

CATALOGO FORMATIVO 2014



OFFERTA FORMATIVA 2014

INDICE

1. Introduzione all'offerta formativa

2. Area manageriale

a. Riflessione intrapersonale:

- Forza interiore: risalire alle fonti profonde della propria leadership
- Fuori dall'angolo: accrescere l'autoefficacia per fare fronte alle sfide e al cambiamento
- Mestiere del capo: sviluppare consapevolezza strategica e di ruolo
- Leadership semplice: pensare per agire con semplicità
- Leadership umana: essere leader con l'intelligenza emotiva

b. Persone:

- Progettare e gestire le riunioni per la produttività
- Gestione dei collaboratori: Guida e Motivazione
- Selezione del personale
- Leadership versatile: essere leader con l'Intelligenza Relazionale

c. Sistema:

- Gestire il tempo in modo consapevole
- Gestire i progetti con semplicità
- Pianificare per migliorare i risultati

d. Azione:

- Negoziazione per il futuro: gestire e risolvere produttivamente conflitti organizzativi
- Cambiamento sostenibile: gestire il cambiamento con l'intelligenza emotiva
- Delega e forza del team: realizzare l'empowerment dei collaboratori

3. Area sviluppo personale

- a. Intelligenza relazionale: comunicare in modo efficace
- b. Intelligenza emotiva
- c. Leadership semplice: pensare ed agire con efficacia e semplicità
- d. Mindfulness: ridurre lo stress del lavoro praticando la Consapevolezza

4. Area relazione e comunicazione col cliente

- a. Telefonata efficace
- b. Customer focus: fidelizzare con un servizio eccellente
- c. Intelligenza relazionale: migliorare la fluidità e l'efficacia della relazione interpersonale
- d. Intelligenza Emotiva
- e. Presentation skills

5. Area vendite

a. Servizio

- Pianificare i propri risultati
- Creare soddisfazione

b. Relazione

- Vendere con l'intelligenza relazionale
- Sviluppare i contatti commerciali

INTRODUZIONE ALL'OFFERTA FORMATIVA

Chi è Choralia?

Choralia è una società di consulenza nello sviluppo delle risorse umane nata nel 2001 che opera con un approccio di **performance management**, inteso come *l'insieme delle condizioni di lavoro e di processo necessarie per mettere a frutto le capacità e realizzare le migliori prestazioni.*

Sulla base delle strategie aziendali, Choralia migliora le performance di ciascuna delle funzioni, con soluzioni integrate per il cambiamento e l'apprendimento organizzativo.

E' in grado di produrre e accelerare il cambiamento verso il mercato, perché "comprato" dalle risorse umane, motivate ad ottenere risultati concreti, nel breve.

Che valore distintivo offre Choralia?

Choralia - nel quadro dell'offerta di formazione - è in grado di *garantire allineamento tra gli obiettivi di sviluppo organizzativo e obiettivi di business aziendali: definisce, sviluppa e misura la relazione tra competenze e risultati di business, in ogni funzione e in ogni settore.*

Per fare questo è in grado di "mettere le mani nel motore", confrontarsi con i problemi quotidiani e con i risultati necessari, parlare la lingua dell'industria e integrare in una visione d'insieme processi e competenze relazionali e tecniche, necessarie per affrontare il difficile e competitivo contesto di mercato.



Come è organizzata Choralia?

Choralia si avvale di uno staff di 20 consulenti senior, tutti con una significativa esperienza commerciale e forti di competenze economiche ed organizzative (molti possiedono un Master). I consulenti sono formati per garantire *il piacere e la passione per l'apprendimento* e – per *capire le severe leggi del business* – hanno tutti esperienze pregresse nei settori in cui Choralia opera

Che credenziali offre?

I risultati del nostro approccio hanno consentito a Choralia di creare un portafoglio di progetti su aziende clienti ampio e stabile (oltre 150 leader nei loro settori, con collaborazioni pluriennali) caratterizzato per lo più da grandi aziende (quotate in borsa in Italia e all'estero e multinazionali).

Oggi Choralia vuole offrire la propria esperienza anche ad altre realtà, tramite i propri partner strategici (tra cui Fondoprofessionisti), portando formazione e consulenza dal livello delle multinazionali, verso gli studi professionali e le PMI che ritengono importante ottenere il massimo dalle proprie persone.

Com'è composta l'offerta formativa Choralia per i Professionisti?

L'offerta è articolata in 4 aree di intervento, la prima rivolta solo a coloro che hanno posizioni manageriali nello studio, le altre invece a tutti i collaboratori, a seconda delle esigenze.

1. Manageriale: per gli imprenditori, per i partner

dello studio, per coloro che oltre ad operare sul cliente devono anche gestire le complessità dell'organizzazione interna delle risorse. Si declina in quattro aree, che hanno a che vedere con le proprie caratteristiche personali di leadership; con la qualità e l'organizzazione del proprio lavoro; con il rapporto con i propri collaboratori; e con la gestione dello studio professionale.

2. Sviluppo personale: rivolto a tutti (manager e collaboratori), affronta temi di sviluppo e crescita personale e caratteriale
3. Relazione e comunicazione con il cliente: rivolto a tutte quelle funzioni che interagiscono a vario titolo con il cliente, a livello telefonico o di persona.
4. Vendite: per tutti coloro che hanno rapporti commerciali con il cliente, gli interventi previsti in quest'area hanno lo scopo di potenziare ai massimi livelli le capacità di analizzare le esigenze dei clienti ed aprire rapporti commerciali.

AREA

MANAGERIALE

Risalire alle fonti profonde della nostra leadership

Competenze

Leadership
Autoefficacia
Iniziativa

Obiettivi

“Il concetto di Leadership Personale è qualcosa di totalmente nuovo. Si riferisce alla struttura profonda di ciò che caratterizza un leader, cerca di analizzare il modo di essere di un leader. Certo, per guidare un gruppo con buoni risultati occorrono specifiche competenze in molti settori, ma le competenze tecniche, da sole, non sono in grado di definire quella che noi chiamiamo leadership personale” – T. Rasmussen.

Lo scopo di questo **lavoro di meditazione** è realizzare in modo strutturato quali sono le fonti interiori che possono indurre una scelta di leadership coraggiosa, ma consapevole e compatibile con i propri talenti: i partecipanti realizzano una mappa mentale e definiscono un piano d'azione reale per l'espressione e di miglioramento della propria capacità di guida, sia verso collaboratori, sia verso l'intera organizzazione o persone esterne.

Argomenti

Che cos'è la leadership e le sue componenti (2 h)

- La leadership nella esperienza vissuta dei partecipanti.
- L'espressione della leadership come insieme di Sostanza (parti profonde della personalità) e Forma (comportamenti).
- La survey forma – sostanza come stimolo di riflessione su di sé come leader

Convinzioni (3h)

- Le **radici**: apprendimenti ed esempi di persone importanti per i partecipanti.
- L'**eredità**: l'immagine di sé: di che cosa sono orgogliosi i

partecipanti e per che cosa vorrebbero essere ricordati.

- La propria filosofia di leadership espressa attraverso **convinzioni** profonde.

Senso di missione (3h)

- La definizione di un **fine**, una ragion d'essere di valore personale nella organizzazione e verso il prossimo, come persone.
- La creazione di valore aggiunto del leader nel contesto di lavoro.

Coraggio (2h)

- Il **coraggio** come iniziativa, assunzione di rischio ed espressione di sé: sincerità e libertà di fare le proprie scelte.
- Le malattie del coraggio: intenzioni deboli, resistenze inconsapevoli e spostamento (locus of control esterno).

Valori e prassi (2h)

- I valori come fatti o condizioni che stanno alla base di ciò che muove i comportamenti: ricerca riflessione sulle ragioni dei valori dei partecipanti.
- I comportamenti coerenti con i valori e le aree di miglioramento.

Qualità: punti di forza e aree di crescita (3h)

- Il bilancio dei talenti e delle competenze
- Il piano di azione per crescere come leader

Vision (3h)

- La definizione di una visione futura e ambiziosa di sé stessi come motore di crescita
- Definizione degli obiettivi di lungo periodo e di risultati ambiziosi da realizzare

Obiettivi

Priorità di lavoro personale e professionale

Piano d'azione e Impegno verso sé stessi

Durata	2 giorni
Metodologia	<p>Il lavoro di meditazione sui concetti, le domande e gli scambi di idee proposte esigono spazio mentale, ascolto e disponibilità personale a mettersi in discussione.</p> <p>Le survey, le esercitazioni, le discussioni e la grande mappa mentale personale sviluppata durante il corso permettono ai partecipanti di ingaggiarsi da subito e con un entusiasmo, facendo una esperienza concreta di viaggio dentro di sé, senza mai assumere toni psicologici o psicologistici.</p>
Strumenti aggiuntivi	Ai partecipanti viene fornita una mappa mentale di lavoro che rimane come documento di riferimento personale per l'applicazione del proprio piano di lavoro.
Bibliografia	<p>Il programma fa riferimento non solo ai lavori di Richard Leider, Peter Kostenbaum, Boyatzis e molti altri grandi ricercatori della leadership.</p> <p>Ai partecipanti viene lasciata una memoria usb contenente una ampia bibliografia scientifica in inglese e una raccolta di trasmissioni di Radio Rai 3 di interviste a grandi leader italiani nei diversi settori.</p>
Materiale didattico	Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.
Destinatari del corso	Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.
Numero partecipanti previsti	Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento di almeno 10 pax.
Costo per partecipante	Euro 400,00/ partecipante + IVA
Luogo di svolgimento del corso	Choralia sede – Via Tortona, 37 – Milano
Durata complessiva del corso	16 ore complessive – periodo di riferimento: a richiesta
Attestato di partecipazione:	Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

Accrescere l'autoefficacia per fare fronte alle sfide e al cambiamento

Competenze	Autoefficacia Iniziativa
Obiettivi	Lo scopo di questo lavoro di meditazione strutturato (secondo i principi del problem solving) è dare una spinta motivazionale emotiva e una consapevolezza razionale al raggiungimento degli obiettivi, anche in condizioni critiche di lavoro e di effettiva mancanza di risultato, lavorando sulla immagine di sé e rinforzando l'autoefficacia.
Argomenti	Sfide (3h) <ul style="list-style-type: none">• Le condizioni del mercato e del lavoro: minacce ed opportunità.• La disponibilità all'apprendimento come condizione di adattamento. Stato presente (3h) <ul style="list-style-type: none">• L'uso della metafora come strumento di analisi della condizione reale e psicologica del partecipante.• Interpretazione della metafora: punti di forza e di debolezza, resistenze, rischi ed opportunità. Stato desiderato (2h) <ul style="list-style-type: none">• Il "viaggio dell'eroe": una storia di successo personale a cui attingere per trovare risorse e convinzioni positive.• La metafora vincente per stimolare alla attivazione delle propri energie Fattori chiave di successo (3h) <ul style="list-style-type: none">• L'analisi dei fatti e la diagnosi dei problemi: come affrontare la realtà e pensare concretamente alle scelte di personali e professionali.• La diagnosi dei problemi principali, delle loro cause e delle

priorità personali

- Filmato “Alì: quando eravamo re”: i passi di preparazione ad un successo
- Analisi dei livelli logici del filmato Alì e applicazione a sé stesso

Coraggio (2h)

- Il coraggio come iniziativa, assunzione di rischio ed espressione di sé: sincerità e libertà di fare le proprie scelte.
- Le malattie del coraggio: intenzioni deboli, resistenze inconsapevoli e spostamento (locus of control esterno).

Obiettivi e piani d'azione (3h)

- La definizione degli obiettivi e dei piani: lo sviluppo di un sistema di obiettivi personali e la loro valutazione oggettiva.
- La time line: esercizio di visualizzazione a ritroso dal successo conseguito: definizione dei passi, dei modi e della condizione psicologica.
- L'impegno: convincimenti e comportamenti per una scelta professionale matura e consapevole.

Durata

2 giorni

Metodologia

Il lavoro di meditazione è proposto con una vivace serie di lavori creativi, esercitazioni, discussioni che confluiscono in una grande mappa mentale personale sviluppata durante il corso.

Il tema ricorrente è la visione del documentario sul l'incontro di pugilato tra Muhammad Ali e il campione del mondo George Foreman nel 1974: uno straordinario ritratto di uno dei più grandi atleti del secolo.

Tutti questi strumenti determinano ingaggio ed entusiasmo, facendo una esperienza concreta di riflessione positiva con un forte recupero di energia.

Strumenti aggiuntivi

Ai partecipanti viene fornita una mappa mentale di lavoro che rimane come documento di riferimento personale per l'applicazione del proprio piano di lavoro.

Bibliografia	Il programma fa riferimento ai normali metodi di problem solving applicati alla persona, allo sviluppo della self-efficacy di Bandura, al modello dei livelli logici di Robert Dilts e alle pratiche di training autogeno di preparazione degli atleti.
Materiale didattico	Viene rilasciata la “Guida del Partecipante”, in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.
Destinatari del corso	Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.
Numero partecipanti previsti	Min. 10 / Max. 16
Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno al raggiungimento di almeno 10 pax.
Costo per partecipante	Euro 400,00/ partecipante + IVA
Luogo di svolgimento del corso	Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano
Durata complessiva del corso	16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta
Attestato di partecipazione:	Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

Sviluppare consapevolezza strategica e di ruolo

Competenze

Visione strategica

Adattabilità

Definizione delle priorità

Obiettivi

Gli obiettivi della sessione sono di solito relativi al coinvolgimento dei manager in un percorso di formazione, con la finalità di stabilire insieme a loro le priorità strategiche del proprio ruolo. I criteri di eccellenza per la gestione operativa e delle risorse umane, ai fini di avviare specifiche iniziative per migliorare le prestazioni in un contesto in continuo cambiamento.

Argomenti

Dal mercato alle azioni prioritarie (4h)

- Sfide aziendali: problematiche di servizio al cliente e competitive che impattano sulla prestazione del sistema aziendale, a partire dalla missione e i valori di fondo.
- Stato dell'arte: definizione dei punti di forza e di debolezza organizzative delle unità coordinate dai manager.
- Vision: prefigurazione di un futuro di maggiore identità e performance, identificazione degli elementi caratterizzanti un'elevata qualità della collaborazione, comunicazione, clima e cultura organizzativa.
- Fattori chiave di successo: identificazione e priorità delle attività manageriali di guida del cambiamento
- Piano d'azione: accordo sulle azioni per il cambiamento (secondo i principi di change management di Harvard).

Dalle azioni alle competenze (6h)

- Competenze delle risorse umane necessarie per cogliere le sfide.
- Competenze del manager: riflessione sulle competenze critiche per il manager secondo il modello di leadership integrata (eventuale piccolo autoassessment).

Dalle competenze al ruolo del capo (6h)

- Contenuti di ruolo (sviluppo del voler fare, saper fare, poter

fare).

- Impatto di ruolo (capacità del capo di influenzare i risultati: la ricerca di Lashbrook).
- Azioni fondamentali per l'assunzione di ruolo.

Durata 2 giorni

Metodologia Il programma è fondato su una didattica fortemente attiva e un amplissimo utilizzo di esercitazioni e discussioni per l'apprendimento pratico dei contenuti di ruolo. La didattica è arricchita di un manuale corredato di schede di sintesi, ricerche ed evidenze scientifiche sul ruolo del capo.

Il programma fa riferimento ai lavori di Lashbrook sulle analisi della performance dei capi e l'effetto sui risultati dei coordinati.

Note aggiuntive Allegato al corso è fornito un cd con un'amplissima bibliografia sulla leadership, il ruolo del capo e un intero ciclo di trasmissioni sulla leadership realizzato dal 3° canale Radio della Rai.

Materiale didattico Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno al raggiungimento di almeno 10 pax.

Costo per partecipante Euro 400,00/ partecipante + IVA

Luogo di Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

**svolgimento
del corso**

**Durata
complessiva
del corso** 16 ore complessive – periodo di riferimento: a richiesta

**Attestato di
partecipazione:** Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

Competenze Processo decisionale: elaborazione, sintesi, decisione

Orientamento al risultato

Comunicazione e persuasione

Obiettivi

Il percorso formativo ha lo scopo di fornire un “modo di pensare” che favorisca la capacità di influenzare gli altri attraverso l’efficacia delle decisioni prese e la semplicità di pensiero e di esposizione. Lo scopo strategico del percorso è aumentare la concentrazione della persona su ciò che veramente conta per ottenere un risultato e condividerlo, con il massimo risparmio di tempo e di parole.

Argomenti

Introduzione (4h)

- Il rasoio di Occam: l’eliminazione dei “pensieri superflui” per spiegare la realtà del business.
- Perché essere semplici in una realtà economica sempre più complessa: l’agilità di pensiero, di azione e di apprendimento come condizione di prosperità.
- Pensare, parlare e agire in modo semplice come principio di qualità.

Pensare in modo semplice – “Non si conosce il vero se non si conosce la Causa” (Aristotele) (4h)

- Dai problemi alle cause – il modello Fish bone.
- Dai bisogni alle risposte – il modello Critical to Quality.
- Dai goal strategici ai fattori chiave di successo – Il modello Alberi di prestazione.

Parlare in modo semplice – “Rem tene, verba sequentur” (Catone) (4h)

- Innescare l’attenzione: il modello Cosa, come e perché.
- Mantenere l’attenzione: la regola del “3” e le strutture di presentazione del pensiero.
- Sfruttare l’attenzione per persuadere: il modello Caratteristica, Vantaggio e Prova.

Agire in modo semplice – “Veni, vidi, vici” (Cesare) (4h)

- Il piano d’azione e il controllo.
- Le competenze e i fattori chiave di prestazione.
- L’azione di sviluppo delle competenze.

Durata 2 giorni

Metodologia Il percorso di apprendimento sulla semplicità è giocato sul sistema di apprendimento degli adulti, con ampio spazio alle esperienze (spesso innescato da filmati ed esercitazioni) e a test applicativi alla propria realtà. Prima del workshop i partecipanti dovranno definire un problema da risolvere e da comunicare ad altri con una soluzione efficace e persuasiva, sviluppata durante il lavoro in aula.

Note aggiuntive Il corso si basa su uno studio condotto su 2500 persone in 460 aziende (Bill Jensen – 2007) e presenta strumenti e strategie per l'applicazione del senso comune e del pensiero critico per qualsiasi attività di business. Semplicità significa: essere disciplinato nel dare senso alle cose, metterci passione quando si usa il tempo e l'attenzione della gente, spiegare a tutti come ottenere ciò che serve per agire.

Materiale didattico Viene rilasciata la “Guida del Partecipante”, in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante Euro 400,00/ partecipante + IVA

**Luogo di
svolgimento
del corso**

Choralia sede – Via Tortona, 37 – Milano

**Durata
complessiva
del corso**

16 ore complessive – periodo di riferimento: a richiesta

**Attestato di
partecipazione:**

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

Essere leader con l'Intelligenza Emotiva

Competenze

Sviluppo delle persone

Guida della squadra

Obiettivi

La motivazione è un fatto emotivo. La funzione delle emozioni infatti è di prepararci all'azione. Non tutte le emozioni però spingono ad azioni aziendali opportune ed efficaci. Scopo dell'intervento è fornire ai responsabili gli strumenti per:

- utilizzare le emozioni per comprendere la propria motivazione e motivare
- suscitare nei propri collaboratori emozioni che spingano e motivino ad azioni funzionali agli obiettivi organizzativi ed aziendali
- modificare gli stati d'animo negativi dei propri collaboratori per far loro ritrovare motivazione

Argomenti

Principi della intelligenza emotiva (4h)

- Fisiologia delle emozioni.
- Funzione biologica delle emozioni come fattori di preparazione ad una certa azione.

Riconoscimento delle emozioni (6h)

- Consapevolezza del capo per contagiare e suscitare le emozioni volute.
- Riconoscimento delle proprie emozioni, della loro funzione e della propria motivazione.
- Riconoscimento degli stati d'animo dei collaboratori.

Lavoro sulle emozioni (6h)

- Utilizzo delle emozioni per reindirizzare i collaboratori verso azioni aziendali opportune.
- Aiuto ai collaboratori per trovare emozioni che diano la giusta motivazione.
- Il "contagio emotivo" all'interno di un gruppo.

Durata

2 giorni

Metodologia	<ul style="list-style-type: none"> • La prima giornata è dedicata alla riflessione sulle funzioni delle emozioni e sui meccanismi di comportamento e al riconoscimento della proprie leve motivazionali e di quelle dei propri collaboratori. • La seconda giornata è centrata sullo sviluppo di tecniche e comportamenti per suscitare emozioni che spingano ad azioni aziendali intelligenti. • Esercitazioni, giochi e simulazioni permetteranno ai partecipanti di fare esperienza concreta del modello teorico.
Note aggiuntive	Il programma fa riferimento non solo ai lavori di Goleman, ma soprattutto agli ultimi sviluppi di Richard Boyatzis sulla “leadership risonante” e lo stimolo dei collaboratori all’apprendimento e ad un cambiamento sostenibile.
Materiale didattico	Viene rilasciata la “Guida del Partecipante”, in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.
Destinatari del corso	Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.
Numero partecipanti previsti	Min. 10 / Max. 16
Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.
Costo per partecipante	Euro 400,00/ partecipante + IVA
Luogo di svolgimento del corso	Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

Durata complessiva del corso 16 ore complessive – periodo di riferimento: a richiesta

Attestato di partecipazione: Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

Team building e gestione delle riunioni

Competenze

Ascolto, Comunicazione e Persuasione – Gestione delle informazioni
Team building
Motivazione ed ispirazione

Obiettivi

Il programma “Comunicazione manageriale” offre un metodo rigoroso per:

- Acquisire consapevolezza, perché la comunicazione non va lasciata al caso, ma accuratamente pianificata.
- Acquisire strumenti, tecniche e processi per padroneggiare ogni situazione comunicativa e in ogni riunione di lavoro.

Argomenti

Introduzione (2h)

- I criteri di giudizio delle presentazioni: chiarezza, sintesi, concretezza.

Preparazione (4h)

- Definizione dell’obiettivo e analisi degli interlocutori.
- Messa a punto della presentazione: il metodo “PASSO” e persuasione.
- Preparazione dei supporti
- Tecniche di training autogeno per la gestione dell’ansia e l’aumento dell’efficacia.

Avvio della presentazione (decollo) (4h)

- Metodo “CCP”: cosa, come, perché
- Innesco della partecipazione: tecniche di base ed avanzate per l’innescio dell’attenzione
- Gestione delle curve dell’attenzione

Gestione della presentazione (volo) (4h)

- Uso dei supporti: slide, lavagna a fogli mobili.
- Comunicazione non verbale
- Strategie di chiarezza e concretezza
- Tecniche di domanda e tecniche d’ascolto: metodo “GANNER”
- Gestione delle obiezioni: metodo “ARIA”
- Gestione delle situazioni e dei partecipanti imbarazzanti.

Conclusione della presentazione (atterraggio) (2h)

- Tecniche di conclusione

Durata

3 giorni:16 ore + 8 ore di follow-up di ulteriore applicazione

Metodologia

Il metodo didattico comprende

- Video
- Guida alle applicazioni e schede di lavoro

Note aggiuntive	<p>Questionari per la definizione dello stile di docenza e delle “paure chiave” Il seminario è sostanzialmente un modulo di “leadership in azione sul team”:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fa riflettere su come applicare le leve a disposizione di un leader. <p>Permette di trovare un collegamento all’operatività e applicazione alla gestione del proprio gruppo.</p>
Materiale didattico	<p>Viene rilasciata la “Guida del Partecipante”, in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.</p>
Destinatari del corso	<p>Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.</p>
Numero partecipanti previsti	<p>Min. 10 / Max. 16</p>
Numero edizioni	<p>Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.</p>
Costo per partecipante	<p>Euro 600,00/ partecipante + IVA</p>
Luogo di svolgimento del corso	<p>Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano</p>
Durata complessiva del corso	<p>24 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta</p>
Attestato di partecipazione:	<p>Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.</p>

GUIDA E MOTIVAZIONE

Competenze

Sviluppo della capacità di leadership

Definizione di ruoli, obiettivi e fattori chiave di successo

Delega e supporto dei collaboratori

Feedback e comunicazione

Sviluppo dei collaboratori

Motivazione e ispirazione

Obiettivi

- Fornire strumenti, tecniche, processi per migliorare i comportamenti e le prestazioni dei propri collaboratori, al fine di produrre (insieme a loro) risultati migliori
 - Sviluppare piena consapevolezza sui propri punti di forza e sulle proprie aree di miglioramento, come leader e come squadra

1. Motivare (6h)

- Elaborare e condividere lo scopo e il modo di lavorare della propria unità organizzativa e del singolo, in coerenza con gli obiettivi aziendali e dei singoli collaboratori

2. Orientare (4h)

- Stabilire e mettere in priorità gli obiettivi di prestazione, declinandoli in comportamenti operativi e parametri di attività

3. Sostenere (6h)

- Sviluppare un sistema di feedback, sia di rinforzo che correttivo
- Costruire un sistema di riconoscimenti, sia psicologici che tangibili, coerenti con il sistema di attese e la motivazione dei collaboratori
- Sviluppare le competenze del collaboratore, trasferendole secondo lo stile di apprendimento del collaboratore stesso

Argomenti

2 giorni

Durata

Metodologia

- Interagire con modalità esperienziale.
- Utilizzare e organizzare in un sistema le esperienze di tutti in modo da garantire sempre massima concretezza
- Creare consapevolezza sui propri punti di forza e le proprie aree di miglioramento, come leader e come team
- Affrontare e discutere le leve a disposizione di un leader per facilitare il raggiungimento degli obiettivi

Trovare costantemente un collegamento all'operatività e applicazione

	alla gestione del proprio gruppo
Metodologie formative previste	L'attività didattica verrà svolta in aula.
Eventuali note aggiuntive	Il programma fa riferimento alle ricerche condotte sulla relazione tra performance dei collaboratori e competenze di leadership management (Lashbrook).
Materiale didattico	Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.
Destinatari del corso	Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.
Numero partecipanti previsti	Min. 10 / Max. 16
Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.
Costo per partecipante	Euro 400,00/ partecipante + IVA
Luogo di svolgimento del corso	Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano
Durata complessiva del corso	16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta
Attestato di partecipazione:	Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

TROVARE LA RISORSA GIUSTA PER IL PROPRIO TEAM

Competenze

- Selezione del personale
- Gestione dell'inserimento in organico
- Lettura di CV ed intervista di candidati

Obiettivi

Selezionare la persona giusta per il proprio gruppo di lavoro è estremamente complicato: che si cerchi un collaboratore, un assistente, un impiegato, molto spesso capita di selezionare delle persone che, poi, non si rivelano all'altezza del lavoro che viene loro richiesto.

Per evitare investimenti infruttuosi in questo senso, proponiamo un corso di selezione tarato sulla realtà dello studio professionale, che fornisca le competenze di base per creare una proposta di lavoro, per ricercare dei candidati, con l'utilizzo dei più moderni strumenti di selezione (Social Network, LinkedIn in particolare), per essere certi di aver trovato la persona giusta, e per gestire nel modo migliore la delicata fase dell'avvio del lavoro.

Argomenti **Definizione dell'esigenza aziendale e del ruolo ricercato (4h)**

- Chi cerchiamo e perché
- Job profile e Job description
- Profili attesi e requisiti necessari

Reclutamento e screening (4h)

- I diversi canali di reclutamento: Annunci, LinkedIn, passaparola, etc.
- Screening telefonico
- Lettura e preselezione dei CV

L'intervista di selezione (4h)

- Le fasi dell'intervista: presentazione, analisi delle competenze, domande, chiusura.
- L'importanza dell'ascolto nell'intervista di selezione
- Il metodo STAR

Inserimento in organico (4h)

- Gestire correttamente l'inserimento

- Affiancamento e tutoraggio

Durata 2 giorni

Metodologia Il corso, facendo ampio uso di autocasi, è fortemente raccomandato per chiunque stia selezionando o debba selezionare dei candidati, in modo da fornire un supporto immediato e concreto su una situazione reale. Il lavoro si incentrerà su autocasi e roleplay.

Metodologie formative previste

L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico

Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso

Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti

Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni

Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante

Euro 400,00/ partecipante + IVA

Luogo di svolgimento del corso

Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

Durata complessiva del corso

16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta

Attestato di partecipazione:

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

Competenze

Intelligenza interpersonale
Ascolto e Comunicazione
Adattabilità
Orientamento all'altro
Persuasione

Obiettivi

Il successo di un professionista si basa sia sulle sue competenze tecniche, sia sulla sua capacità di comunicare efficacemente con il cliente, dal medico che deve interfacciarsi con un cliente che soffre, all'architetto che deve negoziare le condizioni di un contratto. Decenni di ricerca scientifica hanno dimostrato come la versatilità sia la capacità chiave attorno alla quale costruire la personalità del leader. Questo programma di apprendimento ha l'obiettivo di influire positivamente su qualità della comunicazione, produttività e risultati attraverso l'acquisizione di comportamenti flessibili in funzione dello stile dell'interlocutore.

Argomenti

1. Consapevolezza – 5 h

- a. Il modello tempo tensione: la tensione di relazione e il gioco delle percezioni.
- b. Introduzione all'intelligenza relazionale (interpersonale di Gardner). Stress e comunicazione
- c. Il modello degli stili sociali (Bolton & Bolton): gli assi della manifestazione e quello dell'assertività.
- d. I quattro stili sociali: caratteristiche, punti di forza e aree di attenzione.

2. Riconoscimento – 4 h

- e. L'individuazione dello stile sociale .
- f. Indicazioni comportamentali per il riconoscimento.

3. Flessibilità: l'intelligenza relazionale in azione – 4 h

- g. L'individuazione dello stile sociale .
- h. Indicazioni comportamentali per il riconoscimento.

4. Gestione dello stress relazionale – 3 h

- i. I quattro stili sotto stress.
- j. La gestione degli stili di fuga e di attacco. IL superamento delle barriere all'ascolto con il metodo ARIA (ascolto, riconoscimento,

argomentazione).

Durata

2 giorni

Metodologia

Il programma è fondato su una didattica fortemente attiva e un amplissimo utilizzo di filmati e role play per l'apprendimento pratico dell'intelligenza relazionale.

La didattica è arricchita di un manuale corredato di schede di analisi degli stili sociali, di strutturazione dei comportamenti e delle strategie più adatte per i diversi stili.

Per un innesco più efficace dell'apprendimento, è a disposizione una survey in autovalutazione e una in etero valutazione, basata su un ampio database di verifica.

Eventuali note aggiuntive

Il programma fa riferimento non solo ai lavori di Bolton (che tra tutti i lavori sugli stili sociali è sicuramente il meno giudicante e deterministico), ma anche alle recenti ricerche di Silberman in merito alla Intelligenza Relazionale

Metodologie formative previste

L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico

Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso

Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti

Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni

Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante

Euro 400,00/ partecipante + IVA

Luogo di svolgimento del corso

Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

Durata complessiva del corso

16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta

Attestato di partecipazione:

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

PIANIFICARE PER MIGLIORARE I RISULTATI

Competenze

Realizzazione delle strategie
Responsabilità decisionale
Pianificazione per l'efficienza e l'efficacia

Obiettivi

Definire e condividere (e quando necessario promuovere e vendere alla rete di vendita) un processo di pianificazione (obiettivi – realizzazione – monitoraggio) integrato con il processo di crescita professionale (obiettivi – fattori chiave di prestazione – competenze)

Argomenti **Il processo di pianificazione per il miglioramento delle prestazioni (3h)**

Come il processo di miglioramento della prestazione e di pianificazione si integrano nella costruzione e nel trasferimento di una strategia organizzativa.

La pianificazione come processo di problem solving.

Analisi (4h)

L'analisi della situazione per il problem setting: l'analisi swot, l'utilizzo degli alberi diagnostici di indicatori chiave di prestazione caratteristici del business.

Definizione degli obiettivi (3h)

Caratteristiche degli obiettivi SMART. Obiettivi strategici, tattici (antecedenti), e fattori chiave di prestazione.

Dai fattori di prestazione alle competenze e ai comportamenti attesi.

Dagli obiettivi di guadagno fino alla definizione dell'agenda quotidiana.

Azione e miglioramento (4h)

Tecniche e strategie di rendicontazione della attività per la risoluzione tempestiva dei problemi.

Preparazione delle visite.

Verifica dei risultati (4h)

Controllo in itinere, identificazione degli scostamenti, identificazione delle

azioni tempestive di correzione.

Durata 2 giorni

Metodologia Strumenti pre e post seminario di analisi di un caso e di applicazione dell'apprendimento.

Un caso guida di pianificazione costruito ad hoc.

Esercitazioni, supporti in excel costruiti ad hoc, simulazioni e discussioni in plenaria permettono ai partecipanti di fare un'esperienza concreta di maggiore consapevolezza delle dinamiche personali e operative di pianificazione.

Note aggiuntive

E' indispensabile una buona preparazione al corso con raccolta di dati e situazioni individuali (strutturate con una scheda di pre-work) da discutere durante il seminario.

Metodologie formative previste

L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico

Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso

Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti

Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni

Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante

Euro 400,00/ partecipante + IVA

Luogo di svolgimento del

Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

corso

**Durata complessiva
del corso**

16 ore complessive – periodo di riferimento: a richiesta

**Attestato di
partecipazione:**

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

GESTIRE I PROGETTI CON SEMPLICITA'

Competenze

Il Programma è indirizzato a quanti vogliono apprendere logiche, metodologie e tecniche necessarie per saper organizzare e condurre progetti.

Obiettivi

Fornire le conoscenze teoriche e pratiche per una corretta e integrata gestione dei progetti al fine di:

- capire le basi della pianificazione e del controllo integrato: tempi/costi/qualità
- analizzare le metodologie di stima di tempi/costi
- Al termine del corso i partecipanti sapranno produrre un piano di progetto secondo le linee guida del PMBoK® del PMI, standard internazionali di settore.

Argomenti

La Gestione per Progetti nelle Organizzazioni (8h)

- La gestione per progetti e la gestione per processi
- Gli standard internazionali di Project Management e i percorsi di certificazione più diffusi: PMI®, PRINCE2™ e IPMA®
- Project Stakeholder: il ruolo del project manager e del team
- Le fasi del Progetto/Prodotto/Servizio: il ciclo di vita
- Project charter
- La pianificazione del progetto

La pianificazione e programmazione del progetto – Scope (4h)

- Analisi e valutazione di requisiti e obiettivi di un progetto: Scope Management
- Deliverable e Attività
- La WBS: le attività di un progetto e gli strumenti di scomposizione e analisi

La pianificazione e programmazione del progetto – Risorse umane ed economiche (4h)

- Strumenti per la pianificazione delle risorse: definizione dei compiti e responsabilità, matrice RAM
- Stime di effort
- La pianificazione dei costi, stime di costo
- Triangolo dei vincolill

- Business case

La pianificazione temporale del progetto (introduzione) (8h)

- Il raggiungimento nel tempo degli obiettivi stabiliti:
- Milestone e pianificazione temporale
- Cenni al PERT: Program Evaluation and Review Technique e CPM: Critical Path Method
- Diagramma di Gantt

3 giorni

Durata

Metodologia

Alle lezioni di impostazione teorica sono affiancate modalità didattiche attive ed esperienziali quali discussioni guidate, casi aziendali e simulazioni. I partecipanti al termine del corso avranno sviluppato un proprio piano di progetto secondo le tecniche e i template proposti.

Metodologie formative previste

L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico

Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso

Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti

Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni

Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante

Euro 600,00/ partecipante + IVA

Luogo di svolgimento del corso

Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

**Durata complessiva
del corso**

24 ore complessive – periodo di riferimento: a richiesta

**Attestato di
partecipazione:**

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

GESTIRE IL CAMBIAMENTO CON L'INTELLIGENZA EMOTIVA

Competenze	<p>Intelligenza intrapersonale (emotiva)</p> <p>Tolleranza allo stress</p> <p>Guida dei collaboratori</p> <p>Persuasione</p>
Obiettivi	<p>La motivazione è un fatto emotivo. La funzione delle emozioni infatti è di prepararci all'azione. Non tutte le emozioni però spingono ad azioni aziendali opportune ed efficaci. Scopo dell'intervento è fornire ai responsabili gli strumenti per:</p> <ul style="list-style-type: none">• fornire ai partecipanti strumenti per gestire il cambiamento in modo positivo• motivare le persone che lo stanno vivendo in modo negativo• comprendere in che modo relazionarsi con se stessi e con gli altri in modo "autentico"
Argomenti	<p>Principi della intelligenza emotiva (3h)</p> <p>Fisiologia delle emozioni.</p> <p>Funzione biologica delle emozioni come fattori di preparazione ad una certa azione.</p> <p>Consapevolezza: riconoscimento delle emozioni (4h)</p> <p>Consapevolezza del capo per contagiare e suscitare le emozioni volute.</p> <p>Riconoscimento delle proprie emozioni, della loro funzione e della propria motivazione.</p> <p>Gestione di sé: lavoro sulle emozioni (4h)</p> <p>capacità di motivare se stessi e di perseguire nonostante gli insuccessi e le frustrazioni.</p> <p>Empatia: riconoscimento delle reazioni al cambiamento (2h)</p> <p>Riconoscimento degli stati d'animo dei collaboratori, rispetto al cambiamento.</p> <p>Gestione del cambiamento: azioni manageriali (3h)</p> <p>Utilizzo delle emozioni per reindirizzare i collaboratori verso azioni aziendali opportune, appropriate alla situazione e agli obiettivi aziendali.</p> <p>Supporto ai collaboratori per trovare la giusta motivazione.</p> <p>Il "contagio emotivo" all'interno di un gruppo.</p>
Durata	<p>2 giorni</p>
Metodologia	<p>La prima giornata è dedicata alla riflessione sulle funzioni delle emozioni e sui meccanismi di comportamento e al riconoscimento della proprie</p>

leve motivazionali e di quelle dei propri collaboratori.

La seconda giornata è centrata sullo sviluppo di tecniche e comportamenti per suscitare emozioni che spingano ad azioni aziendali intelligenti rispetto al cambiamento.

Esercitazioni, giochi e simulazioni permetteranno ai partecipanti di fare esperienza concreta del modello teorico.

**Note
aggiuntive**

Il programma fa riferimento non solo ai lavori di Goleman, ma soprattutto agli ultimi sviluppi di Richard Boyatzis sulla “leadership risonante” e lo stimolo dei collaboratori all’apprendimento e ad un cambiamento sostenibile.

**Materiale
didattico**

Viene rilasciata la “Guida del Partecipante”, in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

**Destinatari del
corso**

Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.

**Numero
partecipanti
previsti**

Min. 10 / Max. 16

**Numero
edizioni**

Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

**Costo per
partecipante**

Euro 400,00/ partecipante + IVA

**Luogo di
svolgimento
del corso**

Choralia sede – Via Tortona, 37 – Milano

**Durata
complessiva
del corso**

16 ore complessive – periodo di riferimento: a richiesta

**Attestato di
partecipazione:**

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

GESTIRE E RISOLVERE PRODUTTIVAMENTE CONFLITTI ORGANIZZATIVI

Competenze

- Preparare e condurre le negoziazioni
- Avere consapevolezza strategica
- Riconoscere gli sgambetti negoziali e i comportamenti sleali

Obiettivi Obiettivo del sistema didattico è aiutare il professionista a diventare più efficaci nel condurre una negoziazione con un cliente, con un fornitore o con un collega, sia in termini di risultato immediato sia di mantenimento nel tempo di una buona relazione con l'interlocutore.

Argomenti **Preparazione della negoziazione (6h)**

- Raccolta delle informazioni sull'interlocutore. Interessi comuni, divergenti e complementari.
- MAP: migliore alternativa percorribile.
- ZAR: zona di accordo realistica.

Conduzione delle negoziazione (5)

- Approccio: comunicare e gestire le persone.
- Fase 1. Definizione della distanza tra le parti: apertura, interessi e proposta.
- Fase 2. Ridurre la distanza: concessioni e alternative su più tavoli (committente e ufficio acquisti).
- Fase 3. Chiusura.

Implementazione delle negoziazione (5h)

- Definizione degli accordi e assistenza nell'implementazione.
- Affiancamento e sviluppo della relazione.

Durata 2 giorni

Metodologia Al termine del processo formativo (con una didattica coinvolgente, di grande impatto razionale ed emotivo) i partecipanti saranno in grado di migliorare notevolmente la capacità di condurre negoziazioni profittevoli con la piena soddisfazione della controparte in un approccio win - win.

La didattica utilizza:

- Check list di analisi di situazioni negoziali
- Autocasi
- Casi aziendali e di settore specifici
- Schede per la stesura dei piani di negoziazione
- Survey sullo stile negoziale

Note aggiuntive Il seminario fa ampio riferimento ai risultati delle ricerche di William Ury, Direttore del Global Negotiation Project presso l'Università di Harvard.

Metodologie formative previste L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante Euro 400,00/ partecipante + IVA

Luogo di svolgimento del corso Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

Durata complessiva del corso 16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta

**Attestato di
partecipazione:**

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

Competenze

Empowerment

Sviluppo delle competenze

Guida dei collaboratori

Obiettivi

Il percorso nasce come risposta specifica a manager di nuova nomina che stanno vivendo il passaggio dal ruolo di professional a quello di guida delle risorse, spesso in condizioni organizzative che inducono ad un intervento diretto. Gli obiettivi sono:

- Percepire il collegamento tra autonomia delle risorse e impatto sul business.
- Sfruttare la leva autonomia per lo sviluppo professionale dei collaboratori.
- Incoraggiare e proteggere un comportamento proattivo, anche in una condizione di resistenza e di percezione di rischio da parte del collaboratore.

Argomenti

Delega e "empowerment" (6h)

- L'assunzione consapevole di autonomia: condizioni che determinano il livello di delega da parte del capo e, specularmente di assunzione di responsabilità da parte del collaboratore (negli ovvi limiti di procura).
- Elementi che determinano delega, autonomia e responsabilizzazione: maturità psicologica e maturità professionale.

Percezione di rischio nei comportamenti proattivi (6h)

- Analizzare i rischi connessi al compito affidato: impatti derivanti dall'assunzione di responsabilità.
- Questioni e sfide della assunzione di responsabilità dal punto di vista dei collaboratori.
- Valutare il rischio dello sviluppo di autonomia (empowerment) negli studi professionali come fattore fondamentale nella crescita dei risultati.
- Comprendere il valore manageriale dello sviluppo di autonomia e responsabilizzazione: autonomia come fattore di crescita.

Costruire l'ambiente di lavoro giusto (6h)

- Individuare strategie per massimizzare le prestazioni, riducendo le perdite, aumentando la probabilità di successo, e altri modi per proteggere le persone.
- Identificare e valutare le regole scritte e non scritte per incoraggiare o scoraggiare un comportamento autonomo a proattivo.

Sviluppare le competenze (6h)

- Prassi di Leadership per fare crescere i collaboratori:
 - "liberare la pro attività dei collaboratori" (comunicare attese,

- rimuovere gli ostacoli.)
 - "rinforzare" (costruire le competenze, fornire una rete di sicurezza.)
 - "lasciare fare" (sviluppare il senso di fiducia e responsabilità reciproca) al fine di sostenere l'empowerment in studio.
- Processo di coaching e di supporto

Durata 3 giorni

Metodologia La metodologia didattica si basa sulla continua discussione di casi aziendali comuni e approfondimento su casi personali, in modo da favorire un elevato grado di trasferibilità sul campo dei contenuti appresi.

Note aggiuntive Il programma fa riferimento soprattutto alla popolazione di quei professionisti ancora molto implicati con l'operatività, che hanno bisogno di riflettere e maturare sulla propria esperienza per definire un proprio modello di sviluppo dei collaboratori, la dove potrebbero incontrare le maggiori resistenze al cambiamento e allo sviluppo della proattività.

Metodologie formative previste L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso Imprenditori, professionisti e partner degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante Euro 600,00/ partecipante + IVA

Luogo di svolgimento del corso Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

Durata complessiva del corso 24 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta

Attestato di partecipazione: Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

AREA SVILUPPO PERSONALE

COMUNICARE EFFICACEMENTE CON COLLEGHI E CLIENTI

Competenze

Intelligenza interpersonale
Ascolto e Comunicazione
Adattabilità
Orientamento all'altro
Persuasione

Obiettivi

Il successo di una persona si basa sia sulle sue competenze tecniche, sia sulla sua capacità di comunicare efficacemente con il cliente e con i colleghi. Decenni di ricerca scientifica hanno dimostrato come la versatilità sia la capacità chiave attorno alla quale costruire la propria personalità. Questo programma di apprendimento ha l'obiettivo di influire positivamente su qualità della comunicazione, produttività e risultati attraverso l'acquisizione di comportamenti flessibili in funzione dello stile dell'interlocutore.

Argomenti

1. Consapevolezza – 5 h

- a. Il modello tempo tensione: la tensione di relazione e il gioco delle percezioni.
- b. Introduzione all'intelligenza relazionale (interpersonale di Gardner).
Stress e comunicazione
- c. Il modello degli stili sociali (Bolton & Bolton): gli assi della manifestazione e quello dell'assertività.
- d. I quattro stili sociali: caratteristiche, punti di forza e aree di attenzione.

2. Riconoscimento – 4 h

- e. L'individuazione dello stile sociale .
- f. Indicazioni comportamentali per il riconoscimento.

3. Flessibilità: l'intelligenza relazionale in azione – 4 h

- g. L'individuazione dello stile sociale .
- h. Indicazioni comportamentali per il riconoscimento.

4. Gestione dello stress relazionale – 3 h

- i. I quattro stili sotto stress.
- j. La gestione degli stili di fuga e di attacco. IL superamento delle barriere all'ascolto con il metodo ARIA (ascolto, riconoscimento, argomentazione).

Durata

2 giorni

Metodologia	<p>Il programma è fondato su una didattica fortemente attiva e un amplissimo utilizzo di filmati e role play per l'apprendimento pratico dell'intelligenza relazionale.</p> <p>Per un innesco più efficace dell'apprendimento, è a disposizione una survey in autovalutazione e una in etero valutazione, basata su un ampio database di verifica.</p>
Eventuali note aggiuntive	<p>Il programma fa riferimento non solo ai lavori di Bolton (che tra tutti i lavori sugli stili sociali è sicuramente il meno giudicante e deterministico), ma anche alle recenti ricerche di Silberman in merito alla Intelligenza Relazionale</p>
Metodologie formative previste	<p>L'attività didattica verrà svolta in aula.</p>
Materiale didattico	<p>La didattica è arricchita di un manuale corredato di schede di analisi degli stili sociali, di strutturazione dei comportamenti e delle strategie più adatte per i diversi stili.</p>
Destinatari del corso	<p>Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.</p>
Numero partecipanti previsti	<p>Min. 10 / Max. 16</p>
Numero edizioni	<p>Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.</p>
Costo per partecipante	<p>Euro 400,00/ partecipante + IVA</p>
Luogo di svolgimento del corso	<p>Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano</p>
Durata complessiva del corso	<p>16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta</p>
Attestato di partecipazione:	<p>Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.</p>

INTELLIGENZA EMOTIVA:

GOVERNARE LE EMOZIONI PER RELAZIONI EFFICACI

Competenze

Intelligenza intrapersonale (emotiva)

Tolleranza allo stress

Orientamento al cliente

Persuasione

Obiettivi

La motivazione è un fatto emotivo. La funzione delle emozioni infatti è di prepararci all'azione. Non tutte le emozioni però spingono ad azioni aziendali opportune ed efficaci. Scopo dell'intervento è fornire ai partecipanti gli strumenti per:

- governare le emozioni e guidarle nella direzione più vantaggiosa
- suscitare in sé stessi e nei propri colleghi emozioni che spingano ad azioni funzionali agli obiettivi organizzativi ed aziendali
- sintonizzarsi con lo stato emotivo del collega/ cliente allo scopo di personalizzare la relazione
- modificare gli stati d'animo negativi per migliorare le relazioni interpersonali con i colleghi

Principi della intelligenza emotiva (4 ore)

- Fisiologia delle emozioni.
- Funzione biologica delle emozioni come fattori di preparazione ad una certa azione.

Riconoscimento delle emozioni (6 ore)

- Acquisizione di consapevolezza delle proprie emozioni.
- Riconoscimento delle proprie emozioni, della loro funzione e della propria motivazione.
- Riconoscimento degli stati d'animo dei colleghi.

Lavoro sulle emozioni (6 ore)

- Utilizzo delle emozioni per contagiare positivamente l'ambiente di lavoro e produrre azioni aziendali opportune.
- Gestire le proprie emozioni in caso di conflitto
- Il "contagio emotivo" all'interno di un gruppo

Durata

2 giorni

Metodologia

La prima giornata è dedicata alla riflessione sulle funzioni delle emozioni e sui meccanismi di comportamento, propri e dei colleghi.

La seconda giornata è centrata sullo sviluppo di tecniche e

	comportamenti emozionali che spingano ad azioni aziendali intelligenti.
	Esercitazioni, giochi e simulazioni permetteranno ai partecipanti di fare esperienza concreta del modello teorico.
Metodologie formative previste	L'attività didattica verrà svolta in aula.
Materiale didattico	Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.
Destinatari del corso	Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.
Numero partecipanti previsti	Min. 10 / Max. 16
Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.
Costo per partecipante	Euro 400,00/ partecipante + IVA
Durata complessiva del corso	16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta
Attestato di partecipazione:	Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

Competenze

Processo decisionale: elaborazione, sintesi, decisione

Orientamento al risultato

Comunicazione e persuasione

Obiettivi

Il percorso formativo ha lo scopo di fornire un “modo di pensare” che favorisca la capacità di influenzare gli altri attraverso l’efficacia delle decisioni prese e la semplicità di pensiero e di esposizione. Lo scopo strategico del percorso è aumentare la concentrazione della persona, leader o collaboratore, su ciò che veramente conta per ottenere un risultato e dividerlo, con il massimo risparmio di tempo e di parole.

Argomenti **Introduzione (3h)**

- Il rasoio di Occam: l’eliminazione dei “pensieri superflui” per spiegare la realtà del business.
- Perché essere semplici in una realtà economica sempre più complessa: l’agilità di pensiero, di azione e di apprendimento come condizione di prosperità.
- Pensare, parlare e agire in modo semplice come principio di qualità.

Pensare in modo semplice – “Non si conosce il vero se non si conosce la Causa” (Aristotele) (5h)

- Dai problemi alle cause – il modello Fish bone.
- Dai bisogni alle risposte – il modello Critical to Quality.
- Dai goal strategici ai fattori chiave di successo – Il modello Alberi di prestazione.

Parlare in modo semplice – “Rem tene, verba sequentur” (Catone) (3h)

- Innescare l’attenzione: il modello Cosa, come e perché.
- Mantenere l’attenzione: la regola del “3” e le strutture di presentazione del pensiero.
- Sfruttare l’attenzione per persuadere: il modello

Caratteristica, Vantaggio e Prova.

Agire in modo semplice – “Veni, vidi, vici” (Cesare) (5h)

- Il piano d’azione e il controllo.
- Le competenze e i fattori chiave di prestazione.
- L’azione di sviluppo delle competenze.

Durata 2 giorni

Metodologia Il percorso di apprendimento sulla semplicità è giocato sul sistema di apprendimento degli adulti, con ampio spazio alle esperienze (spesso innescato da filmati ed esercitazioni) e a test applicativi alla propria realtà. Prima del workshop i partecipanti dovranno definire un problema da risolvere e da comunicare ad altri con una soluzione efficace e persuasiva, sviluppata durante il lavoro in aula.

Note aggiuntive Il corso si basa su uno studio condotto su 2500 persone in 460 aziende (Bill Jensen – 2007) e presenta strumenti e strategie per l'applicazione del senso comune e del pensiero critico per qualsiasi attività di business. Semplicità significa: essere disciplinato nel dare senso alle cose, metterci passione quando si usa il tempo e l'attenzione della gente, spiegare a tutti come ottenere ciò che serve per agire.

Metodologie formative previste L’attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico Viene rilasciata la “Guida del Partecipante”, in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.
Costo per partecipante	Euro 400,00/ partecipante + IVA
Luogo di svolgimento del corso	Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano
Durata complessiva del corso	16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta
Attestato di partecipazione:	Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

RIDURRE LO STRESS DEL LAVORO PRATICANDO LA CONSAPEVOLEZZA

Competenze

Gestione di sé
Gestione dello stress
Emozioni e benessere sul lavoro

Obiettivi

Negli ultimi 20 anni tutto il mondo della psicologia occidentale si è unito dietro ad un'evidenza: c'è un modo per uscire da uno stato di sofferenza psicologica, e questo modo si chiama consapevolezza. Traendo spunto da tecniche millenarie di meditazione buddhista, questo corso si prefigge l'obiettivo, in 8 incontri, di fornire le competenze di base per gestire in modo efficace il carico di stress cui è sottoposto ogni giorno al lavoro, imparando come lasciarlo andare, come permettersi di viverlo senza farsene carico in modo eccessivo. In ultima analisi, il corso di MBSR rappresenta un primo passo sulla lunga strada che porta a vivere il proprio lavoro e le proprie relazioni in modo del tutto differente.

Argomenti

1. Il direttore (3h)

un incontro introduttivo, con alcuni esercizi e la prima pratica di consapevolezza, che permette di familiarizzare con alcuni processi mentali che inducono lo stress

2. Affrontare gli ostacoli (3h)

in questo incontro, oltre ad introdurre nuove tecniche, verrà compreso il tema degli ostacoli che incontriamo nel lavoro e nella vita privata, ogni giorno, nonché degli ostacoli alla pratica

3. La consapevolezza del respiro (3h)

questa seduta è il vero "cuore pulsante" del programma, in termini di pratica. Si focalizza essenzialmente sulla meditazione e sulla consapevolezza, con l'introduzione di nuove tecniche, come lo spazio di respiro.

4. Essere presenti (3h)

Un incontro dedicato all'approfondimento ed alla comprensione autentica dello stress e dell'ansia. I fari saranno puntati sulle emozioni e sul vissuto dei singoli e del gruppo nel suo complesso.

5. Integrare, accettare, dare il benvenuto (3h)

una seduta incentrata sul tema di accogliere le sensazioni che ci si presentano, positive o negative che siano. È la ripresa di un Leitmotiv di tutti gli incontri precedenti, che a questo punto esce allo scoperto.

6. I pensieri non sono fatti (3h)

separare la realtà dal pensiero è ciò che ci permette di non reagire emotivamente ad un pensiero negativo. In questa seduta si prende in esame ulteriormente tale

pratica.

7. Come posso prendermi cura di me stesso nel modo migliore? (3h)

Il lavoro svolto in questi incontri, perché sia efficace per la propria vita e per il proprio lavoro, deve potersi esprimere quotidianamente. Con questa seduta si esamineranno le esigenze personali di ognuno, studiando un modo pratico in cui poter da soli questo lavoro.

8. Portare i guadagni acquisiti durante il percorso nella vita di ogni giorno (3h)

È ora di riassumere quanto fatto finora, sviscerare gli ultimi dubbi, affrontare qualsiasi perplessità o difficoltà possa essere insorta, e proiettare la propria nuova consapevolezza di sé verso il futuro.

9. Giornata intensiva di pratica (3h)

A conclusione del percorso si praticherà per una giornata intera (8 h), di Sabato, per sperimentare la piena potenza della consapevolezza non discorsiva, se praticata in modo intensivo e costante

Durata

8 incontri da 3 ore + un Sabato finale intensivo (32 h totali)

Metodologia

Il corso è un adattamento al mondo professionale del famosissimo (ed estremamente validato dalla ricerca scientifica) corso di Mindfulness-Based Stress Reduction sviluppato da Jon Kabat-Zinn negli Stati Uniti. Il corso è solidamente esperienziale, si parlerà della teoria che permette alla mindfulness di portare certi benefici, ma questa teoria sarà sempre radicata su forti basi di pratica personale.

Il corso richiede anche un impegno personale a praticare da una settimana all'altra, per almeno mezz'ora al giorno, tramite l'ausilio di un audio CD registrato appositamente dal docente, contenente diverse meditazioni guidate.

Il corso non ha nessun contenuto spirituale: la pratica di consapevolezza, infatti, è una pratica di disciplina mentale che allena a spostare deliberatamente l'attenzione; il riferimento al buddhismo è legato solo alle origini teoriche, non alle sue componenti religiose o spirituali.

Strumenti aggiuntivi

Durante il corso verrà fornita un'ampia bibliografia in merito all'utilizzo della Mindfulness, sia sul posto di lavoro, sia nella vita privata. Chi fosse interessato a proseguire oltre le otto settimane, poi, potrà unirsi ad un gruppo di meditazione privato.

Destinatari del

Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi

corso	professionali e aziende collegate.
Numero partecipanti previsti	Da 15 a 30 pax.
Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.
Costo per partecipante	Euro 500,00/ partecipante + IVA
Luogo di svolgimento del corso	Il corso si svolgerà a Milano - la sede verrà comunicata successivamente
Durata complessiva del corso	32 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta
Attestato di partecipazione:	Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

AREA RELAZIONE E COMUNICAZIONE COL CLIENTE

CREARE E CONDURRE PRESENTAZIONI ECCEZIONALI

Competenze

Ascolto, Comunicazione e Persuasione – Gestione delle informazioni
Public speaking
Persuasività

Obiettivi

Il corso offre un metodo rigoroso per:

- Acquisire consapevolezza, perché la comunicazione non va lasciata al caso, ma accuratamente pianificata.
- Acquisire strumenti, tecniche e processi per padroneggiare ogni situazione comunicativa e in ogni riunione di lavoro.

Argomenti

1. Introduzione – 4 h

- a. I criteri di giudizio delle presentazioni: chiarezza, sintesi, concretezza.

2. Preparazione – 3h

- a. Definizione dell'obiettivo e analisi degli interlocutori.
- b. Messa a punto della presentazione: il metodo "PASSO" e persuasione.
- c. Preparazione dei supporti
- d. Tecniche di training autogeno per la gestione dell'ansia e l'aumento dell'efficacia.

3. Avvio della presentazione (decollo) 4h

- a. Metodo "CCP": cosa, come, perché
- b. Innesco della partecipazione: tecniche di base ed avanzate per l'innescio dell'attenzione
- c. Gestione delle curve dell'attenzione

4. Gestione della presentazione (volo) 3h

- a. Uso dei supporti: slide, lavagna a fogli mobili.
- b. Comunicazione non verbale
- c. Strategie di chiarezza e concretezza
- d. Tecniche di domanda e tecniche d'ascolto: metodo "GANNER"
- e. Gestione delle obiezioni: metodo "ARIA"
- f. Gestione delle situazioni e dei partecipanti imbarazzanti.

5. Conclusione della presentazione (atterraggio) 2h

- a. Tecniche di conclusione

6. Follow-up 8h

- a. Analisi di presentazioni condotte dal primo incontro

Durata

3 giorni, 2 di corso ed uno di follow-up

Metodologia

Il metodo didattico comprende:

- a. Video

- b. Guida alle applicazioni e schede di lavoro
- c. Questionari per la definizione dello stile di docenza e delle "paure chiave"
- d. La "Mappa Mentale della riunione": uno strumento riutilizzabile che aiuti a strutturare tutti i passaggi chiave di una presentazione.

Metodologie formative previste

L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico

Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso

Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti

Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni

Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante

Euro 600,00/ partecipante + IVA

Luogo di svolgimento del corso

Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

Durata complessiva del corso

24 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta

Attestato di partecipazione:

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

FIDELIZZARE CON UN SERVIZIO ECCELLENTE

Competenze

Servizio al cliente: Ascolto, Comunicazione, Adattabilità
Orientamento al cliente
Erogazione di servizio e vendite ricorrenti

Obiettivi

L'immagine di uno studio professionale è convogliata non solo dai professionisti che ci lavorano, ma anche dal personale che risponde al telefono, che contatta il cliente, che accoglie in studio, dalla segretaria all'assistente di sedia del dentista. Spesso, un'impiegata scortese o distratta può rovinare l'immagine di eccellenza dei professionisti che vi operano; e viceversa, una segretaria che risponda in maniera efficace ed efficiente al telefono e tratti al meglio i clienti/ pazienti può essere un fattore distintivo di grande importanza.

Inoltre, il valore del "servizio al cliente" è spesso esercitato in modo spontaneo, utilizzando abilità inconsapevoli e con diversi gradi di intensità in funzione delle caratteristiche personali dei singoli: il modello proposto sensibilizza sulle ragioni di un diverso atteggiamento e fornisce un metodo da seguire per migliorare la comunicazione e incrementare la soddisfazione del cliente in ogni occasione di contatto e quindi permette di:

- Avere personale allineato e sensibilizzato agli obiettivi e allo sviluppo della relazione con il cliente
- Mantenere la soddisfazione, incrementando la qualità percepita del servizio e la fidelizzazione.

Argomenti **Soddisfazione del cliente e risultati aziendali (3h)**

Il ruolo strategico del personale dello studio per la soddisfazione del cliente

Il valore della soddisfazione del cliente: per lo studio, per il cliente, per chi eroga il servizio

Gli stati di soddisfazione e insoddisfazione del cliente

I fattori emotivi alla base di uno spirito di servizio eccellente

Armonizzazione (4h)

Gli stati d'animo del cliente, riconoscimento e gestione

Interazione (5h)

Comprendere e rispondere a bisogni ed attese

Tecniche di ascolto.

Dire di no ed altre frasi “killer” del servizio eccellente

Verifica della soddisfazione (2h)

Gestione delle obiezioni e recupero dell'insoddisfazione.

Rilascio del servizio (2h)

Seguire il cliente nel tempo per fidelizzare, personalizzare e aumentare la relazione

Contestualizzazione e spiegazione della situazione descritta dalla business simulation e regole di comportamento.

Comportamenti e frasi efficaci per convogliare un livello di servizio eccellente

Durata 2 giorni

Metodologia I partecipanti utilizzano un sistema di autovalutazione, che consente di definire il proprio stato dell'arte rispetto alle 4 dimensioni del servizio al cliente; abilità professionali, abilità di relazione, autogestione, flessibilità.

Filmati, esercitazioni e simulazioni permetteranno ai partecipanti di fare esperienza concreta del modello nella realtà di customer service.

Verranno inoltre forniti molti strumenti comunicativi concreti e facilmente utilizzabili.

Note aggiuntive Il programma fa riferimento alla flessibilità relazionale di Bolton, alle ricerche sull'Intelligenza Emotiva di Boyatzis, ed a tecniche di gestione della clientela ispirate al modello di Mary Gober.

Metodologie formative previste L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico Viene rilasciata la “Guida del Partecipante”, in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso	Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.
Numero partecipanti previsti	Min. 10 / Max. 16
Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.
Costo per partecipante	Euro 400,00/ partecipante + IVA
Luogo di svolgimento del corso	Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano
Durata complessiva del corso	16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta
Attestato di partecipazione:	Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

INTELLIGENZA EMOTIVA: GOVERNARE LE EMOZIONI PER RELAZIONI EFFICACI

Competenze

Intelligenza intrapersonale (emotiva)

Tolleranza allo stress

Orientamento al cliente

Persuasione

Obiettivi

La motivazione è un fatto emotivo. La funzione delle emozioni infatti è di prepararci all'azione. Non tutte le emozioni però spingono ad azioni aziendali opportune ed efficaci. Scopo dell'intervento è fornire ai partecipanti gli strumenti per:

- governare le emozioni e guidarle nella direzione più vantaggiosa
- suscitare in sé stessi e nei propri colleghi emozioni che spingano ad azioni funzionali agli obiettivi organizzativi ed aziendali
- sintonizzarsi con lo stato emotivo del collega/ cliente allo scopo di personalizzare la relazione
- modificare gli stati d'animo negativi per migliorare le relazioni interpersonali con i colleghi

Principi della intelligenza emotiva (4 ore)

Argomenti

- Fisiologia delle emozioni.
- Funzione biologica delle emozioni come fattori di preparazione ad una certa azione.

Riconoscimento delle emozioni (6 ore)

- Acquisizione di consapevolezza delle proprie emozioni.
- Riconoscimento delle proprie emozioni, della loro funzione e della propria motivazione.
- Riconoscimento degli stati d'animo dei colleghi.

Lavoro sulle emozioni (6 ore)

- Utilizzo delle emozioni per contagiare positivamente l'ambiente di lavoro e produrre azioni aziendali opportune.
- Gestire le proprie emozioni in caso di conflitto
- Il "contagio emotivo" all'interno di un gruppo

Durata

2 giorni

Metodologia

La prima giornata è dedicata alla riflessione sulle funzioni delle emozioni e sui meccanismi di comportamento, propri e dei colleghi.

La seconda giornata è centrata sullo sviluppo di tecniche e comportamenti

emozionali che spingano ad azioni aziendali intelligenti.

Esercitazioni, giochi e simulazioni permetteranno ai partecipanti di fare esperienza concreta del modello teorico.

Metodologie formative previste

L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico

Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso

Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti

Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni

Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante

Euro 400,00/ partecipante + IVA

Luogo di svolgimento del corso

Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

Durata complessiva del corso

16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta

Attestato di partecipazione:

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

LA TELEFONATA EFFICACE

COMUNICARE TELEFONICAMENTE IN MANIERA EFFICACE ED EFFICIENTE

Competenze

Aumentare la propria efficacia nella comunicazione telefonica

Ascolto

Diminuire lo stress al telefono

Persuasione

Obiettivi

La telefonata è un ottimo strumento per sviluppare il business e fidelizzare il cliente; rappresenta inoltre il biglietto da visita dello Studio professionale o dell'azienda. Quando parliamo con un cliente lo accompagniamo inconsapevolmente a individuare i valori dell'azienda che rappresentiamo. Scopo dell'intervento è fornire ai partecipanti gli strumenti per:

- Gestire l'attività telefonica "in entrata" ed "in uscita", acquisendo un metodo di lavoro efficace
- Personalizzare la comunicazione al telefono
- Gestire al meglio reclami e obiezioni al telefono

Argomenti

La comunicazione telefonica (3 ore)

- Elementi della comunicazione: verbale, paraverbale (non verbale)
- Ascolto
- Comunicazione positiva: frasi e atteggiamenti da evitare

La matrice della telefonata efficace in uscita (4 ore)

- Prima della telefonata: preparazione (pianificazione)
- Modello C.I.A.O.
- Lo SCRIPT
- Durante la telefonata: farsi ascoltare
- Superare i filtri
- Chiusura telefonata
- Dopo la telefonata: autovalutazione e verifica

La matrice della telefonata efficace in entrata (4 ore)

- Prima della telefonata: convincimento positivo e apertura
- Durante la telefonata: il piacere nel conversare e la personalizzazione
ascolto empatico
- Chiusura telefonata
- Dopo la telefonata: autovalutazione e verifica

Gestione dei reclami e delle obiezioni (4 ore)

- Gestire il proprio stress e quello del cliente (le modalità di comportamento sotto stress)

- Dire di “no”
- Attivarsi per risolvere

Situazioni particolari (3h)

Durata	2 giorni
Metodologia	Continua alternanza tra teoria, esercitazioni e simulazioni applicate a casi reali. Le simulazioni permettono ai partecipanti di fare esperienza concreta dei modelli teorici.
Metodologie formative previste	L'attività didattica verrà svolta in aula.
Materiale didattico	Viene rilasciata la “Guida del Partecipante”, in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.
Destinatari del corso	Collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.
Numero partecipanti previsti	Min. 10 / Max. 16
Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.
Costo per partecipante	Euro 400,00/ partecipante + IVA
Luogo di svolgimento del corso	Choralia sede – Via Tortona, 37 – Milano
Durata complessiva del corso	16 ore complessive – periodo di riferimento: a richiesta
Attestato di partecipazione:	Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

**MIGLIORARE LA FLUIDITA' E L'EFFICACIA
DELLA RELAZIONE INTERPERSONALE**

Competenze

Intelligenza interpersonale
Ascolto e Comunicazione
Adattabilità
Orientamento all'altro
Persuasione

Obiettivi

Il successo di un professionista si basa sia sulle sue competenze tecniche, sia sulla sua capacità di comunicare efficacemente con il cliente, dal medico che deve interfacciarsi con un cliente che soffre, all'architetto che deve negoziare le condizioni di un contratto. Decenni di ricerca scientifica hanno dimostrato come la versatilità sia la capacità chiave attorno alla quale costruire la personalità del leader. Questo programma di apprendimento ha l'obiettivo di influire positivamente su qualità della comunicazione, produttività e risultati attraverso l'acquisizione di comportamenti flessibili in funzione dello stile dell'interlocutore.

Argomenti

1. Consapevolezza – 5 h

- a. Il modello tempo tensione: la tensione di relazione e il gioco delle percezioni.
- b. Introduzione all'intelligenza relazionale (interpersonale di Gardner). Stress e comunicazione
- c. Il modello degli stili sociali (Bolton & Bolton): gli assi della manifestazione e quello dell'assertività.
- d. I quattro stili sociali: caratteristiche, punti di forza e aree di attenzione.

2. Riconoscimento – 4 h

- e. L'individuazione dello stile sociale .
- f. Indicazioni comportamentali per il riconoscimento.

3. Flessibilità: l'intelligenza relazionale in azione – 4 h

- g. L'individuazione dello stile sociale .
- h. Indicazioni comportamentali per il riconoscimento.

4. Gestione dello stress relazionale – 3 h

- i. I quattro stili sotto stress.
- j. La gestione degli stili di fuga e di attacco. IL superamento delle barriere all'ascolto con il metodo ARIA (ascolto, riconoscimento,

argomentazione).

Durata	2 giorni
Metodologia	<p>Il programma è fondato su una didattica fortemente attiva e un amplissimo utilizzo di filmati e role play per l'apprendimento pratico dell'intelligenza relazionale.</p> <p>La didattica è arricchita di un manuale corredato di schede di analisi degli stili sociali, di strutturazione dei comportamenti e delle strategie più adatte per i diversi stili.</p> <p>Per un innesco più efficace dell'apprendimento, è a disposizione una survey in autovalutazione e una in etero valutazione, basata su un ampio database di verifica.</p>
Eventuali note aggiuntive	<p>Il programma fa riferimento non solo ai lavori di Bolton (che tra tutti i lavori sugli stili sociali è sicuramente il meno giudicante e deterministico), ma anche alle recenti ricerche di Silberman in merito alla Intelligenza Relazionale</p>
Metodologie formative previste	L'attività didattica verrà svolta in aula.
Materiale didattico	Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.
Destinatari del corso	Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.
Numero partecipanti previsti	Min. 10 / Max. 16
Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.
Costo per partecipante	Euro 400,00/ partecipante + IVA
Luogo di svolgimento del corso	Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano
Durata complessiva del corso	16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta
Attestato di	Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

partecipazione:

AREA

VENDITE

PIANIFICARE I PROPRI RISULTATI

Competenze

Realizzazione delle strategie
Responsabilità decisionale
Pianificazione per l'efficienza e l'efficacia

Obiettivi

Definire un processo di pianificazione (obiettivi – realizzazione – monitoraggio) integrato con il processo di crescita professionale personale (obiettivi – fattori chiave di prestazione – competenze) e un concreto piano di attività per la realizzazione dei risultati

Argomenti

1. Il processo di pianificazione per il miglioramento delle prestazioni (3h)

- Come il processo di miglioramento della prestazione e di pianificazione si integrano nel ruolo commerciale.
- La pianificazione come processo di problem solving.

2. Analisi (4h)

- L'analisi della situazione per il problem setting: l'analisi swot, l'utilizzo degli alberi diagnostici di indicatori chiave di prestazione caratteristici del business.

3. Definizione degli obiettivi (3h)

- Caratteristiche degli obiettivi SMART. Obiettivi strategici, tattici (antecedenti), e fattori chiave di prestazione.
- Dai fattori di prestazione alle competenze e ai comportamenti attesi.
- Dagli obiettivi di guadagno fino alla definizione dell'agenda quotidiana.

4. Azione e miglioramento (3h)

- Tecniche e strategie di rendicontazione della attività per la risoluzione tempestiva dei problemi.
- Preparazione delle visite.

5. Verifica dei risultati (3h)

- Controllo in itinere, identificazione degli scostamenti, identificazione delle azioni tempestive di correzione.

Durata	2 giorni
Metodologia	<p>Strumenti pre e post seminario di analisi di un caso e di applicazione dell'apprendimento.</p> <p>Un caso guida di pianificazione costruito ad hoc.</p> <p>Esercitazioni, supporti excel costruiti ad hoc, simulazioni e discussioni in plenaria permettono ai partecipanti di fare un'esperienza concreta di maggiore consapevolezza delle dinamiche personali e operative di pianificazione.</p>
Eventuali note aggiuntive	<p>E' indispensabile una buona preparazione al corso con raccolta di dati e situazioni individuali (strutturate con una scheda di pre-work) da discutere durante il seminario.</p> <p>Il workshop è disponibile in versione consumer / retail e corporate.</p>
Metodologie formative previste	L'attività didattica verrà svolta in aula.
Materiale didattico	Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.
Destinatari del corso	Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.
Numero partecipanti previsti	Min. 10 / Max. 16
Numero edizioni	Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.
Costo per partecipante	Euro 400,00/ partecipante + IVA
Luogo di svolgimento del corso	Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano
Durata complessiva del corso	16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta

**Attestato di
partecipazione:**

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

FIDELIZZARE I CLIENTI CON UN SERVIZIO D'ECCELLENZA

Competenze

- Servizio al cliente: Ascolto, Comunicazione, Adattabilità
- Orientamento al cliente
- Erogazione di servizio e vendite ricorrenti

Obiettivi

Il valore del “servizio al cliente” è spesso esercitato in modo spontaneo, utilizzando abilità inconsapevoli e con diversi gradi di intensità in funzione delle caratteristiche personali dei singoli, a volte confondendo la disponibilità con la qualità: il modello proposto sensibilizza sulle ragioni di un diverso atteggiamento e fornisce un metodo da seguire per migliorare la comunicazione e incrementare la soddisfazione del cliente in ogni occasione di contatto e quindi permette di:

- Avere personale allineato e sensibilizzato agli obiettivi e allo sviluppo della relazione con il cliente in funzione del cross selling e dell’up selling.
- Mantenere la soddisfazione, incrementando la qualità percepita del servizio e la fidelizzazione.

Argomenti

Soddisfazione del cliente e risultati aziendali (3h)

- Il ruolo strategico del personale per la soddisfazione del cliente
- Il valore della soddisfazione del cliente: per l'organizzazione, per il cliente, per chi eroga il servizio
- Gli stati di soddisfazione e insoddisfazione del cliente

Armonizzazione (4h)

- Gli stati d’animo del cliente, riconoscimento e gestione

Interazione (5h)

- Comprendere e rispondere a bisogni ed attese
- Tecniche di ascolto, di domanda e di presentazione di una soluzione di servizio / prodotto. Dire di no.

Verifica della soddisfazione (2h)

- Gestione delle obiezioni e recupero dell'insoddisfazione.

Rilascio del servizio (2h)

- Seguire il cliente nel tempo per fidelizzare, personalizzare e aumentare la relazione commerciale in un'ottica di permission selling

Durata 2 giorni

Metodologia I partecipanti utilizzano un sistema di autovalutazione, che consente di definire il proprio stato dell'arte rispetto alle 4 dimensioni del servizio al cliente; abilità professionali, abilità di relazione, autogestione, flessibilità.

Filmati, esercitazioni e simulazioni permetteranno ai partecipanti di fare esperienza concreta del modello nella realtà di customer service.

Note aggiuntive Il programma fa riferimento ai concetti di Seth Godin sul permission selling, alla flessibilità relazionale di Bolton e alle più moderne tecniche di CRM. La struttura del programma è flessibile, progettata di volta in volta in base alle esigenze della singola azienda. Il workshop è disponibile in versione consumer / retail e corporate.

Metodologie formative previste

L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico

Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso

Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti

Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni

Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante

Euro 400,00/ partecipante + IVA

**Luogo di
svolgimento del
corso**

Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

**Durata
complessiva del
corso**

16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta

**Attestato di
partecipazione:**

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

RELAZIONE: VENDERE CON L'INTELLIGENZA RELAZIONALE

Migliorare le proprie capacità commerciali con gli Stili Sociali

Competenze

- Intelligenza interpersonale: Ascolto, Comunicazione, Adattabilità
- Orientamento al cliente
- Persuasione

Obiettivi Il programma "Intelligenza Relazionale" offre un metodo rigoroso (basato sul modello dell'intelligenza interpersonale di Gardner e i "social styles" di Bolton) per:

- Riconoscere i diversi stili di comportamento dei nostri interlocutori.
- Adattare di conseguenza le proprie modalità di relazione a quelle dell'interlocutore...
- per migliorare la fluidità e l'efficacia della relazione interpersonale, favorire la soddisfazione del cliente e la conclusione delle trattative, con argomentazioni profondamente mirate ai bisogni dell'interlocutore.

Argomenti **1. Consapevolezza (4h)**

- I processi di vendita e le capacità relazionali in gioco.
- Gli stili di comportamento e le attese relazionali dei clienti che li caratterizzano.

2. Riconoscimento (6h)

- L'identificazione degli stili di comportamento dei clienti nei primi momenti di trattativa o ex post

3. Flessibilità (6h)

- La flessibilità in azione durante la trattativa
- La gestione delle situazioni critiche (obiezioni, espressione di insoddisfazione, trattative difficili)
- La gestione della trattativa nel suo complesso secondo gli stili sociali
- La costruzione di un'argomentazione di vendita persuasiva basata sugli stili sociali.

Durata 2 giorni

Metodologia Al termine del processo formativo di due giorni (che comprende anche video e una didattica coinvolgente, di grande impatto razionale ed emotivo) i partecipanti saranno in grado di migliorare i processi di comunicazione e influire positivamente su qualità, produttività e risultati della vendita. Il seminario fa grande impiego di strumenti di didattica attiva quali:

- Video
- Survey 360° o in autovalutazione per l'identificazione dello stile
- Casi aziendali e di settore specifici
- Check list di analisi delle trattative passate e Schede di impostazione della trattativa, per stile

Eventuali note aggiuntive Il programma fa riferimento non solo ai lavori di Bolton (che tra tutti i lavori sugli stili sociali è sicuramente il meno giudicante e deterministico), ma anche alla learning agility di Lombardo e Eichinger come fattore attivante del potenziale di un venditore, per questo è un programma molto raccomandato ad ogni profilo commerciale. Il workshop è disponibile in versione consumer / retail e corporate.

Metodologie formative previste

L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico

Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso

Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti

Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni

Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante

Euro 400,00/ partecipante + IVA

Luogo di svolgimento del

Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

corso

**Durata
complessiva del
corso**

16 ore complessive – periodo di riferimento: a richiesta

**Attestato di
partecipazione:**

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.

SVILUPPARE I CONTATTI COMMERCIALI

Competenze Marketing relazionale

Telemarketing

Prospezione

Obiettivi Il programma offre una impostazione di ruolo e un metodo rigoroso per:

Definire un metodo di lavoro per la messa a punto della pianificazione commerciale del servizio al cliente (acquisizione, sviluppo e gestione) che produca valore per il cliente stesso e per lo studio.

Fornire strumenti di lavoro atti alla pianificazione e alla definizione dei messaggi chiave per la clientela, con un alto grado di personalizzazione del servizio, al fine di favorire un elevato sviluppo della relazione e dei risultati di raccolta / impiego.

Argomenti **Pianificazione operativa (4h)**

- L'analisi del cruscotto del gestore e identificazione di punti di forza e aree di miglioramento. Costruzione di un piano di attività per il conseguimento di un obiettivo di raccolta / redditività, con l'ausilio di un pianificatore excel.

Marketing relazionale (6h)

- Il processo di acquisto del risparmiatore, i principi di marketing relazionale secondo Seth Godin: la sensibilizzazione del cliente allo scenario di mercato e alle offerte.
- Analisi dello scenario economico finanziario, individuazione dei bisogni attivati dalla situazione complessiva, analisi dei clienti target e prospect in funzione dei bisogni
- Preparazione degli argomenti di vendita (definizione di una Unique Selling Proposition), creazione e utilizzo dei supporti alla vendita.

Approccio al cliente (3h)

- Strutturazione della comunicazione efficace al cliente (telefono ed eventuali mail).

Telemarketing e contatto al cliente (3h)

- Strategie di comunicazione telefonica per l'acquisizione dell'appuntamento.
- Strategie di presentazione al cliente nelle prime fasi della trattativa per la conquista dell'attenzione.

Durata 2 giorni

Metodologia Il metodo didattico comprende video, audio, Guida alle applicazioni, script di telefonata e schede di lavoro

Metodologie formative previste

L'attività didattica verrà svolta in aula.

Materiale didattico

Viene rilasciata la "Guida del Partecipante", in cui sono riportati i principali argomenti trattati nel corso.

Destinatari del corso

Imprenditori, professionisti, partner e collaboratori degli studi professionali e aziende collegate.

Numero partecipanti previsti

Min. 10 / Max. 16

Numero edizioni

Fino a 4 al mese per 10 mesi/ anno, al raggiungimento del numero minimo di partecipanti.

Costo per partecipante

Euro 400,00/ partecipante + IVA

Luogo di svolgimento del corso

Choralia sede - Via Tortona, 37 - Milano

Durata complessiva del corso

16 ore complessive - periodo di riferimento: a richiesta

Attestato di partecipazione:

Al partecipante verrà rilasciato un Attestato di Partecipazione a fronte del 70 % di frequenza delle ore previste.