondo la metodologia del Coaching Creativo
- Allenare le competenze: 1) Ottemperare alle linee guida etiche e agli standard professionali 2) Ascolto attivo 3) Domande Potenti

MODULO 2: COACH DI SE STESSI

Per gestire al meglio i rapidi cambiamenti e la costante incertezza in cui sono immerse le aziende e il mondo del lavoro, è utile apprendere metodi e tecniche originali per il processo creativo e, ancor di più, sviluppare l'attitudine del coach.

Questo modulo ha l'obiettivo generale di preparare il mindset del partecipante per affrontare la professione del coaching con consapevolezza, responsabilità e competenza. Al termine di questo modulo il partecipante avrà realizzato il proprio Coaching Canvas per sprigionare il Principio Attivo del coach e far leva sulle attitudini che fanno la differenza di fronte alle sfide che richiedono cambiamento e creatività.

- Esplorare i tre capitali del *coach*
- Il *Memorystorming*: rievocare le esperienze di successo
- Trovare il Principio Attivo del *coach*
- Distillare l'Essenza del Ruolo del *coach*
- Generare la Proposta di Valore Personale
- Disegnare il piano d'azione e sviluppo
- Allenare le competenze: Creare consapevolezza; Presenza nel *coaching*

MODULO 3: ESSERE E FARE IL COACH

Questo modulo è dedicato all'impostazione e allo sviluppo della relazione di coaching attraverso l'approfondimento delle conoscenze dei fondamenti del coaching analitico transazionale. Questo modello teorico-applicativo aiuta a sviluppare un modo di essere paritario nella relazione con l'altro, che influenzerà il modo di mettere in pratica la professione di coach. Conoscere che cos'è un contratto di coaching e in che consiste il processo contrattuale, consente al partecipante di costruire, fin da subito, relazioni professionali proficue con il *coach*. Il delicato tema delle distanze psicologiche viene applicato come strumento di lettura e superamento delle dinamiche relazionali all'interno del contesto aziendale. Lo sviluppo dell'atteggiamento contrattuale, facilita la relazione di fiducia e vicinanza con il cliente attraverso la capacità di creare un ambiente sicuro e di supporto che genera continuo rispetto reciproco e fiducia

- Definizione di contratto
- Il contratto multi angolare
- Il processo contrattuale con il 4MAT *Agreement*
- Le 4 tipologie di distanza psicologica
- Applicazioni del concetto di distanza psicologica al coaching aziendale
- I tre ruoli del triangolo drammatico nella contrattualità e nel coaching
- Gli Stati dell'Io: applicazione della griglia degli Stati dell'Io nel contratto e nelle sessioni di *coaching*
- Allenare le competenze: Stabilire l'accordo di coaching; Stabilire fiducia e vicinanza con il cliente; Comunicazione diretta

MODULO 4: COACHING TOOLS

La maggior parte delle idee e dei progetti che non raggiungono i risultati previsti ed auspicati devono il loro insuccesso alle criticità incontrate nel processo di pianificazione e condivisione degli obiettivi, che costituiscono le fondamenta di qualsiasi attività. Per il partecipante, dunque, è importante acquisire metodologie efficaci per aiutare il *coachee* a definire i propri obiettivi, trasformandoli in risultati concreti per realizzare i cambiamenti desiderati. Finalità generale del modulo è permettere ai partecipanti di esplorare e acquisire i principali metodi e strumenti che, autori rilevanti del mondo del coaching, adottano per definire obiettivi, personali o professionali

- Il metodo S.O.C.I.O: le competenze emotive per le performance d'eccellenza in Daniel Goleman
- La rampa di lancio degli obiettivi: il dialogo generativo basato sul modello di Robert Dilts
- Le Carte del Coaching Creativo: un metodo innovativo per facilitare le sessioni di coaching
- Il modello del Coaching Creativo per pianificare e la realizzazione degli obiettivi
- Allenare le competenze: pianificare e stabilire obiettivi; progettazione di azioni; gestire i progressi e le responsabilità

MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

PROJECT MANAGEMENT - CORSO BASE

DURATA

18 ore (6 sessioni da 3h)

TARGET

Tutti i profili con responsabilità di progettazione e programmazione

OBIETTIVI

Al termine del corso il partecipante conoscerà:

- Le basi metodologiche e la terminologia del Project Management secondo standard internazionalmente riconosciuti ed applicati (PMI) e standard de-facto
- Le differenze nella gestione di processi e progetti e l'applicazione del Project Management per il miglioramento dei processi
- L'importanza dell'applicazione di una corretta struttura organizzativa nella gestione dei progetti aziendali
- L'importanza dell'approccio condiviso con gli *stakeholder* nella direzione del progetto
- Le tecniche principali e gli output per un'efficace pianificazione di progetto: ambito, tempi, costi, risorse, qualità, rischi e comunicazione tra loro coerenti ed integrati
- Le regole principali per un corretto controllo e chiusura del progetto

E sarà in grado di:

- Impostare e pianificare correttamente un progetto senza trascurare nulla
- Controllare il progetto agendo sulle variabili chiave nel perseguimento degli obiettivi e portandolo ad una chiusura formale
- Preparare i documenti gestionali più importanti per condividerli con gli altri attori del progetto
- Capire la differenza tra approccio tradizionale (TPM) e Agile (APM)

CONTENUTI

Introduzione al Project Management e al Management by Project con la gestione delle fasi di:

- Ideazione, avvio e pianificazione del progetto
- Pianificazione dell'ambito, dei ruoli e delle responsabilità, delle comunicazioni, dei costi, dei tempi, delle risorse e dei rischi
- Ufficializzazione della pianificazione
- Esecuzione del progetto, monitoraggio e controllo
- Chiusura del progetto
- Ruolo del project manager
- Conoscenza introduttiva all'Agile Project Management

MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

RECRUITMENT E PLACEMENT DA REMOTO

DURATA

16 ore (4 sessioni da 4h)

TARGET

Responsabili di Filiale, Responsabili delle attività di Recruitment e Selezione, Operatori delle Politiche Attive

OBIETTIVI

- Sviluppare le competenze utili al fine di svolgere l'attività di selezione e placement online in alternativa alla modalità in presenza
- Acquisire la consapevolezza sui pros & cons degli strumenti di *recruitment* e selezione online al fine di scegliere gli strumenti più adeguati e da implementare, a seconda delle posizioni da ricerca e della tipologia di candidati
- Acquisire strumenti, pratiche ed indicazioni per svolgere l'attività di recruitment, selezione e placement con modalità online ed in modo efficace

CONTENUTI

- L'online: Presente e Futuro delle attività di selezione e di placement
- I social come strumenti di *e-recruitment* e di *personal reputational branding*
- Background culturale e *soft skill* emergenti
- Pro & Contro dei software ATS
- Pro & Contro dei principali strumenti di selezione online: test, questionari motivazionali, video-CV, video-colloquio narrativo-biografico, *role playing* e *elevator speech*, casi o incidente critico
- *Assessment* di selezione *one-to-one* o in gruppo
- Gli elementi della comunicazione non verbale che il selezionatore online deve considerare

Oltre alla lezione frontali, i partecipanti saranno coinvolti in discussioni di gruppo al fine di condividere le proprie esperienze e di facilitare il confronto, e in esercitazioni pratiche e applicative degli strumenti e le pratiche acquisite

MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

PERSONAL PROJECT CANVAS

Per rendere più semplice, rapida e creativa la progettazione delle proprie attività

DURATA

6 ore (2 sessioni da 3h)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI

- Pianificare individualmente le fasi e i risultati attesi di un progetto
- Definire le priorità di un progetto
- Coinvolgere colleghi e stakeholder e comunicare in modo semplice e chiaro il proprio progetto
- Sviluppare e condividere la visione complessiva del progetto
- Creare una mappa creativa e sintetica del progetto

CONTENUTI

Una mappa creativa e analitica per rappresentare un proprio progetto o un'attività chiave e rendere più semplice e di impatto la presentazione a colleghi, *stakeholder* e clienti. Elaborare la mappa aiuta i partecipanti a elevare la propria consapevolezza sul senso e lo scopo di un progetto e ad applicare le proprie migliori risorse nella progettazione e nella comunicazione

L'organizzazione della mappa permette di elaborare in modo più rapido e completo i progetti e facilitare la loro costruzione in team. All'attività formativa è integrato una *gamification* per facilitare apprendimento e collaborazione.

- Come funziona il Project Canvas: un metodo creativo per sviluppare e comunicare ogni area di lavoro di un progetto, applicabile sia individualmente, sia in team
- Come semplificare la sfida della comunicazione del progetto nel *virtual team*
- Come definire, organizzare e condividere le dimensioni principali di un progetto: *goal setting*, *timeframe*, persone, ambiente, *storyboard* organizzativo

MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

LEADERSHIP AGILE

Un metodo per gestire i team allenando le persone ad essere autonome e proattive

DURATA

9 ore (3 sessioni da 3h)

TARGET

Team leader

OBIETTIVI

- Comprendere punti chiave dell'applicazione efficace dell'*Agile Leadership*
- Conoscere le principali tecniche e strumenti del *Framework Agile Leadership*
- Evidenziare il ruolo del *Management* nel creare le condizioni facilitanti l'introduzione della filosofia *Agile*
- Illustrare il profondo cambiamento culturale da attivare a supporto dell'approccio *Agile Leadership*

CONTENUTI

Il workshop è focalizzato sul ruolo del leader per favorire comportamenti e dinamiche collaborative. I partecipanti apprendono le qualità e le capacità personali che rendono un *Agile Leader* efficace nel contesto in cui opera, scoprono come evolvere il proprio team in un ambiente collaborativo, basato sulla cultura del *feedback* e dell'apprendimento continuo. Questa modalità di leadership stimola l'autonomia e la proattività dei collaboratori.

- Comprendere la natura dell'*Agile Leadership* e i suoi effetti sulla cultura aziendale e sulla struttura organizzativa
- Comprendere i punti chiave dell'applicazione efficace dell'*Agile Leadership*
- Conoscere le principali tecniche e gli strumenti del *Framework Agile Leadership*
- Comprendere la complessità come mappa per applicare diversi stili di *Leadership*

- Promuovere sicurezza psicologica, fiducia e partecipazione all'interno di *team* e delle organizzazioni
- Come promuovere autonomia, responsabilità individuale e favorire spontanei 'atti di *leadership*'
- Caratteristiche dei team altamente performanti e come favorirle
- Le qualità essenziali dell'*Agile Leader*

MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

NEGOZIARE PER OTTENERE RISULTATI DURATURI

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Professional e manager che desiderano sviluppare la loro efficacia negoziale

OBIETTIVI

Saper adottare una mentalità negoziale in grado di far fronte alla complessità dei rapporti quotidiani all'interno e al di fuori dell'azienda

CONTENUTI

- Identificare il senso della mentalità negoziale: l'approccio INA
- La negoziazione 'ragionata'
- Le 3 fasi della negoziazione: prima, durante, dopo
- Gli stili negoziali
- Strategia e tattiche negoziali; alternative in caso di impasse
- Il ritratto del negoziatore di successo

MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

VIRTUAL PRESENTATIONS

DURATA

4 ore (2 sessioni da 2h)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI

- Aumentare le capacità e la confidenza nelle presentazioni virtuali
- Imparare e condividere tecniche che promuovano l'interazione di gruppo e l'*engagement*
- Identificare i benefici e le sfide principali del mondo virtuale
- Progettare e mettere in atto presentazioni virtuali utilizzando i 6 passi fondamentali
- Sviluppare modi differenti di entrare in contatto e di coinvolgere gli interlocutori

CONTENUTI

- Il confronto delle presentazioni *vis-à-vis* con quelle virtuali
- La presentazione dei vantaggi offerti dalle presentazioni virtuali
- Le sfide poste dalle presentazioni virtuali
- Le competenze tecniche fondamentali e i modi per creare l'*engagement* con gli interlocutori
- Messa in pratica delle *skill* delle presentazioni *virtual*

MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

IL VALORE DELLO SPIRITO IMPRENDITORIALE

DURATA

Prework + 7 ore (2 Sessioni da 3,5h)

TARGET

Professional, quadri e manager che intendono esplorare e rinforzare le caratteristiche dello spirito imprenditoriale

OBIETTIVI

Approfondire il proprio orientamento verso l'imprenditorialità per collocarla correttamente in un contesto organizzativo, proprio o altrui

CONTENUTI

- Differenza tra imprenditorialità e imprenditività
- Il cambiamento del mondo del lavoro e lo sviluppo dello spirito imprenditoriale
- Il Modello Personale 'IKIGAI': le 4 condizioni individuali di partenza
- Test sul proprio orientamento e profilo imprenditoriali
- La mappa delle capacità che identificano lo spirito imprenditoriale
- Le qualità personali che sostengono una figura con predisposizione all'imprenditorialità
- Leadership e imprenditorialità: essere imprenditore con doti di leader
- Action Plan: i 4 Assi di sviluppo (Organizzazione, Pensiero Strategico, Redditività, Execution Quotidiana).

Il corso può essere proposto anche con l'arricchimento di uno specifico *business game* da erogarsi in forma da definirsi

MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

GESTIONE AMMINISTRATIVA E LUL DEI LAVORATORI IN SOMMINISTRAZIONE Adempimenti obbligatori e lettura della Busta Paga

DURATA

6 ore (2 sessioni da 3h)

TARGET

Personale HR che si occupa di paghe e contributi

OBIETTIVI

- Aiutare e supportare il personale amministrativo delle Agenzie di Somministrazione nella gestione dei principali adempimenti obbligatori previsti
- Facilitare la comprensione e la ratio dei vari obblighi amministrativi previsti per i Datori di Lavoro con specifico focus sulla somministrazione di lavoro
- Semplificare la “lettura” e la comprensione delle Buste Page dei lavoratori in somministrazione
- Esempificazione dei concetti di costo del lavoro per il rapporti di lavoro subordinato con maggior attenzione alla somministrazione di lavoro
- Fornire strumenti e *best practice* ai responsabili amministrativi affinché possano svolgere il proprio ruolo gestionale in modo efficace

CONTENUTI

- Amministrazioni Pubbliche: elenco ed analisi delle principali Amministrazioni, e relative competenze, con le quali i Datori di Lavoro dovranno collaborare, interagire e interloquire
- Adempimenti amministrativi obbligatori: analisi dei principali obblighi in capo ai datori di lavoro in ambito di amministrazione del personale
- Lettura della Busta Paga: analisi dello “schema” tecnico del cedolino paga con focus sulla parte economica relativa alla contrattazione Collettiva o individuale, al prelievo contributivo e fiscale
- Costo del lavoro e/o Cuneo fiscale: semplici nozioni di costo del lavoro
- Esempificazioni pratiche

Oltre alla lezione frontale, i partecipanti saranno coinvolti ad esercitarsi nell'applicazione degli strumenti e delle pratiche acquisite con conseguente confronto finale tra gli stessi

OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

I PERCORSI DI ORIENTAMENTO E PRESA IN CARICO TARGET GOL (CORSO BASE)

DURATA

8 ore (2 sessioni da 4h)

TARGET

Operatori junior politiche attive e formatori – focus su GOL

OBIETTIVI E CONTENUTI

- Conoscere il Programma GOL per realizzare gli interventi di orientamento
- Conoscere il target e le modalità di gestione dei diversi percorsi: percettori NASPI e percettori di RDC, donne, over 55, *working poor*
- Prendere in carico e fare Orientamento con le persone profilate: Percorso 1 - reinserimento Lavorativo; Percorso 2 – *upskilling*; Percorso 3 – *reskilling*

Il modulo è finalizzato ad offrire una visione di insieme del Programma GOL e dei diversi target con cui l'Operatore delle Politiche Attive e della formazione gestirà le attività di orientamento e accompagnamento al lavoro

In una prima parte sono presentate le caratteristiche, i requisiti per accedere ai sostegni al reddito (NASPI e RDC), gli elementi normativi di gestione dei Percettori che aderiscono al Programma GOL

Nella seconda parte per i target ready to work (Percorso 1) *upskilling* e *reskilling* (Percorso 2 e 3) è condivisa la metodologia della consulenza di orientamento per accompagnare le persone nei percorsi previsti dalla profilazione. Saranno forniti esempi e strumenti a supporto della consulenza in modo che l'operatore possa sperimentare on the job gli apprendimenti del modulo

OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

CONSULENZA DI ORIENTAMENTO PER LA RICERCA ATTIVA DI LAVORO (CORSO BASE)

DURATA

8 ore (2 sessioni da 4h)

TARGET

Operatori *junior* politiche attive e formatori

OBIETTIVI E CONTENUTI

- Acquisire le conoscenze e competenze base per la gestione di una consulenza di orientamento
- Migliorare la capacità di gestione dei colloqui
- Facilitare la definizione del piano di azione individuale per la ricerca attiva di lavoro
- Il colloquio di orientamento, l'analisi del bisogno orientativo e l'accompagnamento in un percorso individuale di sviluppo professionale
- Tecniche e metodi per formare allo sviluppo della capacità di usare le tecniche di ricerca attiva del lavoro
- Sostenere la persona nell'identificazione dei punti di forza, come raccontarsi nella ricerca attiva
- Gestire le principali difficoltà, *networking* e auto promozione

OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

ORIENTAMENTO E BILANCIO DELLE COMPETENZE

DURATA

16 ore (4 incontri da 4h)

TARGET

Operatori di filiale, addetti alla selezione e gestione del personale, operatori di politiche attive *junior* o con *seniority* di 2 anni*

*È suggerita la composizione di classi omogenee

OBIETTIVI

- Fornire strumenti e metodi per qualificare l'azione di orientamento specialistico verso i diversi target di lavoratori destinatari di politiche attive
- Sperimentare il bilancio di competenze
- Costruire una casetta degli attrezzi (schede, modelli di azione, punti di attenzione nella definizione dei percorsi) ad uso degli operatori nella loro attività di orientamento

CONTENUTI

- Introduzione teorica sul modello dell'orientamento, il concetto di competenza e i modelli di competenza
- Sperimentazione di strumenti specifici quali il colloquio, i questionari di autovalutazione e le schede di sintesi per l'impostazione di un bilancio delle competenze
- *Career management skill*: processi psicologici, emotivi e decisionali nelle scelte di carriera
- Contesti di applicazione con specifico focus sui servizi per il lavoro
- Esercitazione sulla conduzione del colloquio di orientamento attraverso *role playing*, simulazioni, analisi di casi su target specifici (giovani, percettori di sostegno al reddito, soggetti svantaggiati, donne, over 50)
- Il bilancio di competenze: la strutturazione e la filosofia del bilancio di competenze; il *bilan de compétences* francese

- Il bilancio orientativo
- Le fasi del bilancio, il dossier di bilancio
- Come condurre bilanci orientativi individuali e in piccoli gruppi
- Il metodo narrativo e autobiografico
- Esercitazione sulla conduzione di un BdC individuale e/o in gruppo
- Analisi di casi su target specifici (giovani, percettori di ammortizzatori sociali, soggetti svantaggiati, donne, over 50)
- L'intervista basata sulle competenze a supporto dell'autovalutazione della persona

A stack of colorful sticky notes (yellow, light blue, light green) is shown. A silver paperclip is attached to the top note. The word "TRAINING" is written in a light grey, cursive font across the top note. The background is a soft, light blue gradient.

TRAINING

OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

TECNICHE DI SELEZIONE E VALUTAZIONE DELLE COMPETENZE

DURATA

16 ore (4 sessioni da 4h)

TARGET

Operatori di filiale, addetti alla selezione e gestione del personale, commerciali, operatori *junior* e *senior**

*È suggerita la composizione di classi omogenee.

OBIETTIVI

- Fornire strumenti e metodi per qualificare il processo di selezione e valutazione di alti profili
- Comprendere come progettare un processo di selezione e valutazione per profili *professionals*, middle managers
- Trasferire metodologie di gestione del candidato e del cliente nelle diverse fasi del processo di selezione

CONTENUTI

- La funzione Gestione Risorse Umane
- La selezione un'attività chiave
- Il processo di selezione: *job analysis*, *Person specification*, *Job Profile*
- Laboratorio di pratica: costruire la *job description*
- Valutazione e modelli di competenze
- Laboratorio di pratica: un modello di competenze
- Il reclutamento
- Gli strumenti della selezione, una visione di insieme
- Test e Questionari, *role play in- basket*
- L'intervista di selezione: gli obiettivi di un'intervista efficace
- La dinamica comunicativa intervistatore-candidato
- Fattori di distorsione dell'intervista
- Misure e contromisure
- Imparare a domandare: domande aperte, chiuse, domande eco e *dialettich*
- L'intervista *competency based*
- Laboratorio di simulazione: l'intervista basata sulle competenze
- Redigere il profilo del candidato

OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

GESTIRE INTERVENTI PER PERSONE CON BACKGROUND MIGRATORIO

DURATA

16 ore (4 sessioni da 4h)

TARGET

Operatori Politiche Attive

OBIETTIVI

- Sviluppare competenze utili per erogare servizi per la ricerca attiva di lavoro a persone con *background* migratorio
- Far acquisire al cliente la consapevolezza sulle specificità e le necessità di persone con *background* migratorio in termini di orientamento ed inserimento lavorativo
- Acquisire strumenti, pratiche ed indicazioni per modulare la gestione della relazione e dell'offerta di servizi per la ricerca attiva del lavoro in considerazione dei beneficiari con *background* migratorio

CONTENUTI

Modulo 1: Persone con background migratorio e destinatari di “politiche attive per il lavoro”. Introduzione; *self-assessment*; popolazione e forza lavoro con *background* migratorio; ostacoli e vantaggi all'inserimento lavorativo dei migranti

Modulo 2: L'identificazione delle competenze e l'orientamento al lavoro. Introduzione; *self-assessment*; la scelta dei canali di *recruitment*; orientamento e *career counseling*

Modulo 3: La valutazione delle competenze di persone con background migratorio: strumenti e pratiche. Introduzione; *self-assessment*; la valutazione delle *skill* di persone di *background* migratorio; strumenti e pratiche per la valutazione delle *soft skill*; condividere un *feedback*

Modulo 4: Supportare la fase di inserimento lavorativo. Introduzione; *self-assessment*; l'impatto dei *bias* sui processi di selezione; l'acquisizione delle regole e delle abitudini comportamentali sicure

OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

GESTIRE INTERVENTI PER PERSONE AFFETTE DA DISABILITÀ

DURATA

16 ore (4 moduli da 4h)

TARGET

Operatori Politiche Attive

OBIETTIVI

- Andare oltre pregiudizi e *bias* in riferimento a persone con disabilità
- Comprendere quali sono gli interventi possibili per facilitare l'inserimento lavorativo di persone con disabilità
- Ampliare la propria cassetta degli attrezzi per gestire in modo efficace le relazioni con candidati e aziende
- Acquisire strumenti e *best practice* da poter replicare nel proprio operato

CONTENUTI

- Le persone con disabilità
- Cosa ci dicono i numeri sull'occupazione di persone con disabilità
- Discriminazioni, pregiudizi e *bias* verso le persone con disabilità
- Il quadro normativo di riferimento
- Orientamento ed individuazione dei percorsi di inserimento possibili
- Il target delle azioni positive previste dalla normativa 86/99
- Il lavoro di sensibilizzazione verso le aziende. Il processo e gli strumenti di selezione
- Accompagnare l'inserimento lavorativo. Pratiche e business case. Il piano di azione personale

OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

CONSULENZA DI CARRIERA NELLE POLITICHE ATTIVE APPROCCIO COACHING & COUNSELING

DURATA

16 ore (4 sessioni da 4h)

TARGET

Addetti alla selezione e gestione del personale, operatori di politiche attive

OBIETTIVI

- Acquisire modelli e metodi relativi al *career coaching* e al *career counseling*
- Sviluppare la capacità di gestire la consulenza di orientamento per lo sviluppo professionale secondo un approccio orientato al *career counseling* e *career coaching*

CONTENUTI

- L'orientamento oggi: quali prospettive e approcci per la costruzione di carriera
- *Career counseling* e *career coaching*
- Introduzione teorica sui diversi approcci dell'orientamento odierno
- Il *career counseling* e il *career coaching* come modalità di intervento orientativo individuale e di gruppo
- *Career coaching* e *career counseling* per l'orientamento individuale e di gruppo: progettazione di un intervento individuale e di gruppo per target specifici (giovani – adulti)
- L'intelligenza emotiva nella consulenza di carriera
- Pratica guidata nella conduzione di un percorso individuale di orientamento integrato con strumenti e tecniche propri del *career coaching* e del *career counseling*
- Il *career coaching*, una palestra per la ricerca del lavoro: progettazione di un percorso di gruppo per giovani neodiplomati e/o neolaureati
- Laboratorio: uso di tecniche e strumenti espressivi nella consulenza di carriera

OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

VALIDAZIONE E CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE

DURATA

18 ore (6 sessioni da 3h)

TARGET

Operatori Politiche Attive

CONTENUTI

- **Modulo 1:** introduzione alla certificazione delle competenze: da dove nasce l'esigenza di certificare e inquadramento concettuale del tema delle competenze
- **Modulo 2:** i principali repertori di competenze a livello europeo e nazionale (Dig.Comp 2.1, E-Competence Framework, Atlante del Lavoro e delle Qualificazioni).
- **Modulo 3:** il Quadro Regionale degli Standard Professionali (QRSP) di Regione Lombardia - articolazione e contenuti
- **Moduli 4, 5 e 6:** l'utilizzo dei portali regionali per la certificazione delle competenze: laboratorio pratico

Al termine del corso viene rilasciato l'attestato che abilita a "validare", cioè a gestire il processo per ricostruire e valorizzare le competenze possedute dal beneficiario di un intervento di formazione o di politica attiva all'interno di un percorso che può terminare con la certificazione convalidata da apposito Ente riconosciuto da Regione

OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

CORSI PER OMLS

(operatori del mercato del lavoro per i servizi specialistici)

La durata del corso, il livello dei destinatari e i contenuti specifici variano in relazione ai requisiti previsti dalle normative delle Regioni presso le quali viene avviato il percorso formativo.

I percorsi formativi saranno da considerarsi **parzialmente/totalmente sostitutivi dell'esperienza** richiesta dai bandi per l'accreditamento, in base agli accordi e alle normative regionali.

Attualmente sono in corso interlocuzioni con **Regione Liguria e Regione Emilia-Romagna** per la progettazione dei percorsi

OPERATORI DELLE POLITICHE ATTIVE E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

SALES PA – COMUNICARE LE POLITICHE ATTIVE

DURATA

24 ore (6 sessioni da 4h)

TARGET

Operatori Politiche Attive

OBIETTIVI

La formazione è finalizzata a rafforzare nei partecipanti la qualità della loro comunicazione: acquisendo abilità per proporre i servizi in modo più efficace, apprendendo le diverse modalità per valorizzare al meglio l'offerta ai clienti, affinando le tecniche di comunicazione telefonica sviluppando autorevolezza e intelligenza relazionale, realizzando il copione tipo di una call/video finalizzata a promuovere le opportunità dell'avviso Politiche Attive acquisendo e consolidando le competenze relazionali per ingaggiare i beneficiari della Politiche Attive

CONTENUTI

Il percorso formativo è incentrato sullo sviluppo di competenze comunicative e di marketing per valorizzare, promuovere e rendere più accessibili i servizi al lavoro per candidati e aziende. Oltre all'analisi di casi concreti finalizzati alla condivisione di buone pratiche per migliorare la qualità delle prestazioni offerte, il corso fornisce un supporto organizzativo per ottimizzare la gestione delle fasi chiave del rapporto con le diverse tipologie di clienti. Dall'organizzazione degli appuntamenti in azienda al recupero della documentazione, attraverso un approccio tipicamente *learning by doing*, si condivideranno modelli, tecniche, strumenti specifici per aumentare la performance mantenendo elevata la soddisfazione di operatori e clienti

METODOLOGIA

Il corso è fortemente interattivo e alterna attività teoriche a quelle pratiche. Il metodo utilizzato prevede il coinvolgimento attivo dei partecipanti: per ogni argomento vengono analizzati gli strumenti più utili ed efficaci e posti in relazione ad esperienze concrete. È stata scelta la metodologia esperienziale integrata da pillole formative per co-costruire e personalizzare il frame della comunicazione telefonica volta ad informare e ingaggiare i possibili beneficiari degli avvisi di politica attiva regionali e nazionali

MANAGER E ALTI PROFILI AZIENDALI

CREATIVE MEETING MANAGEMENT

Per potenziare le risorse creative del proprio team e produrre rapidamente idee e soluzioni nelle riunioni

DURATA

6 ore (2 sessioni da 3h)

TARGET

Responsabili di team

OBIETTIVI

- Gestire la riunione in modo coerente con obiettivi ed esigenze aziendali
- Massimizzare i contributi dei colleghi e collaboratori
- Giungere ad uno stile condiviso attraverso l'elaborazione di linee guida aziendali
- Saper gestire diverse tipologie di riunioni
- Apprendere come si gestisce la sessione di facilitazione del processo creativo
- Saper utilizzare le tecniche per la generazione delle idee

CONTENUTI

Le riunioni, in presenza e a distanza, sono uno dei momenti più importanti, ma spesso sono anche una fonte di conflitti, perdite di tempo e di energia; questo *workshop* fornisce strumenti utili ai partecipanti per organizzare gestire e impostare *follow up*. Il *workshop* aiuta ad apprendere come attivare e coinvolgere i partecipanti di una riunione, allena nella preparazione e nella guida di riunioni dedicate alla produzione di idee e soluzioni

- *Creative Meeting Management*: come si organizza una sessione di facilitazione per equilibrare creatività ed efficienza.
- Le 5 fasi del *Creative Meeting Management*:
 1. Ricerca – Preparare il *meeting*
 2. Decodifica – Ruoli, regole e *killer* della creatività
 3. Elaborazione - Il *Creative Process Design*
 4. Produzione – Realizzare e pianificare
 5. Feedback – Strumenti per valutare le proposte

- Il *brainwriting*
 1. Le 15 regole
 2. Struttura e processo
 3. Come si *clusterizzano* le idee
 4. Il metodo CREARE applicato al *brainwriting*
- Sperimentazione pratica



TRAINING

MANAGER E ALTI PROFILI AZIENDALI

COLTIVARE LA MENTALITÀ DEL CAMBIAMENTO

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Manager di altri manager e middle management

OBIETTIVI

Sensibilizzare i partecipanti alla continuità del cambiamento e alla necessità di affrontare la cangiante realtà aziendale in modo agile. È previsto un *project work* di cambiamento

CONTENUTI

- I 5 verbi del cambiamento
- La “Leadership Automatica” come strumento basilare per affrontare il cambiamento continuo
- Gli elementi concreti ed operativi per la costruzione di una mentalità del cambiamento
- Analisi dei propri orientamenti personali alla gestione delle situazioni di cambiamento
- L'intensità e l'ampiezza dei cambiamenti

MANAGER E ALTI PROFILI AZIENDALI**TRASFORMARE L'ERRORE IN OPPORTUNITÀ****DURATA**

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Manager di collaboratori diretti o indiretti

OBIETTIVI

Saper gestire gli errori personali e dei propri collaboratori attraverso l'anticipazione e la loro trasformazione in apprendimento.

CONTENUTI

- Definire l'errore e le varie tipologie
- Le cause degli errori
- Errori manageriali
- Le variabili delle azioni correttive
- Stili di gestione degli errori
- Approccio organizzativo all'errore
- Attività laboratoriali: confronto in laboratori di 3-4 persone ciascuno sui risultati ottenuti prima della sessione finale

MANAGER E ALTI PROFILI AZIENDALI

MANAGER 3D DIREZIONE, DINAMISMO, DIGITALIZZAZIONE

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3h e 30m)

TARGET

Manager/responsabili che desiderano gestire con efficacia gli effetti della transizione digitale rispetto al business e al rapporto con i collaboratori diretti e indiretti.

OBIETTIVI

Supportare le figure manageriali attuali e future nel percorso di perfezionamento della loro attività gestionale in un contesto sempre più digitale.

CONTENUTI

- Riflessioni concrete sul cammino da intraprendere rispetto alla propria situazione organizzativa e alla relativa cultura
- Le caratteristiche attuali del profilo manageriale e gli obiettivi da raggiungere in relazione alla nuova 'civiltà digitale'
- Il modello di riferimento: il Manager 3D (Direzione, Dinamismo, Digitalizzazione)
- Le azioni da sviluppare per perfezionare le 3 D:
 1. Rinforzare la capacità di Direzione
 2. Consolidare l'abilità di Dinamismo
 3. Focalizzare il percorso della Digitalizzazione.
- Le leggi del Manager Digitale: dal Manager Classico all'E-Manager
- L'E-Manager come espressione di "Agilità Operativa"
- Il Manager Digitale: abbracciare la "tecnologia utile" senza abbandonare la parte relazionale
- Le pratiche manageriali e le forme digitali di supporto
- Il passo finale: da Manager Digitale a Leader Digitale
- *Action Plan*

MANAGER E ALTI PROFILI AZIENDALI

SMART WORKING E FUTURO DEL LAVORO

DURATA

7 ore (2 sessioni da 3,5h)

TARGET

Line Manager, HR Manager e Professional, Figure Consulenziali, Imprenditori di PMI

OBIETTIVI

Riflettere sullo sviluppo dello *Smart Working* all'interno del cambiamento in atto nel mondo del lavoro

CONTENUTI

- Lo *Smart Working*: questione di sostanza, ma anche di forma
- *Smart Working* e mutamenti nel mondo professionale
- Il superamento del 'paradigma del "controllo"
- I 2 pilastri di riferimento: l'impostazione di un reale processo di *Smart Working* e la gestione degli *Smart Worker*
- L'impatto delle nuove generazioni e del loro approccio al lavoro
- Modelli professionali ibridi
- Lo sviluppo degli aspetti di misurazione dell'efficacia dello *Smart Working*: la creazione di un cruscotto valutativo
- Un sistema globale verso l'agilità nel mondo del lavoro
- *Action Plan*

Il corso si innesta sulla situazione già in essere nell'azienda e vuole costituire un momento di confronto per un supporto concettuale ed operativo

MANAGER E ALTI PROFILI AZIENDALI

GESTIONE DEI TEAM INTERFUNZIONALI

DURATA

8 ore (2 sessioni da 4h)

TARGET

Responsabili di team

CONTENUTI

- I team *cross-functional*: definizione e caratteristiche specifiche
- Intelligenza collettiva e *knotworking* come stimolo per creatività e innovazione
- *Mindset, bias* ed euristiche facilitanti o ostacolanti il lavoro interfunzionale
- Obiettivi e motivazione per creare un'identità di squadra
- Metodologia: comunicazione, ruoli, fiducia e responsabilità
- Leadership condivisa e collettiva
- Strumenti: *impact mapping, event storming, kanban board, Miro, Slack*

CURIOSITÀ E INTERESSE

CORSO DI DIZIONE

DURATA

8 ore (4 sessioni da 2h)

TARGET

Tutti

DESCRIZIONE

Non solamente chi lavora nel mondo dello spettacolo può aver bisogno di parlare con una corretta dizione, senza inflessioni dialettali o errori di pronuncia. Attraverso questo corso sarà possibile imparare ad usare la propria voce in maniera corretta, eliminando i difetti di pronuncia e le cadenze dialettali, apprendendo la fonetica, le tecniche base della respirazione e sperimentando la lettura all'impronta. Ogni lezione sarà composta da una parte teorica e una pratica

OBIETTIVI

- Imparare le tecniche base della dizione e della fonetica italiana
- Riconoscere, gestire ed eliminare le cadenze dialettali e i difetti di pronuncia
- Migliorare l'esposizione

CONTENUTI

Durante il corso verranno sviluppati i seguenti temi:

- Tecniche base della respirazione diaframmatica
- Tecniche base per "sciogliere" le articolazioni mandibolari, allenando la lingua e i muscoli della bocca
- L'uso corretto della pronuncia italiana, l'accento tonico e l'accento fonico (le vocali aperte e chiuse)
- L'uso corretto delle consonanti, sorde e sonore
- Il valore della punteggiatura, delle pause, del volume e del tono
- Esercitazioni pratiche

CURIOSITÀ E INTERESSE

POCKET HEALTHY PRACTICE

Pillole di Welfare aziendale

DURATA

8 ore (4 sessioni da 2h)

TARGET

Tutti

OBIETTIVI

Le pratiche proposte, attraverso un approccio innovativo e sperimentato con successo in ambiti aziendali differenti, forniscono strumenti e stimoli utili al mondo del lavoro per il miglioramento della:

- Qualità e consapevolezza della propria presenza
- Capacità di operare con una comunicazione efficace sia a livello verbale che non verbale
- Comprensione e gestione degli stati emotivi e dello stress percepito
- Focalizzazione e raggiungimento degli obiettivi
- Capacità di gestione dei conflitti
- Consapevolezza relazionale
- Costruzione di dinamiche coesive all'interno dei gruppi di lavoro

CONTENUTI

Gli artisti del TRA (Tavolo di Ricerca Artistica) di Lavanderia a Vapore di Torino, a partire da una riflessione incentrata sui bisogni particolarmente rilevanti nel contesto attuale, hanno individuato 8 parole chiave attorno alle quali sono state costruite pratiche di benessere. Le parole chiave sono: respiro, risveglio, centratura, contatto, relazione, concentrazione, rilassamento, "non fare".

Il percorso proposto prevede 5 incontri on line con focus sulla parola chiave **Respiro**.

Agire sul respiro vuol dire agire sulla qualità stessa della Vita. Lo Yoga fornisce da secoli strumenti utilissimi per prendere consapevolezza di come respiriamo e di

dove tratteniamo eventuali blocchi, aiutandoci a superarli. Migliorare la capacità respiratoria ha ricadute positive a 360 gradi contribuendo a ossigenare tutti gli organi e promuovendo l'integrità psicofisica generale dell'individuo.

I benefici delle tecniche di respirazione proposte in questo modulo sono molteplici: aumentare la capacità respiratoria, aiutare la regolarizzazione del battito cardiaco e della pressione arteriosa, favorire il rilassamento e la concentrazione, promuovere il ricambio cellulare e la presa di consapevolezza dell'interconnessione delle parti.

A partire da quest'ultimo punto si può comprendere come un lavoro sul respiro abbia ricadute non solo sul singolo ma possa favorire lo sviluppo di relazioni più armoniche anche a livello di gruppo

CURIOSITÀ E INTERESSE

ESPRIMERSI CON IL CORPO E LA VOCE

Tecniche di recitazione per gestire la propria espressività nei momenti di stress

DURATA

16 ore (4 sessioni da 4h / 2 sessioni da 8h)

TARGET

Quadri che desiderano migliorare la qualità della propria comunicazione nella relazione individuale come nelle occasioni pubbliche, sia sul fronte esterno (clienti, fornitori e istituzioni), sia sul fronte interno (collaboratori, colleghi e referenti).

OBIETTIVI

- Sviluppare la capacità di ascolto e percezione delle caratteristiche espressive del proprio corpo e della propria voce
- Saper riconoscere i segnali di stress del nostro corpo
- Individuazione, accettazione e valorizzazione del proprio personale stile comunicativo
- Miglioramento dell'efficacia comunicativa adeguata al contesto
- Superamento delle convinzioni autolimitanti

CONTENUTI

- Principi della Comunicazione Umana
- Esercizi di percezione del proprio corpo: stasi e movimento
- Gli elementi della comunicazione corporea: postura, gestualità, mimica facciale, contatto visivo, prossemica
- Indicatori dello stress: le parti bersaglio del nostro corpo
- Esercizi di espressione corporale
- Conoscere la propria voce

CURIOSITÀ E INTERESSE

RECITO DUNQUE SONO

Come avvicinarsi alla comunicazione assertiva attraverso la recitazione

DURATA

2 giornate in presenza

TARGET

Quadri che devono gestire gruppi di lavoro, coordinare collaboratori, affrontare e condurre riunioni.

OBIETTIVI

- La metacomunicazione: contenuto e relazione
- La comunicazione passiva: come, quando, in che modo
- La comunicazione aggressiva: come, quando, in che modo
- La comunicazione assertiva: come, quando, in che modo
- L'autostima: il giudizio che ogni individuo dà del proprio valore
- Obiettivi chiari: ciò che può aumentare la percentuale di successi ed influire positivamente sull'autostima personale
- Saper ascoltare: cogliere il senso vero della comunicazione altrui
- Saper assumere rischi: affermare le proprie convinzioni e comunicare le proprie aspettative Saper dire di no: un arte difficile ma essenziale
- Saper ammettere gli sbagli: sbagliare non è piacevole, ma ammettere di aver commesso un errore è sintomo di forza e di personalità
- Criticare in maniera costruttiva: criticare il comportamento e non la persona
- *I - Communication & You Communication*



Assolavoro è l'**Associazione Nazionale di Categoria delle Agenzie per il Lavoro** (ApL). Riunisce le **Agenzie per il Lavoro** che producono l'85% del fatturato complessivo legato alla somministrazione di lavoro e contano in tutta Italia oltre 2.500 filiali.

Le Agenzie aderenti ad Assolavoro forniscono anche - sia attraverso specifiche *legal entity* che articolazioni organizzative specializzate - **tutti i servizi legati al mondo delle risorse umane**, ed in particolare: ricerca e selezione, consulenza organizzativa, *outplacement*, formazione e sviluppo, *career coaching*, *head hunting*, *corporate learning*, *recruitment*, *sales & field marketing*, servizi di consulenza HR per il *middle management*, servizi HR internazionali, ricollocazione professionale, consulenza strategica e trasformazione digitale.

L'Associazione nasce per garantire alle ApL standard più elevati di tutela e rappresentanza, un'offerta integrata di assistenza e servizi, formazione per i dipendenti diretti delle Agenzie Associate, nonché analisi quali-quantitative sulle dinamiche del Mercato del Lavoro, anche in *partnership* con Università e centri di ricerca specializzati.

È riconosciuta quale Parte Sociale e interviene stabilmente alle audizioni ed alle consultazioni indette dagli Organismi Parlamentari, dal Governo, dalle Regioni e dagli Enti Locali, per contribuire alla fase di elaborazione sia di nuove normative, sia di indagini conoscitive sul mercato del lavoro.

Assolavoro aderisce a **Confindustria** come Socio aggregato, è membro **ASviS** -Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, e rappresenta l'espressione italiana della **World Employment Confederation - Europe**, la Confederazione Europea delle Agenzie per il Lavoro.



ASSOLAVORO
Associazione Nazionale delle Agenzie per il Lavoro



WORLD
EMPLOYMENT
CONFEDERATION