ASSOLAVORO ACADEMY

ASSOLAVORO ACADEMY

OFFERTA FORMATIVA 2024

ASSOLAVORO
Associazione Nazionale delle Agenzie per il Lavoro

WORLD EMPLOYMENT CONFEDERATION

ASSOLAVORO
Associazione Nazionale delle Agenzie per il Lavoro

WORLD
EMPLOYMENT
CONFEDERATION

INDICE

02 LA NOSTRA ACADEMY

04 AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

18 FUNZIONI COMMERCIALI E AREA VENDITE

30 MIDDLE MANAGEMENT AZIENDALE

43 OPERATORI DELLE PAL E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

53 MANAGER E ALTI PROFILI AZIENDALI

ASSOLAVORO ACADEMY

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 2024 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 tecnicalità utili agli operatori delle politiche attive e degli enti di formazione; dagli strumenti per la miglior gestione delle risorse umane al sostegno 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. 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 seguire un corso pensato 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. L'offerta formativa dell'Academy è dinamica, flessibile e sempre aperta ad aggiornamenti in corso d'opera, anche sulla base di suggerimenti e iniziative provenienti dalle Agenzie Associate.

AREA SOFT SKILLS E COMPETENZE TRASVERSALI

POTENZIARE L'ENERGIA RELAZIONALE
Gestire complessità organizzative e governare lo stress

DURATA:
7 ore (2 sessioni da 3,5 ore)

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:
- Prework 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

TEAM WORKING E TEAM BUILDING

DURATA:
6 ore (2 sessioni da 3 ore)

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 ore)

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
- Scovare il beneficio principale
- Individuare l'utilità e i vantaggi

Il 4MAT-AGREEMENT
- Un metodo per strutture il dialogo con il cliente
- Le 4 domande chiave

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE EFFICACE

DURATA:
8 ore (2 sessioni da 4 ore)

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

MIND MANAGEMENT

DURATA:
8 ore (2 sessioni da 4 ore)

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 sì
- 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 inbox; multitasking: davvero un vantaggio?
- To do list: raccogliere, esaminare, pianificare
- Saper dire di no: un vantaggio per tutti

GESTIONE DEL CONFLITTO E DELLA CRITICA

DURATA:
7 ore (2 sessioni da 3,5 ore)

TARGET:
Tutti

OBIETTIVI E CONTENUTI:

- Cosa significa una situazione difficile e le tipologie organizzative
- Analisi delle mappature individuali suggerite dal Prework
- Una situazione difficile comune: il conflitto
- La differenza tra divergenza e conflitto: la matrice di riferimento
- 4 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

TIME & PRIORITY MANAGEMENT

DURATA:
7 ore (2 sessioni da 3,5 ore)

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

STORYTELLING & PITCHING

DURATA:
7 ore (2 sessioni da 3,5 ore)

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

DATA STORYTELLING

DURATA:
7 ore (2 sessioni da 3,5 ore)

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.

PUBLIC SPEAKING
Come sistematizzare e valorizzare la propria capacità comunicativa in pubblico e nelle presentazioni

DURATA:
7 ore (2 sessioni da 3,5 ore)

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

DURATA:
6 ore (2 sessioni da 3 ore)

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'email
- Velocizzare e facilitare i propri processi di scrittura

CONTENUTI:
All'attività formativa è integrata una gamefication 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 email: facilitare la comprensione del lettore
- Costruire la scaletta del testo
- Le diverse tipologie di organizzazione di un'email e dell'oggetto
- Il linguaggio grafico e i significati nascosti
- L'indice di leggibilità di un testo

APPROCCIO ASSERTIVO E CONTROLLO EMOTIVO

DURATA:
7 ore (2 sessioni da 3,5 ore)

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

PERFORMING UNDER PRESSURE

DURATA:
4 ore (2 sessioni da 2 ore)

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:
(RI)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"

INTELLIGENZA EMOTIVA

DURATA:
6 ore (2 sessioni da 3 ore)

TARGET:
Tutti

PRESENTAZIONE DEL CORSO:
Conoscere le emozioni e le reazioni emotive diventa sempre più cruciale per massimizzare la performance, in un contesto che richiede sempre più capacità di ascolto, empatia, coinvolgimento, delega e responsabilizzazione al fine di gestire al meglio sia in presenza che a distanza collaboratori e relazioni all'interno ed al di fuori del team.
In tale prospettiva il corso, basandosi sui più moderni studi delle Neuroscienze,
approfondisce metodologie e tecniche per gestire le emozioni come risorsa all'interno
del contesto organizzativo.

OBIETTIVI:
- Navigare le Emozioni: valutare, reagire, trasformare le emozioni in risorse strategiche
- Stabilire relazioni efficaci con l'Intelligenza Emotiva
- Aumentare l'efficacia delle performance attraverso la gestione delle emozioni

CONTENUTI:
- I Brain Talent che favoriscono lo sviluppo del Digital Mindset: Adaptability, Proactivity, Collaboration
- I 4 Quadranti delle emozioni (applicazioni nel contesto aziendale)
- Scan Corpo-Mente-Cuore
- Emozio-Learning: I perché delle emozioni
- 3 Strategie per navigare le emozioni

STRUMENTI DI VENDITA EFFICACE

DURATA:
8 ore (2 sessioni da 4 ore)

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 rôle-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.

PIANIFICAZIONE E SVILUPPO COMMERCIALE

DURATA:
6 ore (2 sessioni da 3 ore)

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.

PIANIFICAZIONE E SVILUPPO COMMERCIALE

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 manutenuto 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.

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 3 ore)

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:

- 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"
- 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 dont's

NEGOZIAZIONE COMMERCIALE

Cercare un accordo che soddisfi i bisogni/interessi delle parti per salvaguardarne la relazione e ottimizzare la creazione e lo scambio di valore

DURATA:
16 ore (4 sessioni da 4 ore)

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; 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 processo di vendita rivisto in logica negoziale
- Costruire e proporre soluzioni di valore ingaggiando il cliente
- Comprendere il sistema di bisogni e interessi in gioco
- Le trattative commerciali complesse
- Esperienze negoziali dei partecipanti: fattori di successo e di insuccesso nelle negoziazioni
- I modelli negoziali: negoziazione competitiva e integrativa
- Role play e debrief
- Negoziazione competitiva: i punti di attenzione
- Role play e debrief
- 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
- Leadership negoziale e gestione degli aspetti emotivi nella negoziazione
- Le armi della persuasione: distorsioni cognitive
- Gli step per preparare la negoziazione e strumenti di supporto
- Autovalutazione e definizione di un piano di sviluppo individuale

NEGOTIATION SKILLS
Negoziare per ottenere risultati duraturi

DURATA:
7 ore (2 sessioni da 3,5 ore)

TARGET:
Professional e manager che desiderano sviluppare la loro efficacia negoziativa

OBIETTIVI:
Saper adottare una mentalità negoziativa 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;
- Attività laboratoriali.

L'ultima parte sarà dedicata interamente ad esercizi in sottogruppi

INCENTIVI NAZIONALI

DURATA:
8 ore (2 sessioni da 4 ore)

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 2024
- Gli incentivi occupazionali ancora in vigore
- Ulteriori ipotesi di riduzione del costo del lavoro

FORMA.TEMP
Corso Base

DURATA:
3 ore (1 sessione)

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

DIGITAL RECRUITING
I social come strumento utile a favorire l'incontro tra agenzia e somministrati

DURATA:
9 ore (3 sessioni da 3 ore)

TARGET:
HR

OBIETTIVI:
- Imparare ad utilizzare i canali digitali per rintracciare i candidati più in linea con la propria ricerca (Digital Recruiting)
- Migliorare la propria visibilità on line (Personal Branding)
- Gestire nel modo più efficace le conversazioni digitali, pre e post colloquio, con i candidati (Digital Keywords)

CONTENUTI:
- I canali social per la ricerca dei candidati on line (LinkedIn, Facebook, Instagram)
- Analisi dei punti di forza dei social network
- Scelta del social network più adeguato per il profilo professionale da ricercare
- Criteri e tecniche per impostare una corretta fase di recruiting digitale sui vari social network
- Tecniche di reclutamento nelle Job Board e negli aggregatori di annunci di lavoro
- Migliorare il proprio profilo on line per poter richiamare l'attenzione del candidato ispirando fiducia e professionalità
- Gestire nel modo più efficace le conversazioni digitali con i candidati pre e post colloquio via chat e via mail (tra cui: Digital Keywords, Killer Questions, Job Title)

SOLUTION BASED SELLING

DURATA:
8 ore (2 sessioni da 4 ore)

TARGET:
Tutti

OBIETTIVI:
- Analizzare la differenza tra vendita di servizi e vendita di soluzioni
- Come intercettare bisogni dichiarati e latenti
- Confrontarci e potenziarci

CONTENUTI:
- Gestione delle relazioni: adattare il proprio comportamento a diversi tipi di personalità
- Analisi del fabbisogno: sviluppare soluzioni client-based
- La Value Proposition: saper rappresentare il valore della proposta
- Personalizzare l'offerta per persuadere il cliente ad acquistare
- Gestione avanzata delle obiezioni: sviluppare risposte efficaci per le obiezioni più 'severe'
- Negoziazione: rispondere con successo a trattative difficili
- La relazione personale: assertività e adattamento allo stile del decisore
- Costruire una propria strategia che monitori i progressi della performance

LA GRAFOLOGIA AL SERVIZIO DELLE AZIENDE
Corso Base

DURATA:
8 ore (2 sessioni da 4 ore)

TARGET:
Tutti

OBIETTIVI:
Il corso base si pone l'obiettivo di fornire ai partecipanti le conoscenze di "base" della scienza grafologica attraverso lo studio dei generi e delle specie della scrittura, secondo la metodologia della scuola francese.
Ogni partecipante alla fine del corso sarà in grado di utilizzare gli strumenti di base per individuare in una scrittura le principali peculiarità: relazionali, intellettuali e professionali.

CONTENUTI:
- Introduzione alla scienza grafologica
- Relazione tra grafismo e personalità
- Applicazioni e utilità della grafologia in ambito aziendale
- Approccio all'osservazione generale della scrittura: simbolismo del campo grafico; rapporto forma-movimento
- Introduzione ai segni grafologici: i primi quattro generi della scrittura (Forma-Movimento-Tratto-Spazio) e rispettiva interpretazione grafologica
- Laboratorio di pratica: analisi di scritture e individuazione delle caratteristiche grafologiche derivanti dai primi quattro generi presentati
- Accenni all'interpretazione della punteggiatura e dei piccoli segni
- Importanza della collocazione della firma sul foglio e rapporto tra il nome e il cognome

LA GRAFOLOGIA AL SERVIZIO DELLE AZIENDE
Corso Avanzato

DURATA:
8 ore (2 sessioni da 4 ore)

TARGET:
Tutti

OBIETTIVI:
CONOSCENZE SOLLECITATE: Il corso si pone l'obiettivo di fornire informazioni "avanzate" e approfondimenti sulla scienza grafologica.
Alla fine del corso ogni partecipante disporrà di validi strumenti che favoriranno l'individuazione delle potenzialità personali di un soggetto scrivente e sarà in grado di delineare un ritratto di personalità attraverso l'utilizzo delle conoscenze sollecitate.

CONTENUTI:
- Osservazione della scrittura: rapporto curva-angolosa
- L'importanza dei piccoli segni: puntini delle "i"; tratti iniziali e finali; accenti; barre delle "t" e altro ancora
- La firma come affermazione d'identità: approfondimenti e significati in relazione agli otto generi grafologici analizzati e disomogeneità tra testo e firma
- Tipologie freudiane e interpretazione grafologica
- Laboratorio di pratica: identificazione delle principali soft skill mediante la valutazione dei segni grafici presenti sulle scritture
- Esercitazione finale: analisi in anonimato delle scritture dei partecipanti e identificazione delle potenzialità personali di ciascuno

SCUOLA DI COACHING CREATIVO

DURATA:
64 ore (16 sessioni da 4 ore)
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.

SCUOLA DI COACHING CREATIVO

- 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

SCUOLA DI COACHING CREATIVO

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 coachee. 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 multiangolare
- 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

SCUOLA DI COACHING CREATIVO

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.

CREATIVE COACHING SKILLS

DURATA:
21 ore (6 sessioni da 3,5 ore)

TARGET:
Tutti

OBIETTIVI:
Creative Coaching Skills è un percorso formativo che ha l'obiettivo di trasferire conoscenze e competenze di base sull'approccio coaching.
Il training fornisce modalità concrete per affrontare le sfide attuali, per favorire un apprendimento rapido, facilmente assimilabile e trasferibile alle attività lavorative.
Il partecipante ha l'opportunità di scegliere uno o più moduli relativi a specifiche competenze, in base alle proprie esigenze. Ogni modulo è auto-consistente ed è basato su una metodologia di apprendimento lean. Il partecipante si concentra su una sola competenza alla volta, ne apprende l'essenza e la mette in pratica rapidamente integrandola nella propria attività professionale.

CONTENUTI:
Modulo 1. Coaching Mindset

- Che cos'è il coaching e come si differenzia da altri approcci
- Le competenze del coach
- La struttura del processo di coaching secondo la metodologia del Coaching Creativo

OBIETTIVI: Saper dialogare in modo creativo con l'approccio coaching.

Modulo 2. Ascolto generativo

- Le interferenze dell'ascolto e i non ascoltatori
- Livelli e atteggiamenti nell'ascolto
- Le tecniche dell'ascolto attivo

OBIETTIVI: Entrare in una nuova dimensione dell'ascolto creando sintonia con l'interlocutore.

CREATIVE COACHING SKILLS

Modulo 3. Domande potenti

- Tipologia di domande
- Come fare domande da coach
- Rendere le domande potenti

OBIETTIVI: Saper fare domande potenti in ogni fase della conversazione per stimolare livelli di esplorazione e creatività più estesi

Modulo 4. Agire per obiettivi

- I livelli degli obiettivi in John Whitmore
- Il modello +SMARTER
- Il processo di definizione degli obiettivi e il sistema di convinzioni nel modello di Robert Dilts

OBIETTIVI: Accompagnare i clienti a realizzare i propri risultati attraverso una chiara definizione degli obiettivi

Modulo 5. Continuos feedback

- L'economia delle carezze e le 4 tipologie di riconoscimenti
- La struttura in 4 fasi del feedback
- Le caratteristiche essenziale per dare feedback efficaci

OBIETTIVI: Saper fornire feedback precisi per il miglioramento delle performance del cliente

Modulo 6. EmpowerMind

- I 4 livelli di svalutazione
- Il rimodellamento generativo delle risorse per l'empowerment
- Le 4 tecniche per passare dallo stato di blocco allo stato di pieno potenziale

OBIETTIVI: Saper stimolare l'empowerment personale e dei propri clienti

PROJECT MANAGEMENT
Corso Base

DURATA:
18 ore (6 sessioni da 3 ore)

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)

PROJECT MANAGEMENT
Corso Base

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

AGILE PROJECT MANAGEMENT

DURATA:
21 ore (7 sessioni da 3 ore)

TARGET:
Project Manager, coordinatori di progetto, Product Owner. In generale, tutti coloro che, impegnati in attività progettuali aziendali o stakeholders di progetto, hanno bisogno di entrare nella disciplina Agile.

OBIETTIVI E CONTENUTI:
L'approccio agile al Project Management, dopo un inizio orientato esclusivamente allo sviluppo software, è ormai divenuto un modus operandi per tutti quei progetti che, avendo bisogno di continui adattamenti e cambiamenti, pretendono un processo dinamico e flessibile, orientato a frequenti rilasci incrementali di valore.

L'approccio agile persegue la qualità del prodotto e la customer satisfaction, e la sua efficacia dipende fortemente dalla collaborazione attiva e continua fra cliente e fornitore e, di conseguenza, dalla forza dell'empowerment permessa all'interno del team di progetto. L'approccio agile, infatti, prevede pratiche che permettono al team di sviluppo di raggiungere un'elevata reattività alle esigenze del cliente realizzando un prodotto/servizio che abbia un valore per il business.
Il corso affronta l'Agile Project Management, confrontandolo con la visione tradizionale, analizzando le sue caratteristiche e quelle dei team agili, e percorrendo le fasi del suo tipico ciclo di vita, affrontandole con esercitazioni individuali e di gruppo su un caso studio.

I contenuti del corso sono in linea con i principali framework e certificazioni Agile, in primis con la certificazione PMI-ACP del Project Management Institute.

RECRUITMENT E PLACEMENT DA REMOTO

DURATA:
16 ore (4 sessioni da 4 ore)

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-recruiment 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.

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

DURATA:
6 ore (2 sessioni da 3 ore)

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 gamefication 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

NEGOZIARE PER OTTENERE RISULTATI DURATURI

DURATA:
7 ore (2 sessioni da 3,5 ore)

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

GESTIONE AMMINISTRATIVA E LUL DEI LAVORATORI IN SOMMINISTRAZIONE

Adempimenti obbligatori e lettura delle Buste Paga

DURATA:
6 ore (2 Sessioni da 3 ore)

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;
- Esemplificazione 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;
- Esemplificazioni 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.

IL BILANCIO DI COMPETENZE PASSO PASSO

DURATA:
16 ore (4 Sessioni da 4 ore)

TARGET:
Operatori PAL, orientatori, addetti alla formazione e sviluppo del personale. Il modulo si rivolge a professionisti che abbiano maturato esperienza nella gestione di colloqui di orientamento individuale.

OBIETTIVI:
- Condividere la metodologia del bilancio di competenze come momento di sviluppo di una persona al lavoro o in transizione
- Sperimentare un percorso di bilancio di competenze in gruppo e individuale

CONTENUTI:
- Il modello del bilancio di competenze in 3 fasi: retrospettiva, prospettiva, di realizzazione
- Il processo di autoconsapevolezza riflessiva: autoconsapevolezza riflessiva: modalità di esplorazione, comprensione e azione.
- Il processo di bilancio di competenze: fasi e modalità, i concetti chiave. Saper-agir, la mobilitazione, i contesti di acquisizione, descrizione delle competenze. Competenze e attitudini.
- Bilancio di competenze e transizione: Bilancio di competenze progetto, counseling individuale, intervento in piccolo gruppo.
- Programma Bilancio di competenze e materiali del percorso

Fase di accoglienza: esercizi e output. Diagramma illustrativo del Bilancio di competenze, esercizio in gruppo "Gli autografi"; "Ritratto delle mie risorse e limiti personali e ambientali"; "La finestra di Johari".
Fase retrospettiva: esercizi per le aree indagate (storia personale, competenze, interessi, transizione, risorse e limiti, valori, i bisogni), redazione del portfolio.
Fase prospettiva: esercizi e attività per accompagnare le possibili aree professionali di sviluppo; gli assi del progetto professionale e di vita; presentare il progetto.
Fase di realizzazione: esercizi e attività per redigere il piano di azione (WorkBook Piano di azione, esempi di bisogni da soddisfare per i 3 fattori del piano di azione). Valutazione e chiusura individuale: questionario di valutazione. Monitoraggio di gruppo.

CONSULENZA DI CARRIERA - CAREER COUNSELING & COACHING

Accompagnare una persona nella ricerca di un nuovo lavoro o nuova strategia professionale

DURATA:
16 ore (4 Sessioni da 4 ore)

TARGET:
Operatori PAL, orientatori, addetti alla formazione e sviluppo e gestione del personale.

OBIETTIVI:
- Fornire conoscenze, tecniche e metodologie sulla consulenza di carriera
- Ampliare il lavoro di consulente di carriera, orientatore
- Comprendere le persone per gestirle

CONTENUTI:
- Principi base della consulenza di carriera: cosa influenza il modo in cui i consulenti e i clienti lavorano insieme? Quale è il tuo stile di consulenza? Questionario di autovalutazione. Preservare l'autonomia del proprio cliente. I diversi profili di consulente
- La diagnosi essenziale: cosa aiuta le persone a trovare lavoro? Difficoltà e come superarle
- Definizione delle priorità delle azioni da intraprendere
- Progettare una strategia a supporto: 4 fasi per il successo
- L'approccio in 4 fasi:

1. Accettare il cambiamento
2. Sfruttare al meglio la capacità produttiva
3. Immaginare il futuro
4. Trasformare il futuro in realtà

- Tecniche di consulenza, comunicazione e analisi della relazione del cliente con il consulente

PERCORSI DI ORIENTAMENTO E PRESA IN CARICO TARGET GOL

DURATA:
8 ore (2 Sessioni da 4 ore)

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 ADI, 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 ADI), 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 PAL E DEGLI ENTI DI FORMAZIONE

I BIAS COGNITIVI NELLA VALUTAZIONE, SELEZIONE E CONSULENZA DI CARRIERA

Sviluppa consapevolezza per migliorare la relazione con le tue persone

DURATA:
8 ore (2 Sessioni da 4 ore)

TARGET:
Operatori PAL, orientatori, addetti alla formazione e sviluppo e gestione del personale; addetti alla selezione

OBIETTIVI:

- Identificare i Bias, comprendere le basi neuroscientifiche
- Come riconoscere le trappole dei Bias
- Sviluppare consapevolezza di come i Bias influenzino i colloqui

CONTENUTI:

- Una visione di insieme dei Bias inconsci che agiscono sul ragionamento
- Le basi neuroscientifiche dei Bias cognitivi inconsci
- L'effetto fluenza, il pregiudizio di conferma e la sfida dell'attribuzione causale

Esercizi individuali e laboratori in gruppo per sperimentare attivamente l'influenza dei Bias sul nostro pensiero e comportamento.

TECNICHE DI CONSULENZA E COMPETENZE DELL'OPERATORE DI ORIENTAMENTO

DURATA:
8 ore (2 Sessioni da 4 ore)

TARGET:
Operatori junior delle PAL

OBIETTIVI:

- Acquisire le conoscenze base e competenze base per la gestione di una consulenza di orientamento
- Migliorare la capacità di gestione del colloquio di orientamento nelle diverse fasi del processo di orientamento

CONTENUTI:
Il colloquio di orientamento strumento privilegiato della consulenza orientativa. Il colloquio di accoglienza per stabilire l'accordo, ingaggiare la persona e definire le regole. Ascolto attivo e stili di gestione delle domande. Domande e tecniche per l'esplorazione delle dimensioni orientative.
Esercitazioni 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 PROCESSO DI SELEZIONE
Dall'analisi della domanda del cliente all'engagement del candidato

DURATA:
8 ore (2 Sessioni da 4 ore)

TARGET:
Addetti alla selezione e gestione del personale; addetti alla formazione e sviluppo, operatori PAL, orientatori

OBIETTIVI:
Fornire strumenti e metodi per qualificare il processo di selezione e valutazione di profili generalisti.
Trasferire metodologie di gestione del candidato e del cliente nelle fasi del processo di selezione.

CONTENUTI:
Le attività preselettive: ruoli e responsabilità. Il Cliente: cooperare e collaborare per comprenderne i bisogni. Linee guida per la scrittura della Job Description. Errori comuni nella fase di preparazione della selezione. Job analysis: approfondire la job description, i requisiti e l'ambiente di lavoro. Le domande chiave da porsi e porre in questa fase per approfondire la conoscenza della posizione vacante con il cliente.

Intervistare i candidati: costruire un format per l'intervista di selezione. Come formulare le domande e mettere in relazione le risposte ottenute per valutare il candidato. Domande base, domande sulle competenze, domande specifiche sulle competenze connesse alla posizione. Domande ipotetiche, domande esplorative e di indagine. Domande chiuse. Domande STAR. Le domande da evitare nel colloquio. Il colloquio di screening: linee guida generali per gestire le telefonate o le video call. Gestione del candidato: sostenere il cambiamento professionale, come portare a bordo il candidato la gestione del feed-back.

LE COMPETENZE: LETTURE PER LO SVILUPPO DELLE PERSONE, IMPARARE AD OSSERVARLE

DURATA:
8 ore (2 Sessioni da 4 ore)

TARGET:
Operatori PAL, orientatori, addetti alla formazione e sviluppo e gestione del personale; addetti alla selezione

OBIETTIVI:
- Acquisire modelli, definizioni e descrittori delle competenze professionali
- Sviluppare la capacità di osservazione delle competenze al lavoro

CONTENUTI:
- Le competenze in orientamento, selezione, formazione e sviluppo
- Il modello del Job Competence Assessment
- Dizionari di competenze, capacità, attitudini
- Le domande per le competenze

VALIDAZIONE E CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE

DURATA:
18 ore (6 Sessioni da 3 ore)

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.

GESTIRE INTERVENTI PER PERSONE CON BACKGROUND MIGRATORIO

DURATA:
16 ore (4 Sessioni da 4 ore)

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.

SALES PA: COMUNICARE LE POLITICHE ATTIVE

DURATA:
24 ore (6 Sessioni da 4 ore)

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.

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 3 ore)

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
- Le 15 regole
- Struttura e processo
- Come si clusterizzano le idee
- Il metodo CREARE applicato al brainwriting
- Sperimentazione pratica

COLTIVARE LA MENTALITÀ DEL CAMBIAMENTO

DURATA:
7 ore (2 Sessioni da 3,5 ore)

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

TRASFORMARE L'ERRORE IN OPPORTUNITÀ

DURATA:
7 ore (2 Sessioni da 3,5 ore)

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 3D
DIREZIONE, DINAMISMO, DIGITALIZZAZIONE

DURATA:
7 ore (2 Sessioni da 3,5 ore)

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:

a. Rinforzare la capacità di Direzione
b. Consolidare l'abilità di Dinamismo
c. 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

GESTIONE DEI TEAM INTERFUNZIONALI

DURATA:
8 ore (2 Sessioni da 4 ore)

TARGET:
Responsabili di team

OBIETTIVI:
Obiettivi/temi Riflettere sullo sviluppo dello Smart Working all'interno del cambiamento in atto nel mondo del lavoro.

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

ASSOLAVORO

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.

GENNAIO 2024

ASSOLAVORO
Associazione Nazionale delle Agenzie per il Lavoro

WORLD
EMPLOYMENT
CONFEDERATION