

Catalogo Formazione Aziendale 2020



UNI EN ISO 9001:2015
CERTIFICATO N.50 100 1795 REV 07

Via De Sanctis 6 - 20092 Cinisello Balsamo (MI)
tel. 02 66049515 - 02 6128212
cfp@aspmazzini.com - www.aspmazzini.com
C.F. 03273840151 - P.IVA 00746420967

Ente riconosciuto da Regione Lombardia con D.P.G.R. n.19607/02/1990

AREE TEMATICHE

1. HR & ORGANIZATION
2. PRODUCTION
3. SALES & MARKETING
4. DIGITAL INNOVATION
5. LINGUE
6. SOFT SKILLS



HR & ORGANIZATION

FORMAZIONE PRATICA ALL'APPROCCIO PER PROCESSI

- OBIETTIVI

- Elaborare la mappa dei processi aziendali in coerenza con il business aziendale
- Analizzare e descrivere correttamente i processi
- Approfondire la metodologia per perseguire il miglioramento dei processi
- Organizzare un team di lavoro per mappare e revisionare i processi
- Strutturare l'architettura del sistema documentale
- Monitorare l'efficacia del metodo

- PROGRAMMA

- Il concetto di processo aziendale
- Processi locali e trasversali
- Orientamento al cliente
- Concetto di miglioramento continuo
- Critical to Quality e fattore "k" nei processi come elementi centrali dei processi Tecniche di rappresentazione dei processi
- Il Brown Paper come strumento di miglioramento e comunicazione
- La gestione delle interviste: sequence e tecnica dei 5W e 2H
- Approfondimento delle principali criticità di processo

DURATA: 60 ORE



HR & ORGANIZATION

LA COMUNICAZIONE INTERNA

- OBIETTIVI

- Comprendere il ruolo strategico della comunicazione interna nell'affermare e condividere la mission aziendale
- Acquisire le competenze chiave per ingaggiare e motivare lo staff
- Acquisire un metodo per progettare un piano di comunicazione interna a supporto della mission aziendale: obiettivi di business, destinatari, contenuti, strumenti e mezzi
- Analizzare le fasi del processo di comunicazione dalla progettazione, alla gestione e condivisione, alla valutazione dei risultati

- PROGRAMMA

- Principi, mission, obiettivi e attori della comunicazione interna
- Comunicazione interna & strategia aziendale
- Il piano di comunicazione interna
- Gestione e condivisione del piano di comunicazione interna, Implementazione e controllo

DURATA: 40 ORE



HR & ORGANIZATION

PROGETTARE E GESTIRE IL CAMBIAMENTO ORGANIZZATIVO

- OBIETTIVI

- Identificare i principali elementi che consentono o ostacolano la realizzazione di un piano di change management
- Conoscere ed analizzare gli impatti del cambiamento organizzativo sulle persone
- Comprendere le logiche necessarie per una gestione efficace del cambiamento organizzativo
- Comprendere come la dirigenza, a tutti i livelli, può contribuire concretamente ai progetti di cambiamento organizzativo

DURATA: 16 ORE



HR & ORGANIZATION

OBBLIGHI LEGALI ED AMMINISTRATIVI DELLA GESTIONE DEL PERSONALE

- OBIETTIVI

- Conoscere a fondo obblighi giuridici e amministrativi della gestione del personale aziendale
- Comprendere il CCNL applicato in azienda e i vari aspetti
- Individuare i diversi aspetti gestionali, legislativi e sanzionatori legati alle attività portate avanti in azienda
- Conoscere le più recenti normative e applicarle al contesto aziendale

- PROGRAMMA

- Elementi distintivi dei diversi tipi di contratto di lavoro utilizzati in azienda
- Diritto Sindacale
- La cessazione del rapporto di lavoro
- Retribuzione e payroll

DURATA: 24 ORE



PRODUCTION

PROGRAMMAZIONE MACCHINE A CONTROLLO NUMERICO

- OBIETTIVI

- Modulo 1 – Programmare l'officina di produzione, per ridurre il tempo totale necessario per mettere un disegno in produzione, tramite un'interfaccia grafica utente e icone di facile utilizzo.
- Modulo 2 - Aumentare la produttività e la versatilità dei centri di lavorazione meccanica. Per programmare i pezzi tramite software conversazionale, non è necessaria alcuna conoscenza di linguaggio ISO G-Code.
- Modulo 3 - Creare, visualizzare, modificare, stampare, monitorare ed eseguire il debug di programmi di sequenze per ladder PMC CNC.
- Modulo 4 - Convertire, caricare ed eseguire programmi macro personalizzati (macro P-CODE) in F-ROM (memoria flash CNC).
- Modulo 5: creazione di funzioni e applicazioni personalizzate che
- utilizzano Windows® e di modifica di programmi macro per seguire l'evoluzione della produzione e della macchina.

DURATA: 40 ORE



PRODUCTION

PROGRAMMAZIONE AVANZATA MACCHINE A CONTROLLO NUMERICO

- OBIETTIVI

- Migliorare le competenze professionali di lavoratori che utilizzano macchine utensili a programmazione a controllo numerico.
- Di facile utilizzo, la funzione PMC (Programmable Machine Control) include tutto il necessario per utilizzare la macchina, nonché dispositivi esterni e un massimo di 5 programmi PMC. Tramite questo programma di formazione, la lavorazione meccanica risulterà pertanto più semplice ed è possibile ottenere tempi ciclo più brevi, qualità delle superfici più elevata, efficienza operativa e una maggiore sicurezza per l'operatore

DURATA: 40 ORE



PRODUCTION

PROGRAMMAZIONE MACCHINE A CONTROLLO NUMERICO CON SOFTWARE CAM DEDICATO

- OBIETTIVI

- Implementare le competenze tecnico –professionali per lavoratori ed imprenditori che adottano soluzioni per macchine utensili che utilizzano linguaggi CAM/CAD con post processor certificato per ogni macchina utensile con codice CNC.
- I progettisti e gli ingegneri possono cimentarsi in varie discipline, riducendo i tempi del ciclo di progettazione, aumentando la produttività e lanciando più rapidamente sul mercato prodotti innovativi. Le soluzioni CAD 3D consentono alle aziende di velocizzare lo sviluppo dei prodotti, ridurre i costi di fabbricazione e migliorare la qualità e l'affidabilità dei prodotti in un'ampia gamma di settori e applicazioni. Le soluzioni su cui verrà effettuata la formazione sono sistemi ad alte prestazioni per la programmazione di qualsiasi Macchina Utensile a Controllo Numerico, che dispongono di una interfaccia di acquisizione da CAD a CAM in grado di importare direttamente modelli nativi di qualsiasi provenienza, senza perdite di dati e senza necessità da parte del programmatore di modificare o ricostruire la geometria. E' possibile lavorare direttamente una qualunque combinazione di geometrie – solidi, superfici, wireframe o STL – mantenendo la massima flessibilità nella definizione delle lavorazioni.

DURATA: 80 ORE



SALES & MARKETING

GESTIRE RECLAMI E RICHIESTE DEL CLIENTE

- OBIETTIVI

- Utilizzare tecniche comunicative utili per creare una relazione costruttiva con il cliente e fidelizzarlo
- Sviluppare l'ascolto empatico al fine di comprendere le esigenze, palesi e latenti, del cliente
- Individuare i diversi tipi di interlocutori, essere consapevoli delle possibili fonti di conflitto, saperle riconoscere e governare
- Trasformare situazioni potenzialmente conflittuali in situazioni di soddisfazione e fidelizzazione

- PROGRAMMA

- La gestione delle richieste del cliente
- Piano d'azione
- La gestione dei reclami e delle comunicazioni disfunzionali
- Azioni da mettere in atto per migliorare la propria gestione del cliente e indicatori per controllare il raggiungimento dei risultati

DURATA: 24 ORE



SALES & MARKETING

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

- OBIETTIVI

- Comprendere il valore aggiunto della relazione con il cliente per massimizzarne la fedeltà
- Definire un modello di Customer Relationship
- Differenziare gli approcci di relazione commerciale per ogni tipo di cliente (Buyer Persona)
- Definire le specifiche del customer database e scegliere il CRM migliore
- Organizzare il dato e la comunicazione interna stabilendo flussi e procedure

- PROGRAMMA

- I 4 pilastri del CRM: dati e informazioni, tecnologie, processi e persone
- Definire una visione, delineare una strategia, definire un piano di azione per essere e diventare un'azienda orientata al cliente

DURATA: 32 ORE



SALES & MARKETING

TECNICHE DI BASE DI VENDITA

- OBIETTIVI

- Conoscere le tappe del processo di vendita
- Saper preparare una vendita: definire gli obiettivi e pianificare la visita
- Acquisire le tecniche più adatte da utilizzare nei diversi momenti della negoziazione
- Sviluppare competenze comunicative per gestire con efficacia la relazione col cliente
- Saper porre domande, progettando una fase di analisi strategica delle reali esigenze del cliente, e predisporre all'ascolto

- PROGRAMMA

- Conoscere il proprio mercato: il marketing per il venditore
- Organizzare la propria azione di vendita
- Le regole del 4 per 20
- Tecniche per condurre il primo colloquio Presentare se stessi e la propria società L'apertura del dialogo

DURATA: 24 ORE



SALES & MARKETING

TECNICHE AVANZATE DI VENDITA

- OBIETTIVI

- Padroneggiare le tecniche di gestione di trattative articolate e complesse
- Affinare le tecniche di vendita con metodi di negoziazione noti
- Sviluppare efficacemente la comunicazione con il cliente
- Resistere alle pressioni del compratore e sostenere l'offerta
- Concludere alle migliori condizioni per massimizzare relazione e redditività

- PROGRAMMA

- L'analisi del processo decisionale di un gruppo complesso: la DMU La costruzione di argomentazioni strutturate: l'approccio CUB
- Costruire un piano d'azione per coinvolgere i differenti attori: indecisi, sponsor interni, sfidanti
- Gli strumenti della negoziazione per sostenere e difendere la propria soluzione
- Le migliori tecniche per gestire le obiezioni di un acquirente esperto
- 6 tecniche per concludere una vendita e condurre l'interlocutore ad una decisione
- Le trattative difficili: analisi di casi pratici e soluzioni
- Metodi per presentare il prezzo

DURATA: 32 ORE



DIGITAL INNOVATION

ANALIZZARE I DATI CON EXCEL

- OBIETTIVI

- Padroneggiare le sintassi delle principali funzioni logiche e di ricerca
- Sapere costruire formule
- Ottimizzare i tempi collegando dati fra più tabelle/report
- Presentare analisi avanzate con i nuovi strumenti delle tabelle pivot

- PROGRAMMA

- Nidificare funzioni per realizzare tabelle dinamiche
- Strumenti per personalizzare dei dati
- Collegare dati provenienti da più report
- Realizzare report aggregando dati dalla query sul database: tabelle pivot

DURATA: 16 ORE



DIGITAL INNOVATION

DIGITAL MARKETING

- OBIETTIVI

- Progettare, realizzare e gestire un piano di web marketing di successo
- Integrare le azioni di marketing online con le strategie di marketing aziendale
- Utilizzare al meglio gli strumenti di web marketing: email marketing, social media e mobile
- Monitorare e controllare le campagne di web marketing per ottimizzarne le prestazioni

- PROGRAMMA

- I fondamenti del web marketing
- Creare un web marketing di successo
- SEO e SEM strategy
- Social Media Marketing
- Best Practice per un piano di Marketing integrato

DURATA: 24 ORE



DIGITAL INNOVATION

COMUNICARE SUI SOCIAL MEDIA

- OBIETTIVI

- Acquisire gli strumenti per sviluppare una strategia di comunicazione digitale
- Integrare i social media nella propria strategia di comunicazione
- Acquisire le leve del successo: eventi, annunci, link, blog e comunicazione sui social media

- PROGRAMMA

- Sviluppare la propria strategia di comunicazione digitale
- Comunicare sui social e in rete
- Identificare le opportunità pubblicitarie
- Misurare le azioni di comunicazione digitale

DURATA: 16 ORE



DIGITAL INNOVATION

CYBER SECURITY E PRIVACY

- OBIETTIVI

- Acquisire consapevolezza per assumere una posizione proattiva nel campo della sicurezza informatica
- Comprendere come mitigare e identificare i potenziali pericoli

- PROGRAMMA

- Comprendere la terminologia di base della cyber security (sniffing, spoofing, malware)
- Le principali fonti di vulnerabilità ai nostri sistemi
- Gli attacchi dal mondo social e mobile (Android, iOS) Considerare i problemi di privacy correlati
- La necessità di avere un processo di risk management
- Cyber Security Action Plan

DURATA: 24 ORE



LINGUE

BUSINESS ENGLISH

- OBIETTIVI

- Sapersi esprimere in maniera chiara e dettagliata in relazione ad argomenti propri della professione svolta
- Adeguare il registro linguistico al contesto e all'interlocutore
- Redigere documenti scritti anche di carattere professionale
- Gestire rapporti commerciali con clienti anglofoni
- Utilizzare un vocabolario specifico legato all'attività professionale

- PROGRAMMA

- Elementi di grammatica
- Strutture lessicali
- Funzioni comunicative in ambiti commerciali
- Lessico specifico

DURATA: 40 ORE



LINGUE

SPAGNOLO BASE/Business

- OBIETTIVI

- Familiarizzare con suoni e regole grammaticali tipiche della lingua spagnola
- Comprendere frasi semplici inerenti ad ambiti di immediata rilevanza
- Padroneggiare le principali strutture verbali, utili per comunicare la propria routine, descrivere luoghi e persone
- Utilizzare un vocabolario semplice – utilizzare lessico e linguaggio specifici

- PROGRAMMA

- Elementi di grammatica
- Strutture lessicali
- Funzioni comunicative in ambiti commerciali
- Lessico specifico

DURATA: 40 ORE



LINGUE

FRANCESE BASE/Business

- OBIETTIVI

- Familiarizzare con suoni e regole grammaticali tipiche della lingua spagnola
- Comprendere frasi semplici inerenti ad ambiti di immediata rilevanza
- Padroneggiare le principali strutture verbali, utili per comunicare la propria routine, descrivere luoghi e persone
- Utilizzare un vocabolario semplice – utilizzare lessico e linguaggio specifici

- PROGRAMMA

- Elementi di grammatica
- Strutture lessicali
- Funzioni comunicative in ambiti commerciali
- Lessico specifico

DURATA: 40 ORE



LINGUE

TEDESCO BASE/Business

- OBIETTIVI

- Familiarizzare con suoni e regole grammaticali tipiche della lingua spagnola
- Comprendere frasi semplici inerenti ad ambiti di immediata rilevanza
- Padroneggiare le principali strutture verbali, utili per comunicare la propria routine, descrivere luoghi e persone
- Utilizzare un vocabolario semplice – utilizzare lessico e linguaggio specifici

- PROGRAMMA

- Elementi di grammatica
- Strutture lessicali
- Funzioni comunicative in ambiti commerciali
- Lessico specifico

DURATA: 40 ORE



SOFT SKILLS

PUBLIC SPEAKING

- OBIETTIVI

- Imparare i trucchi per strutturare una presentazione convincente e di successo
- Utilizzare le regole per la comunicazione efficace
- Affrontare le situazioni critiche, gestendo lo stress
- Imparare a valorizzare il giudizio del pubblico

DURATA: 24 ORE



SOFT SKILLS

STILI COMUNICATIVI

- OBIETTIVI

- Comprendere le variabili fondamentali nel processo comunicativo
- Utilizzare le tecniche di informazione e gli stili di comunicazione più adatti ai differenti contesti
- L'importanza dell'ascolto
- Comprendere e rafforzare il proprio ruolo, aumentando impatto e autorevolezza
- Costruire relazioni efficaci favorendo un clima positivo
- Comprendere come aumentare la propria capacità di influenzare i comportamenti altrui
- Utilizzare l'assertività per presentare positivamente idee e proposte

DURATA: 24 ORE



SOFT SKILLS

GESTIONE DEL TEMPO

- OBIETTIVI

- Riflettere sulla connessione tempo – relazioni
- Prendere consapevolezza delle proprie modalità di utilizzo del tempo e acquisire un metodo efficace di riconoscimento priorità
- Gestire distrazioni, interferenze e interruzioni per non penalizzare i propri obiettivi e il proprio ruolo
- Riflettere sull'impatto che le nuove tecnologie e le nuove modalità e strumenti di lavoro hanno sulla nostra gestione del tempo

DURATA: 24 ORE



SOFT SKILLS

SAPER LAVORARE IN SQUADRA

- OBIETTIVI

- Identificare il gruppo e riconoscerne le dinamiche tipiche
- Comprendere e identificare gli obiettivi di gruppo
- Prendere consapevolezza delle proprie modalità di relazione all'interno del gruppo di lavoro

DURATA: 24 ORE

