



CONFINDUSTRIA Mantova

FEDERMANAGER
ACADEMY



ASSOSERVIZI **MANTOVA**

società di servizi di  CONFINDUSTRIA Mantova

SAILING FOR MANTOVA

SEMINARI SPECIALISTICI DI ALTA FORMAZIONE SUI TEMI DELL'INNOVAZIONE E DEL CAMBIAMENTO

NEL PERIODO OTTOBRE-DICEMBRE 2015 PRESSO CONFINDUSTRIA MANTOVA

seminario GRATUITO giovedì 8 ottobre 2015 dalle ore 16.00 alle 19.00

Sede: Confindustria Mantova Via Portazzolo 9 – 46100 Mantova

“OCEANO BLU” ED EXPERIENCE CO-CREATION: METODOLOGIE DI INNOVAZIONE RADICALE

Relatore: Vincenzo Vasapoli, consulente senior ed esperto di BSC e di metodologia “Oceano Blu” (Verona)

Obiettivi

Entrare nella sfera di attenzione degli attuali “non clienti”, o immaginare proposte talmente nuove da aprire mercati senza competitor sono obiettivi molto difficili, ma con la metodologia “Oceano Blu” e i suoi casi di successo sono diventati obiettivi possibili per un numero significativo di aziende. L’incontro consentirà di apprendere elementi di scenario per una introduzione all’utilizzo di strumenti e metodologie di innovazione radicale e creatività, offrendo spunti di confronto per potere realizzare a livello aziendale o interaziendale un percorso di più ampio respiro centrato sulla strategia e articolato su 2/3 giornate.

Lo scopo di un eventuale percorso aziendale su strategia e innovazione è quello di portare il partecipante ad apprendere le basi teoriche e le indicazioni pratiche per progettare ed implementare un efficace strategia in grado di orientare e definire le priorità aziendali da condividere con i collaboratori.

Contenuti principali

- Creatività e innovazione, una sfida per essere vincenti
- I concetti tradizionali di strategia e di vantaggio competitivo nella strategia aziendale: metodologie di innovazione tradizionale vs trasformazionale
- La curva del valore del cliente come strumento su cui lavorare per creare innovazione
- Introduzione alle metodologie di innovazione trasformazionale: Blue Ocean Strategy, Experience Co-Creation, Disruptive Innovation
- Collegamento con la strategia aziendale
- Casi aziendali di successo

Per iscriversi compilare la scheda di adesione presente nelle ultime pagine, da rinviare alla Segreteria organizzativa per fax al n° 0376/237250

COMMUNICATION SKILLS: STRUMENTI E TECNICHE PLUG AND PLAY PER UNA COMUNICAZIONE STRATEGICA ED EFFICACE

Alberto Solieri, esperto di comunicazione, giornalista e consulente in progetti di comunicazione per imprese e Ministeri

Obiettivi

L'incontro si pone l'obiettivo di offrire ai singoli e alle organizzazioni modelli comunicativi e competenze per migliorare la propria immagine, attraverso un percorso che crea stile e metodo innovativo nella comunicazione pubblica ed interpersonale.

Il workshop, fortemente interattivo e basato su esercitazioni, simulazioni e giochi di ruolo è finalizzato a far apprendere le metodologie e le tecniche per migliorare la preparazione del discorso, gestire l'ansia da prestazione e sviluppare la capacità di creare empatia e relazione tra relatore ed interlocutore.

Contenuti principali

La composizione del discorso

- Gli schemi del public speaking
- Le barriere della comunicazione
- Le fasi del discorso

Dietro le quinte: la fase di preparazione

- I 6 errori gravi nella fase della preparazione
- Cosa fare: come garantirsi il 50% del successo prima di pronunciare la prima parola

La gestione delle stress

- Stress tonico, distonico ed i paradossi dello stress
- Tecniche per controllare la tensione

Il decollo: come cominciare

- Gli errori in apertura più frequenti
- Le frasi killer da evitare e le 12 tecniche per una apertura efficace

La gestione del discorso

- Gli errori più comuni commessi durante un discorso in pubblico
- La comunicazione non verbale e paraverbale: "i do's" e "i don't" della prossemica, postura, gesticolazione, sguardo e voce
- L'attenzione dell'uditorio e le tecniche per tenere vivo il rapporto con il pubblico

La chiusura dell'intervento

- Come concludere un intervento
- Domande e risposte: la gestione del dibattito e dei conflitti possibili.

Per iscriversi compilare la scheda di adesione presente nelle ultime pagine, da rinviare alla Segreteria organizzativa per fax al n° 0376/237250

3° seminario giovedì 12 novembre 2015 dalle ore 9.00 alle 18.30

Sede: Confindustria Mantova Via Portazzolo 9 – 46100 Mantova

GESTIONE DEL CAMBIAMENTO, FATTORI DI SUCCESSO E STRUMENTI DI SUPPORTO ALL'INNOVAZIONE: IL METODO CHANGE&COACH®

Andrea Righetti, consulente di direzione e partner di Q&O e WEGE Consulting
(Reggio Emilia – Treviso – San Diego, California)

Obiettivi

L'incontro si pone l'obiettivo di guidare l'azienda nella direzione di una continua tensione al cambiamento, creando un terreno fertile per consentire il raggiungimento degli obiettivi aziendali (crescita strategica) e individuali (crescita personale):

- superare gli ostacoli allo sviluppo personale e allo sviluppo delle strategie;
- giungere ad una visione collettiva e condivisa degli obiettivi e della mission;
- favorire l'apertura all'esterno con una propensione al cambiamento;
- poter esprimere aspirazioni, opinioni e punti di vista personali;
- far emergere i talenti e acquisire nuove abilità e conoscenze;
- diffondere un approccio di innovazione continua come priorità sia per l'azienda che per i dipendenti;
- definire e attuare un piano di miglioramento delle performance dei singoli partecipanti.

Contenuti principali

- Culture e ambienti organizzativi
- Comportamento organizzativo e modelli organizzativi
- Comportamento organizzativo in relazione a strutture, processi, relazioni, clima
- Gestire efficacemente il cambiamento nelle organizzazioni aziendali
- Ruolo del top management
- Il metodo Change&Coach®
- Una panoramica sui principali strumenti del "Change"
- Comprendere il proprio stile di agente di cambiamento e il suo impatto sul processo di change management
- Esplorare la connessione tra leadership e cambiamento
- Definire le key competencies per un agente di cambiamento che sa innovare
- Comprendere l'impatto della propria leadership per l'innovazione
- Autodisciplina e responsabilizzazione
- Lavoro di gruppo
- Feedback finale e dibattito

Per iscriversi compilare la scheda di adesione presente nelle ultime pagine, da rinviare alla Segreteria organizzativa per fax al n° 0376/237250

4° seminario mercoledì 18 novembre 2015 dalle ore 9.00 alle 18.30

Sede: Confindustria Mantova Via Portazzolo 9 – 46100 Mantova

CREATIVITÀ E PROBLEM SOLVING PER L'INNOVAZIONE

Elena Giannino, coach ICF (international Coach Federation), referente della Scuola ACTP (Accredited Training Coach Program), University of Bufal (USA)

Obiettivi

- Apprendere il metodo strutturato di analisi e risoluzione dei problemi
- Sviluppare comportamenti e attitudini che possono intenzionalmente potenziare la creatività e l'innovazione
- Creare consapevolezza delle proprie preferenze di stile di pensiero "Thinking skills" legato al processo creativo
- Affrontare in una logica di "laboratorio operativo" sfide individuali e di gruppo con strumenti di creative problem solving

Contenuti principali

Presentazione del Modello Sistemico del cambiamento creativo

Creatività e Innovazione attraverso la combinazione di Persona, Processo, Ambiente e Prodotto

Le fasi del modello "Creative Problem Solving"

Analisi delle capacità di pensiero collegate alle fasi del processo (diagnostico, visionario/strategico, ideativo/valutativo, contestuale/tattico)

Gli strumenti logico-razionali e di generazione ideativa

Le tecniche di identificazione e definizione del problema

Le tecniche di selezione delle soluzioni applicative (problem solving)

Le tecniche di implementazione delle soluzioni scelte (action plan)

Le pratiche e le applicazioni del pensiero divergente e convergente

Applicazione pratica di alcuni strumenti del processo creativo per affrontare sfide personali e organizzative (applicazioni individuali e di gruppo).

Il metodo è stato applicato in diversi contesti organizzativi e realtà imprenditoriali, come ad esempio:

- in situazioni di riorganizzazione aziendale per facilitare nuove sfide e strategie: case history

Kemet Arcotronics;

- per la costruzione di team coesi e innovativi: case history Fiat Group;
- per lo sviluppo di leadership creativa: case history Leaf Italia (marchi Sperlari e Dietorelle);
- per nuovi prodotti e servizi: case history CNER Regione Emilia-Romagna.

Per iscriversi compilare la scheda di adesione presente nelle ultime pagine, da rinviare alla Segreteria organizzativa per fax al n° 0376/237250

IL MARKETING E I SOCIAL MEDIA: I NUOVI PARADIGMI PER GENERARE CONTATTI COMMERCIALI

Fabrizio Faraco, esperto di ICT e Social network, già manager in imprese italiane e Multinazionali

Obiettivi

- Saper ideare un documento strategico di content marketing in accordo con le esigenze dell'impresa
- Predisporre un piano editoriale dei contenuti che l'impresa potrebbe pubblicare
- Saper definire le comunità d'interesse rispetto alla strategia identificata
- Organizzare la fase operativa: scelta e iscrizione alle comunità rilevanti, elaborazione del piano di conversazione e ingaggio con i referenti di riferimento e generazione dei contenuti al fine di preparare una eventuale strategia di presenza online
- Preparare le informazioni acquisite e indirizzarle verso coloro che le possano usare

Contenuti principali

- Come è cambiato il marketing: dall'outbound all'inbound
 - Internet e il megafono del consumatore (Chris Anderson, La Coda lunga)
 - L'utente al centro e il dovere dell'azienda di ascoltarlo
 - Il futuro che abbiamo davanti è sempre più "social"
 - Il marketing per la generazione di valore
- Muoversi in tempo reale e a livello di persona
 - Utilizzare il content marketing: pubblicare contenuti, creare rete e condividere
 - Ottenere il massimo dall'uso dei social media
 - Le caratteristiche ed i requisiti fondamentali per creare una presenza on line in grado di fare business
 - Introduzione al Personal Branding come fattore chiave per farsi scegliere da un cliente o un partner
- Le componenti essenziali di un approccio content based
- Le regole d'oro per avere successo e alcune tecniche per la realizzazione veloce ed efficace di contenuti in azienda
- Le 6 cose da fare per attivare una strategia di content marketing

6° seminario martedì 1 dicembre 2015 dalle ore 9.00 alle 18.30

Sede: Confindustria Mantova Via Portazzolo 9 – 46100 Mantova

GOVERNARE IL “NUOVO NORMALE”: LA RIVOLUZIONE DEL METODO DEMAND DRIVEN MRP (DDMRP)

Alfredo Angrisani, consulente certificato a livello internazionale APICS CPIM e ISCEA (International Supply Chain Educational Alliance)

Obiettivi

Offrire una panoramica sul metodo DDMRP, estremamente pratico, logico facendo tesoro sia di tutte le teorie manageriali standard (Lean, TOC, Sei Sigma, System Dynamics), sia di alcuni elementi originali di innovazione assoluta e in completa sintonia con le nuove Smart metrics, le quali oppongono alle 'verità profonde' altre verità molto più realistiche e certamente più adatte a governare nel “nuovo normale”.

Contenuti principali

Le sfide delle Supply Chain

- Precisare lo scopo delle SC
- La prospettiva storica e il ‘nuovo normale’
- Al cuore del problema i metodi predittivi, MPS/MRP
- L'intrinseca instabilità dell'MRP e delle SC
- Il ruolo della variabilità nelle prestazioni. I motori della variabilità.

Una via di soluzione

- Processi & sistemi: due approcci non sempre consoni
- La rilevanza: misurare le prestazioni della SC
- Disaccoppiare per governare il sistema logistico

Il metodo DDMRP

- Obiettivo: massimizzare il ROI in 5 passi
- Il posizionamento strategico: il ruolo dei materiali nella SC
- La definizione dei buffer e dei profili
- Adeguamenti dinamici dei buffer
- La pianificazione trainata dalla domanda (non dalle previsioni!)
- L'esecuzione altamente visibile e collaborativa

Il miglioramento continuo

- Indici di prestazione
- Controllo e Assicurazione Qualità (e focalizzazione degli investimenti)
- Utilizzo del DDMRP nel Sales & Operation Planning

Per iscriversi compilare la scheda di adesione presente nelle ultime pagine, da rinviare alla Segreteria organizzativa per fax al n° 0376/237250

SMART WORKING: STRUMENTI (E VISIONI) PER UN NUOVO MODO DI LAVORARE E PER RISPARMIARE RISORSE

Alvaro Busetti, consulente ICT su aspetti organizzativi, applicativi e tecnologici, e coordinatore di unità produttive e staff

Obiettivi

Obiettivo della giornata è esaminare le conseguenze della diffusione dei nuovi strumenti digitali, che vanno ben oltre la ridefinizione del concetto di spazio di lavoro, per giungere a considerarne l'utilizzo in chiave pianificata e strategica piuttosto che semplicemente tattica. Saranno illustrati gli aspetti tecnologici e le conseguenze della loro adozione nella ridefinizione dello spazio di lavoro personale e dei gruppi di lavoro, con i vantaggi, tangibili e non, che possono essere conseguiti. I concetti saranno accompagnati dalla presentazione di alcuni case studies.

Contenuti principali

- Tecnologie e strumenti ICT dal mondo consumer all'uso "business" (Consumerization)
 - Mobile devices: smartphones, tablets, ecc.
 - Cloud computing
 - Social Networks
- Comunicazione e condivisione di contenuti come fattori abilitanti i processi aziendali
- Distanza, processi e comunicazione in azienda (curva di Allen)
- Comunicazione vs. organizzazione formale e informale: legami forti e legami deboli (Granovetter)
- Limiti degli attuali strumenti e processi di comunicazione e condivisione
- Oltre l'e-mail: Collaboration, Unified Communication ed Enterprise 2.0
- Quando l'oggetto della comunicazione è un contenuto strutturato (workflow e procedure)
- L'infrastruttura abilitante
- Nuove modalità di comunicazione tra dipendenti e verso clienti, fornitori e partner
- Collaborazione emergente e confini aziendali
- I vantaggi del nuovo modo di lavorare
- L'introduzione dei nuovi strumenti: modalità, resistenze, rischi e benefici

Per iscriversi compilare la scheda di adesione presente nelle ultime pagine, da rinviare alla Segreteria organizzativa per fax al n° 0376/237250