



CATALOGO CORSI ETASS

Per le imprese, Per le persone



ETAss Formazione e Sviluppo Risorse Umane
Società del Gruppo **F2A**

Mail: info@etass.it
Telefono: 0362 231231
Sito: <https://www.etass.it/>

ETAss per le imprese, per le persone

ETAss propone un'ampia e differenziata scelta di percorsi formativi destinati allo sviluppo delle risorse umane basandosi su due elementi fondamentali:

- Il Know How accumulato in più 20 anni di esperienza
- L'innovazione creata attraverso i gruppi di ricerca e i progetti di HRD di livello internazionale

Il catalogo ha un indice tematico e diviso in sessioni così da facilitarne la consultazione.

Una sessione è stata dedicata interamente all'apprendimento linguistico affidato a ILC - International Language Centre, strutturato appositamente per questa particolare tipologia formativa. E' stata creata una sessione specifica per i Manager che offre percorsi formativi One2One di carattere manageriale e proposte di Coaching, secondo la metodologia CoTra.

Tutti i corsi - fruibili sia in forma individuale che collettiva presso il nostro Centro di formazione, online o nelle vostre sedi in tutta Italia - sono totalmente customizzabili sulla base di esigenze di carattere: temporale (durata e frequenza); contenutistico (ridefinizione programmi e contenuti); soggettivo (derivanti dalle esigenze di particolari categorie di utenze); di immagine (docenti e personalità di spicco nel panorama dello scenario nazionale e internazionale); finanziario (utilizzo di fondi interprofessionali o di altri strumenti agevolativi complementari, ambito in cui abbiamo una particolare e consolidata esperienza e per cui offriamo un servizio di gestione completo).

L'approccio formativo adottato privilegia la forte partecipazione e il coinvolgimento dei singoli, sia attraverso la metodologia didattica che mediante l'aspetto relazionale basato sull'empatia e sulla condivisione di contenuti ed obiettivi fortemente legati alla quotidianità professionale e lavorativa.



Ciò che distingue ETAss nel panorama delle società che si occupano di consulenza, è l'approccio al lavoro e l'attenzione alle persone.

Ci occupiamo di formazione aziendale e di progetti per lo sviluppo delle risorse umane. E lo facciamo in un modo speciale.

Proponiamo soluzioni che sono uniche, perchè uniche sono le realtà che incontriamo. L'ascolto e la condivisione sono alla base del nostro modo di operare per l'Azienda.

Il nostro obiettivo è agire come dei Business Partner degli HR, supportandoli nel raggiungimento degli obiettivi aziendali, con idee innovative, tempestività, entusiasmo, passione, proattività.

Progettiamo piani formativi e offriamo un'assistenza completa nella filiera dei servizi per gli HR, in tutte le fasi della vita dell'azienda (start-up, riorganizzazione, consolidamento, sviluppo) e delle persone che ne fanno parte (junior che devono crescere e senior che vogliono aggiornarsi).

Pensiamo ai gruppi, ma anche ai singoli, con Master individuali Executive e programmi speciali dedicati ai Dirigenti e ai Manager. Creiamo progetti ad alto impatto innovativo come le Corporate Academy, i piani di Employer Branding, di conciliazione e di diversity.

Abbiamo sempre un'attenzione particolare ai budget per la formazione, proponendo soluzioni con un ottimo rapporto qualità prezzo e individuando e gestendo "chiavi in mano" i finanziamenti regionali e nazionali oltre che i Fondi Interprofessionali per la formazione continua.

Con gli HR operiamo perciò con un forte engagement e orientamento alle performance avendo sempre presente la sostenibilità per l'azienda (obiettivi, tempi e budget), la crescita professionale e il benessere delle persone.

Questo è il nostro modo di vivere la professione.
Cosa significa in concreto?

Piena professionalità, con un sorriso.



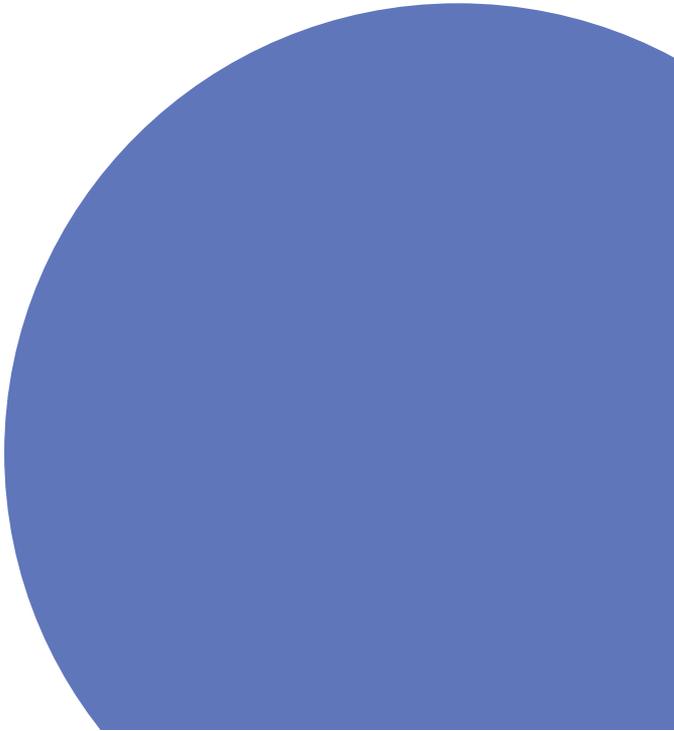
ETAss Formazione e Sviluppo Risorse Umane
Società del Gruppo **F2A**

Mail: info@etass.it
Telefono: 0362 231231
Sito: <https://www.etass.it/>

area COMUNICAZIONE, MARKETING E VENDITE

Il successo di un'azienda si basa sulla capacità di innovazione, sull'approccio con il cliente e sull'interpretazione delle regole del mercato. I corsi dedicati al mondo del digital-marketing e vendite, forniscono strumenti di facile applicazione per garantire una maggiore efficienza nel contesto aziendale.

1. Teamgheter	pag. 5
2. Powerful presentation	pag. 6
3. Digital Marketing	pag. 7
4. LinkedIn for business	pag. 8
5. Facebook for business	pag. 9
6. Strategic Management	pag. 10
7. Social Selling	pag. 11
8. Virtual content marketing	pag. 12
9. 3M	pag. 13
10. Tecniche di vendita	pag. 14
11. Sales performance	pag. 15
12. La motivazione delle reti di vendita	pag. 16
13. Il punto di vendita	pag. 17
14. Customer experience	pag. 18
15. Dalla vendita del prodotto alla vendita di valore	pag. 19
16. Meet the team	pag. 20



TEAMGHETER

Comunicare e gestire al meglio le relazioni interne

Durata: 16 ore

La comunicazione interna è fondamentale perché sostiene l'organizzazione nel raggiungimento degli obiettivi, consolida le relazioni e la struttura organizzativa facilitando il funzionamento dei processi ed è inoltre funzionale a promuovere il benessere organizzativo. L'insieme delle strategie comunicative, dei processi e delle azioni sono finalizzate a creare valore e cultura aziendale, a sviluppare senso di appartenenza, a sostenere i processi di integrazione e ad accompagnare i processi di cambiamento. Il corso si focalizza sugli elementi comportamentali e sugli atteggiamenti che determinano il risultato della comunicazione analizzando comportamenti, bisogni e problemi - comuni e del singolo - nella dimensione di gruppo e dell'organizzazione, alla ricerca di una modalità funzionale a tenere conto di tutti gli elementi e di portarli a fattore di successo.

Il corso può essere erogato in Lingua Inglese.

Focus

- Comunicare: un insieme differenziato e multi-dimensionale
- Partire dal conflitto per creare un'opportunità
- Ribaltare le dinamiche e i punti di vista
- L'Arte del Feedback: dare e ricevere
- Comunicazione tattica e strategica
- Sollevare problemi in modo costruttivo
- Creare alleanze e partenariati interni
- Comunicare l'Appreso e il Valore dell'apprendimento
- La cultura del Riconoscimento e della Condivisione
- Comunicare i Valori Interni e l'Orgoglio di Appartenenza



POWERFUL PRESENTATION

Come creare presentazioni memorabili

Durata: 8 ore

Lo spettatore ricorda solo una parte di ciò che vede. L'obiettivo è imparare a conoscerlo e ad attirare la sua attenzione sui punti salienti della presentazione, curando l'organizzazione logica e l'impatto visivo dei contenuti. Il corso fornisce le tecniche indispensabili per realizzare presentazioni a forte impatto visivo in Power Point, utilizzando correttamente gli strumenti di comunicazione grafica e creazione del testo. Questo training svelerà i segreti di come dare una struttura leggibile, accattivante e convincente alle presentazioni in ambito business.

Focus

- Imparare a strutturare e progettare una presentazione memorabile
- Catturare l'attenzione dei partecipanti con lo storytelling
- Sfruttare il potere delle immagini per una comunicazione coinvolgente
- Comunicare coerenza e autorevolezza attraverso il design



DIGITAL MARKETING

Il marketing sul web

Durata: 16 ore

Il corso consente di approfondire il web marketing come strumento basilare per qualsiasi tipologia di business. Si analizzeranno i fattori critici di successo dei business digitali, esaminando le leve del Digital Marketing: parte fondamentale del corso sarà quella di capire come integrare fra loro strumenti di Web Marketing e Social Media Marketing per costruire una strategia digitale di successo.

Focus

- Digital Marketing
- Strategia, tecniche e strumenti
- I Canali e i Target
- I fattori di successo
- La specificità dei dispositivi Mobile
- La presenza sui motori di ricerca
- Le decisioni di acquisto degli utenti
- APP e Tools per il Digital Marketing
- Profilazione, misurazione e scalabilità per l'ottimizzazione delle performances
- Gestione di rischi e crisi
- Case History | Una strategia per il lancio di nuovi servizi sui Canali Social
- Advertising Online
- Blog Aziendale e attività di Content Marketing
- Case History: Corporate Content Marketing
- E-Mail Marketing



LINKEDIN FOR BUSINESS

Strumenti, obiettivi e strategie

Durata: 16 ore

Il corso consente di conoscere e saper utilizzare le potenzialità e le opportunità offerte da LinkedIn per aumentare visibilità la visibilità del brand, fare talent acquisition e sviluppare le vendite. Il percorso, dal taglio fortemente operativo, consente di acquisire gli strumenti per fare Lead Generation, Net Working, Personal Branding e creare contenuti interessanti a valore aggiunto.

Focus

- Sviluppare il Marketing e le Vendite con LinkedIn
- Branding for Market: Creare e migliorare il profilo personale e aziendale
- Strumenti per obiettivi: Sales Navigator, Ads, InMailing e altri tools Corporate
- Lettura dei dati e monitoraggio attività
- Personal Branding
- Business Networking
- Gruppi: definizione, caratteristiche, funzionalità
- Best Practice per creare una pagina LinkedIn
- Company Page su LinkedIn: obiettivi, struttura, Layout, analisi dei Competitor
- Strategia Editoriale e algoritmo di LinkedIn
- Content Marketing: creare contenuti interessanti e a valore aggiunto
- Case Histories e Best Practice italiane e straniere
- Crisis Management: come intervenire in situazioni a rischio



FACEBOOK FOR BUSINESS

Strumenti, obiettivi e strategie

Durata: 16 ore

Il corso consente di conoscere e saper utilizzare le potenzialità e le opportunità offerte da Facebook, integrando questo strumento nella strategia di Comunicazione Aziendale. Un focus particolare verrà dedicato alle campagne di sponsorizzazione (Adv) di prodotti e/o servizi attraverso il tool.

Focus

- Facebook e i suoi elementi principali: profilo personale, Fan Page, gruppi
- I Gruppi Facebook : definizione, caratteristiche, funzionalità e gestione
- Facebook per il Business
- Company Page su Facebook : obiettivi, struttura, layout, analisi dei Competitor
- Strategia Editoriale e algoritmo di Facebook
- Content Marketing: creare contenuti interessanti e a valore aggiunto
- Best Practice e Case History : esempi di comunicazione di successo
- Facebook Analytics: come leggere i dati e misurare i risultati delle proprie attività
- Facebook Business Manager: come strutturare una campagna di Advertising su Facebook e monitorarne la performance



STRATEGIC MANAGEMENT

Dalle strategie di marketing alla pianificazione dell'operatività

Durata: 16 ore

Il corso in oggetto propone, attraverso un approccio pragmatico e completo, un iter formativo volto all'acquisizione delle tecniche di base per redigere documenti strategici (Business Plan), applicabili a vari ambiti, sia per la costituzione di nuove attività e/o per la crescita di aziende già esistenti. La metodologia impiegata in aula, applicata a numerosi casi studio realistici, fornisce uno schema efficace e puntuale per l'elaborazione di piani che, attraverso una prospettiva multi-disciplinare basata su marketing e comunicazione, siano in grado di lanciare nuovi Brand, prodotti e/o servizi. Il corso può dare le giuste indicazioni a coloro che desiderano ricoprire eventuali ruoli aziendali, avviare o rafforzare proprie attività, contribuendo nell'uno e nell'altro caso, alla crescita e al posizionamento più efficace delle varie organizzazioni.

Focus

- Principi di Marketing e piani strategici di impresa, la disciplina tra economia e psicologia per posizionare nel mercato valori e idee
- Perché redigere un business plan, gli strumenti per le start-up e le aziende già esistenti
- Il piano strategico: la stesura, i vantaggi e le caratteristiche
- Analisi dei mercati: analisi SWOT e altri modelli relazionali da applicare in Italia e all'estero
- Neuro Marketing e Neuro Shopping: avviare una pianificazione strategica puntando alle emozioni
- Analisi dei target e valutazioni semiotiche, segmentazione e posizionamento
- Approccio critico e approccio simbolico al cliente
- Concorrenza: posizioni competitive
- Marketing e Comunicazione: pianificare e comunicare attraverso strategie di adattamento, attraverso canali convenzionali e digital
- Project work



SOCIAL SELLING

Vendere attraverso i social

Durata: 30 ore

Le abitudini di acquisto nell'epoca della Digital Transformation sono radicalmente cambiate. Si stima che un acquirente, quando entra in contatto con un fornitore, abbia già effettuato il 57% del proprio percorso di acquisto. Con il corso sarà possibile migliorare i risultati commerciali della tua forza vendita integrando il social selling con i tuoi processi di vendita tradizionali. Impara a trovare, ingaggiare, istruire e acquisire potenziali clienti tramite i social Network come LinkedIn, Facebook e Instagram.

Focus

- I principi chiave del Social Selling
- Definizione degli obiettivi e strategie: usare i social media per la comunicazione
- Focus sui contenuti: l'inbound selling
- Pianificare e gestire una strategia social: il piano di comunicazione
- Monitorare l'efficacia delle nostre azioni: testare e verificare l'efficacia delle nostre iniziative sui vari social network
- Transazioni per la commercializzazione di beni e servizi tra produttore e consumatore, realizzate tramite Internet
- Marketing, pagamenti, checkout sicuro, strumenti di spedizione
- Relazioni commerciali



VISUAL CONTENT MARKETING

Durata: 16 ore

La forza di un messaggio visivo contribuisce a costruire (o demolire) la brand identity di un'azienda rendendola memorabile al pubblico e differenziandola dalla concorrenza. I contenuti visivi, come immagini, video e infografiche, grazie all'impatto di forme e colori, vengono elaborati dal cervello in modo rapido e immediato. Vanno ad agire sul "cervello emozionale" e richiamano in modo decisivo l'attenzione delle persone. Per questo motivo è fondamentale in una strategia di digital marketing fare leva sui contenuti visivi, adottando un approccio di Visual Content Marketing. Come scegliere i contenuti giusti e adatti alle nostre esigenze? Che linguaggio parlano le immagini? Con il corso verrà fornita la cassetta degli attrezzi essenziale per saper utilizzare al meglio le immagini.

Focus

- Sviluppare e comprendere il linguaggio delle immagini
- Visual storytelling, come comunicare i nostri valori e la nostra storia attraverso i visual
- Creazione di contenuti visual d'impatto
- Comunicazione visuale, come e cosa comunicare per ottenere il massimo coinvolgimento emotivo
- Strumenti e piattaforme di supporto per il visual content marketing
- Integrare il visual content marketing all'interno di una strategia di comunicazione



3M

Marketing strategico, operativo e digitale

Durata: 32 ore

Il corso fornisce una conoscenza completa delle metodologie, strategie e tecniche di marketing per affrontare con successo i mercati nazionali e stranieri. Vengono forniti strumenti atti a determinare il migliore collocamento dell'impresa sul mercato, definire i vantaggi competitivi, determinare le opportunità di sviluppo, analizzare le proprie debolezze interne e le minacce esterne, individuare i punti di miglioramento e consolidamento. L'approccio è estremamente operativo e pragmatico, rendendo immediatamente spendibili le competenze acquisite.

Focus

Marketing strategico

- Il marketing per lo sviluppo di impresa
- Alternative di mercato in linea con gli obiettivi strategici dell'azienda
- Analisi di mercato e punti di forza e di debolezza
- L'identificazione degli obiettivi
- Le risorse necessarie (denaro, strumenti e tecnologie) e le competenze (interne e esterne)
- Ripresa dei principali concetti

Marketing digitale

- Come costruire una campagna di digital marketing
- Fattori critici di successo
- Analisi degli elementi di forza della propria impresa e dei propri prodotti
- I principali canali digitali per il settore
- I mercati consolidati e i mercati emergenti
- Le fiere digitali
- Gli strumenti per reperire informazioni sui prospect
- Come trovare clienti sui social media
- La customer experience e il neuro marketing
- Content marketing

Marketing operativo

- La tattica di intervento e le azioni concrete
- Il marketing mix
- La Teoria delle 4P: Prodotto, Prezzo, Promozione, Piazzamento (distribuzione), Punto di vendita
- La teoria delle 4C: Customer Value, Customer Cost, Customer Convenience, Customer Communication



TECNICHE DI VENDITA

Comunicare, valorizzare, concludere

Durata: 16 ore

Il corso si propone di trasmettere le tecniche e le conoscenze necessarie per costruire un personale stile di negoziazione e di vendita. Il partecipante imparerà a riconoscere velocemente le strategie d'acquisto e negoziali dell'interlocutore consentendogli di raggiungere gli obiettivi predefiniti e di fidelizzare i rapporti con la clientela. Il corso è indirizzato principalmente agli operatori della vendita con l'obiettivo di sostenere e sviluppare i volumi di vendita e di consolidare la relazione con il cliente.

Focus

- Vendere oggi: la gestione della relazione
- Sales Business Partner: consulenti dei propri clienti e Ambassador della propria azienda
- La gestione di Prospect (attivi e passivi): fiducia e credibilità
- Tools for Goals: schedulare obiettivi e risultati, planning delle attività
- Up Selling | Cross Selling | Trading Up
- La gestione della telefonata: call conference e video conference
- La gestione delle obiezioni con assertività e stile
- Vendere al proprio prezzo: legittimare il prezzo, gestire la scontistica
- Concludere: la giusta tensione al risultato
- Casistiche, Best Practice, discussione in plenaria delle problematiche tipiche proposte dai partecipanti



SALES PERFORMANCE

Tecniche e strumenti per la gestione dei processi, del tempo e delle emozioni

Durata: 16 ore

Il corso, rivolto a chi opera nel settore delle vendite, consente ai partecipanti di sperimentare attraverso la metodologia formativa TPBI (Team Building for Business Impact) un'analisi della concorrenza con relativo benchmark che li porterà a prendere coscienza delle tematiche critiche evolutive del settore e ad essere loro stessi i primi agenti di cambiamento all'interno della loro struttura aziendale. Il risultato atteso è quello di agire sul modello organizzativo e di creare strumenti e tecniche operative utili al miglioramento del lavoro per fronteggiare le nuove sfide aziendali e aumentare l'efficacia personale.

Focus

- La fisiologia e la percezione dello stress individuale
- La catena percezione – pensieri – emozione
- Lo stress e l'organizzazione attuale del lavoro
- Tecniche corporee base per la gestione dello stress
- Comunicazione anti-stress
- Potere autorità e autorevolezza
- Fondamenti di Time Management: Il concetto di tempo come risorsa; Time planning - la pianificazione della giornata di lavoro; La gestione delle scadenze e dell'improvisto
- Time plannig: la pianificazione della giornata di lavoro
- La gestione delle scadenze e dell'imprevisto
- Fondamenti di Problem Solving
- La gestione delle emozioni: Cattivo investimento delle emozioni;
Conflitto - origini, nascita, escalation; Conflitto disfunzionale e conflitto funzionale;
Stress - cos'è, qual è la sua funzione, come può degenerare;
Come promuovere un clima relazionale costruttivo



LA MOTIVAZIONE DELLE RETI DI VENDITA

Durata: 16 ore

Il corso vuole fornire gli strumenti necessari per motivare, gestire ed incentivare, nel modo più efficace, il personale di vendita. Una crescita professionale del personale di vendita consente un miglioramento delle relazioni commerciali dell'azienda e favorisce i processi di fidelizzazione.

Focus

- Il ruolo del Responsabile della rete di vendita
- Rapporto azienda – venditori
- La formazione comportamentale: affiancamento Formativo; Formazione interna; Formazione con consulenti esterni
- Diagnosi Skill del venditore: analisi quantitativa e qualitativa
- La motivazione
- Essere Coach dei venditori: modelli e strumenti
- La valutazione delle prestazioni: identificazione degli obiettivi, pianificazione e valutazione
- Organizzazione e conduzione del meeting di vendita
- Il cliente esterno e il cliente interno
- Target di vendita
- Fattori di successo e di insuccesso



IL PUNTO DI VENDITA

Gestione integrata delle leve commerciali, visuali e operation

Durata: 16 ore

Il corso è rivolto a quanti operano a stretto contatto con il cliente nell'ambito di punti vendita. L'obiettivo è quello di massimizzare la vendita attraverso la creazione di un ambiente accogliente e ospitale che inviti all'ingresso, alla permanenza e alla costruzione di una relazione personale funzionale a sostenere le attività commerciali e a fidelizzare i clienti. I consumatori hanno cambiato significativamente le proprie abitudini e atteggiamenti richiedono un approccio personalizzato e consulenziale da parte dei venditori: è necessario avere risposte immediate a fabbisogni multipli e differenziati.

Focus

- L'esperienza di visita e lo shopping esperienziale: analisi e contesto
- Il punto vendita come ambiente relazionale
- Gli stimoli ambientali
- Atmosfera e polisensorialità
- Cromatologia e teoria del colore
- Lo store design e l'integrazione comunicativa
- Il visual merchandising e la comunicazione esterna e interna
- L'innovazione dei format distributivi e i nuovi criteri di classificazione dell'assortimento e di esposizione (category management)
- I modelli di layout
- Tecniche di display e criteri espositivi
- Animazione e promozione: merchandising attenzionale



CUSTOMER EXPERIENCE

Il cliente al centro

Durata: 16 ore

Il corso pone al centro il cliente con le sue scelte d'acquisto. Oggi e ancor di più nel prossimo futuro, le persone, sempre più preparate e informate, acquisteranno non solo in base al prezzo, ma anche e soprattutto sulla base della Customer Experience, mosse dal desiderio di provare emozioni positive. Importante diventa, quindi, esplorare le leve emozionali che guidano gli acquirenti prima, durante e dopo l'acquisto. Il corso esamina le opportunità offerte dalla Customer Experience, legandole agli obiettivi di vendita e illustrando gli strumenti operativi per la sua implementazione in azienda.

Focus

- Cos'è la Customer Experience: definizione, approccio, strumento
- Opportunità, costi e benefici
- Alla base della scelta del cliente: le motivazioni all'acquisto (implicite ed esplicite)
- Qualità del servizio, soddisfazione del cliente, fidelizzazione: indicatori
- La Customer Experience in azienda: strategia di implementazione
- Case History



DALLA VENDITA DEL PRODOTTO ALLA VENDITA DEL VALORE

Durata: 16 ore

Il corso si propone di coniugare il raggiungimento degli obiettivi di vendita e la soddisfazione del cliente; tale scopo rappresenta una delle sfide più critiche per chi opera nelle aree commerciali in mercati competitivi. Dunque l'obiettivo del corso è quello di sviluppare competenze di vendita consulenziale finalizzate all'ottenimento di risultati certi e duraturi nel tempo e promuovere il vantaggio competitivo rispetto agli altri concorrenti, potenziando le capacità di diagnosi e soddisfazione delle esigenze del cliente.

Focus

- Le fasi del processo di vendita consulenziale: dalla scoperta del bisogno alla veicolazione di soluzioni
- La gestione efficace della relazione col cliente: aspetti verbali e non-verbali
- La diagnosi delle esigenze: domande esplorative ed ascolto attivo
- L'argomentazione di vendita: la proposta di soluzioni su misura
- La gestione delle obiezioni
- La chiusura ed il congedo
- L'assistenza post-vendita come strumento di fidelizzazione
- Gli strumenti di supporto per la gestione del cliente



MEET THE TEAM

Virtual - Phygital - Presence

Durata: 8 ore

Smart working, virtual meeting, video conferencing: mai come in questo periodo la modalità di incontro virtuale o phygital è diventata parte integrante, se non indispensabile, del nostro lavoro. Comunicare con clienti, colleghi e team di lavoro è un'esigenza troppo importante per essere lasciata ad un'organizzazione «estemporanea» e casuale. Come per le riunioni in presenza anche i meeting virtuali, se non vengono gestiti efficacemente, corrono il rischio di diventare una perdita di tempo per il team di lavoro; il corso pertanto vuole essere uno strumento per rendere coinvolgente e produttivo l'incontro a distanza.

Focus

- Acquisire conoscenze utili a preparare, condurre e gestire efficacemente i meeting
- Conoscere le tipologie di riunioni nei diversi aspetti operativi e relazionali
- Padroneggiare le dinamiche di gruppo
- Acquisire e perfezionare le tecniche di comunicazione





CONTATTI

Mail : info@etass.it

Telefono: 0362 231231

Sito: <https://www.etass.it/>



ETAss Formazione e Sviluppo Risorse Umane
Società del Gruppo **F2A**