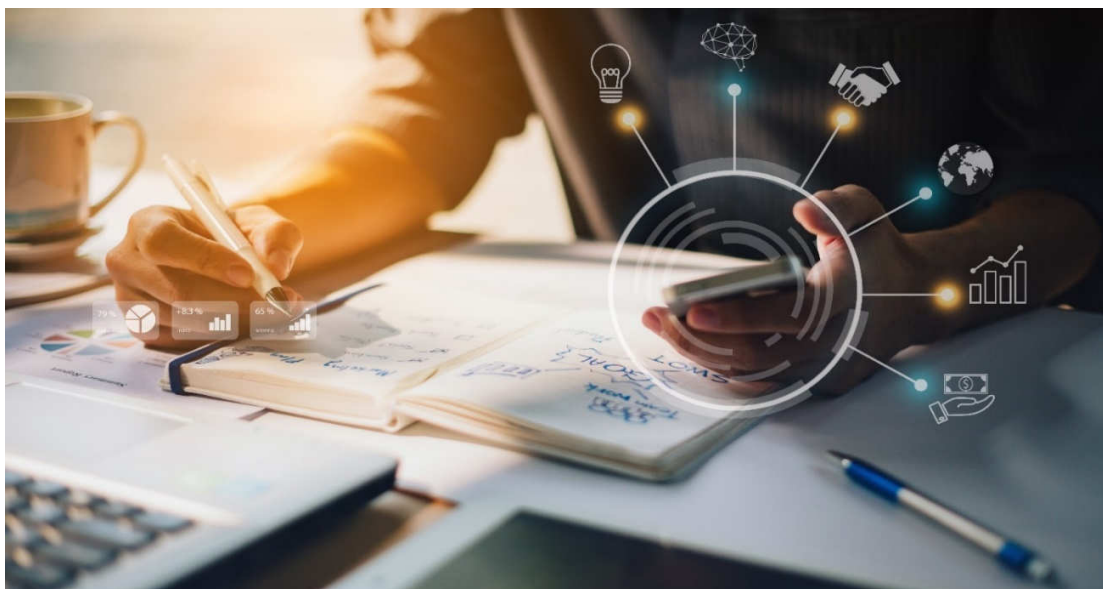


# COVID-19:

## Proposte per LE CAMERE DI COMMERCIO NELL'EMERGENZA “FASE 2”

---



Proposte progettuali di orientamento/placement e pacchetti formativi immediatamente cantierabili. Eventi on-line per accompagnare i voucher offerti all'impresa mettendola in condizione di attivare subito le condizioni richieste dal mercato che cambia.



Sapere utile

# PROGETTO SPID

Il tema digitalizzazione è emerso con ancor più forza a seguito dell'emergenza COVID-19. La linea è rappresentata dall'affiancamento del preesistente tema delle **tecnologie 4.0**, con altri due temi:

- **smart working**
- **e-commerce**

È essenziale affiancare i voucher che aiutano la liquidità ad indicazioni operative (tecniche, organizzative, comportamentali, logistiche) per coloro che devono lavorare in modo efficace e sicuro ed operare velocemente sul recupero di quote di mercato.

## 1. Ciclo di formazione webinar

Ciclo di seminari di formazione via web da utilizzare sia "live" sia in differito (guardando la registrazione) pensati per le piccole e medie imprese con due destinatari distinti: da un lato i datori di lavoro e, dall'altro, i lavoratori, ma anche aperto ai professionisti e ai cittadini interessati a iniziare a lavorare con la modalità "intelligente".

Metodologia di insegnamento: ogni webinar ha un approccio molto pratico, con un'esposizione di pochi e chiari concetti, molti esempi di casi reali, oltre alla possibilità di rispondere alle domande.

Di seguito la lista dei webinar, con la durata in ore.

### **1.1 Destinatari: imprenditori, startupper, dirigenti, manager**

- Webinar "*Come iniziare a lavorare in modo agile nella mia azienda*" - 2 ore
- Webinar "*Smart working e ... protezione dei dati*" - 1 ora
- Webinar "*Smart working e ... salute e sicurezza dei lavoratori*" - 1 ora
- Webinar "*Smart working e ... normativa*" - 1 ora
- Webinar "*Smart working e ... change management*" - 1 ora

### **1.2 Destinatari: lavoratori (ma anche professionisti, cittadini)**

- Webinar "*Come iniziare a lavorare in modo agile*" - 2 ore
- Webinar "*Smart working e... gestione del tempo*" - 1 ora
- Webinar "*Smart working e... situazioni di lavoro a casa*" - 1 ora
- Webinar "*Smart working e... coworking*" - 1 ora
- Webinar "*Smart working e... strumenti digitali*" - 1 ora

**NOTA:** IFOA è in grado di fornire anche un breve catalogo di corsi di formazione sull'e-learning sulla digitalizzazione e l'uso delle tecnologie digitali (ad esempio Cyber Security, IT essentials) grazie al fatto che è una Cisco Networking Academy ufficiale ([www.netacad.com](http://www.netacad.com)).

## 2. Online Innovation Study Tour

### PREMESSA

IFOA ha lanciato nel 2018 un format di formazione esperienziale chiamato Innovation Study Tour: lo scopo è preparare ed accompagnare team aziendali o delegazioni composte da diverse imprese a vedere le migliori applicazioni 4.0 esistenti al mondo. Gli Innovation Study tour di IFOA sono occasioni per i partecipanti per costruire **relazioni di networking con start up innovative e incontrare direttamente i manager che ogni giorno lavorano sulle tecnologie del futuro.**

Pensati per manager, imprenditori, direttori di divisione, consulenti e liberi professionisti, gli Innovation Study Tour sono percorsi formativi che prevedono momenti di briefing pre-partenza, workshop e visite aziendali, momenti di networking e feedback finale.

Potranno essere Tour che presentano singoli luoghi dell'innovazione (aziende, centri di ricerca, incubatori/acceleratori) piuttosto che più ampi territori dell'innovazione come parchi scientifici, città, regioni in **qualsiasi paese straniero** (USA, Israele, Cina, UK, Svezia, Germania), **ma anche in Italia.** La lingua ufficiale degli Innovation Study Tour con relatori stranieri è l'inglese (anche se vi sarà un'assistenza continua in lingua italiana messa a disposizione da IFOA quale organizzatore)

Gli speakers di ogni Innovation Study Tour sono sempre manager di start up innovative o di grandi imprese tecnologiche, nonché ricercatori di Università tra le più prestigiose o di centri di ricerca all'avanguardia sull'innovazione e la tecnologia.

### DESCRIZIONE

L'esperienza comprende (attraverso una serie di collegamenti "live" tramite piattaforma di videocomunicazione (es. Zoom, Webex, Meet, Teams):

- **Un online briefing iniziale** che introduce il Tour e prepara i partecipanti agli incontri (virtuali) ed un online debriefing finale che conclude il Tour entrambi della durata di 1 ora.
- **Due online meeting**, webinar o round tables che avranno durata variabile da 1 a 3 ore con guru, ricercatori, general manager, startupper (uno o più contemporaneamente a seconda del tipo di evento) presentati e condotti da uno o più moderatori che introdurranno i relatori, li coordineranno, li intervisteranno e li stimoleranno alla discussione con i partecipanti
- **Due visite a luoghi dell'innovazione "virtuali"** cioè realizzate tramite proiezione di video (pre registrati o trasmessi in tempo reale) e commentate dal relatore

Alcuni momenti di networking sotto forma di:

- **Mini meeting di "online networking" successivi ad ogni evento**, della durata di 5-10 minuti l'uno con modalità 'one-to-one' tra un partecipante ed il relatore e tra partecipante e partecipante (se entrambi lo vorranno) mediante un apposito calendario su cui prenotarsi condiviso in tempo reale e gestito da Ifoa

- **Virtual coffee break** della durata di 15 minuti per chiacchierare con gli organizzatori, con altri partecipanti, con relatori

*NOTA: è ipotizzabile, ma allo stato attuale in fase di valutazione, la realizzazione di alcuni collegamenti tramite Realtà Aumentata indossando appositi visori, in sostituzione ai collegamenti mediante piattaforma di videocomunicazione*

Un Tour potrà essere svolto secondo due opzioni (da decidere in fase di lancio):

- **"Weekly"**: una sessione (composta da due tra webinar/meeting/round tables/visite + online networking e virtual coffee break) da 2 ore una volta alla settimana per 2-3 settimane
- **"Immersive Day"**: un'unica giornata piena di sessioni come sopra descritto, intervallate da più pause

### **3. E-commerce**

#### **PREMESSA**

L'emergenza Covid-19 ha creato molti danni al settore del commercio. La serrata conseguente al "lockdown" ha provocato un fermo dei ricavi (e solo molto parzialmente dei costi) di tutti coloro che hanno attività commerciali, eccezion fatta per quelle che avevano un codice ATECO cui era consentito proseguire in quanto ritenute attività necessarie per non fare fermare il Paese.

Ad oggi migliaia di negozianti hanno merce invenduta che solo in parte potranno riuscire a vendere i prossimi mesi. Non tutti sono rimasti fermi però, c'è chi si è inventato da zero il servizio di consegna a domicilio ed altri che hanno iniziato anche con formule semplificate a vendere tramite i canali social. Qualcuno ha rapidamente abbracciato soluzioni di 'digital payments' già da tempo disponibili ma mai utilizzate dalla stragrande maggioranza di dettaglianti e piccole attività commerciali.

Non c'è dubbio che una strategia di e-commerce potrebbe giovare a tanti esercenti e professionisti del mondo del commercio, con mercati potenziali non solo in Italia, ma vi sono svariate conoscenze che occorre acquisire rapidamente per potere gettarsi in tempo, prima che rischino di fallire.

Proponiamo qui di seguito un ciclo di alcuni brevi webinar in grado di fare comprendere che direzione prendere e già muovere i primi passi per lanciarsi nelle vendite online senza compiere inconsapevolmente gravi passi falsi.

I webinar qui di seguito elencati possono avere durata flessibile **da 1 a 2 ore** e possono essere quasi tutti calendarizzati senza obbligo di rispettare una propedeuticità fra loro:

#### **Realizzare da zero il proprio sistema di E-commerce**

- Valutare esigenze e forze interne dell'azienda
- Scegliere tra CMS, SaaS o plugin
- Cosa serve per avere un eCommerce vincente?

### **Vendere tramite i principali marketplace (eBay, Amazon, Alibaba)**

- Chi e perché dovrebbe vendere sui marketplace?
- Quali sono i maggiori marketplace al mondo e in cosa si differenziano
- Sbocco all'internazionalizzazione

### **Come avviene l'acquisto in omnicanalità**

- ON/OFFLINE
- Customer journey
- Pagamenti
- Logistica
- Delivery

### **Come è cambiata la richiesta e l'offerta di consumi negli ultimi mesi in Italia**

- Comportamenti di aziende ad acquirenti
- Statistiche di settore
- Riorganizzazione di consegna e resi
- Case study

### **Marketing digitale integrato**

- Advertising 2020
- Impatto social
- Customer care
- Canali di comunicazione

### **Pagamenti digitali**

- Online payments (PayPal, Mastercard, VISA...)
- Mobile payments (Satispay, ApplePay, GooglePay...)
- Conti correnti digitali (Hype, N24...)
- Integrazioni fra i sistemi di pagamento
- Modalità operative per iniziare

# PROGETTO FORMAZIONE LAVORO

## La proposta è redatta per favorire:

- La scelta di percorsi di formazione professionale e l'inserimento in azienda attraverso l'orientamento e il placement,
- La crescita e la formazione delle competenze (anche imprenditoriali) necessarie ad affrontare la ripartenza e per affrontare un mercato del lavoro in crisi

Le risorse, quindi sono principalmente indirizzate ai giovani delle scuole, ai neo diplomati e laureati e ad interventi aziendali per dipendenti e imprenditori.

## Gli obiettivi della proposta sono quelli di:

- Favorire il pieno utilizzo, non solo la disponibilità, delle potenzialità offerte dalle tecnologie ICT attraverso la selezione e l'inserimento in azienda di risorse umane con competenze strategiche;
- Supportare la domanda di sicurezza sul lavoro da parte delle imprese;
- Sostenere il cambiamento dei modelli di business e conseguentemente dei modelli organizzativi, imposto dal COVID-19;
- Orientare alle scelte di studio e lavoro per supportare le Camere nel ruolo di collegamento tra scuola e mondo del lavoro.
- Favorire l'occupazione giovanile attraverso percorsi di Formazione On the Job (TF) e percorsi Duali

## 1. Formazione in webinar per le aziende

- 1.1. **Nuove figure professionali ricercate:** analisi del mercato, il cambiamento del mondo del lavoro dopo il Covid, opportunità lavorative e formative;
- 1.2. **Servizi di incrocio domanda/offerta di lavoro:** dal colloquio on line all'inserimento in azienda;
- 1.3. **Il CV e l'intervista di selezione anche online;**
- 1.4. **Opportunità normative per favorire l'inserimento lavorativo;**
- 1.5. **La nuova organizzazione del lavoro** (dall'e-commerce, al delivery, all'assistenza, alla reputation..), attraverso la formula: ***Un caffè con il consulente, ciclo di incontri settimanali con gli esperti***

- 1.6. **Voucher per tirocini formativi:** contributo per la formazione pre-inserimento, sulla sicurezza, i dispositivi aziendali, normativa del singolo territorio
- 1.7. **Voucher per la formazione interna on the job dell'apprendistato** professionalizzante (cioè non quella già finanziata dalle regioni): contributo per la formazione a carico
- 1.8. **Voucher DUALE per finanziare la formazione aziendale (Diploma o IFTS)**
- 1.9. **Il ruolo organizzativo dell'RSPP e del Datore di Lavoro** nella prevenzione e protezione da Rischio Biologico nella gestione della FASE 2 dell'emergenza Covid 19
- 1.10 **Novità normative nel campo della sicurezza** sul lavoro al tempo del COVID- 19. Adempimenti ed eventuali responsabilità penali e civili del DL, Dirigente, preposto, Coordinatore e lavoratore in relazione al rischio biologico 'Coronavirus'

## **2. Catalogo Formativo/Informativo e per la Consulenza alle CdC**

Destinatari: Camerali, Imprenditori, Dipendenti aziendali, Studenti, Giovani in cerca di occupazione, disoccupati.

### **MODULO 1 – “Sportello Placement”**

- Creare uno sportello informativo Placement: struttura standard e personalizzazione
- Predisposizione di materiale e di promozione – esercitazione guidata
- Promuovere e comunicare il nuovo servizio
- Realizzazione congiunta di colloqui e/o dello screening on line
- Organizzazione di Eventi di Matching virtuale : imprese e scuole
- Affiancamento e formazione sul campo per avviare un servizio di Placement

### **MODULO 2 – Il mercato del lavoro e il placement**

- Analisi dell'offerta del mercato del lavoro: screening e recruiting;
- Analisi dell'organizzazione/i e della posizione/i di interesse per il candidato;
- Guida operativa alle modalità per proporre scegliere Candidatura e/o Autocandidatura;
- Analisi delle Vacancy nel territorio di riferimento: lettura Excelsior e altro.

### **MODULO 3 – Mappatura dei profili professionali più richiesti**

- Strumenti e pratiche per individuare e seguire le evoluzioni dei profili professionali più richiesti;
- Mappatura delle opportunità formative e professionali del territorio da proporre ai candidati;
- Risorse integrative ai servizi di orientamento e placement.

### **MODULO 4 – Ricerca attiva del lavoro: Strumenti Europass e Social Media**

- Curriculum Vitae: geni e modelli innovativi;
- Quando un CV può dirsi efficace;
- Video-curriculum: risposta all'emergenze o innovazione?

- Gli strumenti a supporto del CV: la lettera di presentazione e l'Europass support;
- Come supportare un candidato nella preparazione di CV con poche o scarse esperienze professionali;
- I social media come strumento di ricerca attiva del lavoro: differenze e potenzialità delle piattaforme;

## **MODULO 5 – Colloquio di Lavoro**

- Le diverse tipologie di colloquio: conoscitivo e tecnico
- Il colloquio di lavoro: individuale o di gruppo – stressing interview e assessment;
- Guida alla rassegna dei principali “errori da evitare” durante un colloquio di lavoro;
- Analisi e guida ai principali aspetti (KPI) del candidato valutati durante il colloquio di selezione;

## **MODULO 6 – Tirocinio Formativo e Certificazione delle competenze del tirocinante**

- Come cambia l'approccio per un colloquio di tirocinio formativo;
- Struttura standard di un TF e principale documentazione di attivazione;
- Il piano formativo individuale nel Tirocinio Formativo;
- La certificazione delle competenze (SRFC) a seguito dei percorsi TF.

## **MODULO 7 – Sistema formativo DUALE**

- Introduzione al sistema di istruzione e formazione professionale
- I 3 livelli di Apprendistato: FOCUS su Apprendistato di 1° Livello;
- Come costruire un percorso duale per il conseguimento della qualifica o del diploma
- Opportunità di bandi che finanziano il sistema duale
- Progettazione e gestione di un percorso duale con la Scuola o con l'Impresa

## **3. Online Program per DIGITAL RETAIL MANAGER**

### **DURATA: 80 ore**

La distribuzione moderna è cambiata completamente in questi ultimi anni, l'emergenza Covid-19, non farà altro che velocizzare la trasformazione in atto che andrà a definire il nuovo concetto di retail.

L'executive Digital Retail Management fornisce le competenze e gli strumenti necessari per innovare le strategie di distribuzione, in linea con gli standard dei mercati internazionali e con le tecnologie di digital commerce, Inoltre fornisce le competenze operative (decisionali e gestionali) che servono a dare gli strumenti per la gestione efficace sia di uno store fisico, che dell'e-Commerce e della digital customer experience. Consente di fornire competenze di sviluppo di reti retail finalizzate alla comprensione delle principali dinamiche e all'acquisizione degli strumenti essenziali d'intervento richiesti dalle aziende strutturate. Inoltre il corso si propone di trasferire agli Store Manager che operano in contesti di omnicanalità, gli elementi qualificanti ed i principali campi di applicazione dell'Intelligenza Artificiale. Saranno trattati i principali obiettivi, i vantaggi ed i metodi che rendono affidabili: dalle analisi dei comportamenti di acquisto e reattività del cliente al digitale, alle previsioni di vendita per ottimizzare gli acquisti e la catena produttiva, minimizzando le scorte e l'inventario.

**DESTINATARI:** Store Manager, Area Manager, Area marketing, Assistente pre-sales, Assistente post-vendita, Category

## **CONTENUTI**

- **Modulo 1.** SCENARI DISTRIBUTIVI MODERNI
- **Modulo 2.** PIANIFICAZIONE DELLE VENDITE
- **Modulo 3.** POLITICHE ASSORTIMENTALI E DI PREZZO
- **Modulo 4.** OMNICANALITA' E SHOPPING EXPERIENCE
- **Modulo 5.** DIGITAL COMMERCE
- **Modulo 5.** LOGISTICA OMNICANALE
- **Modulo 6.** I BIG DATA E IL VALORE DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL RETAIL oppure AI & MACHINE LEARNING

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## 1. Online Program per DIGITAL MARKET MANAGER

**DURATA: 90 ore**

### OBIETTIVI

Formare professionisti, imprenditori, dipendenti di piccole e medie imprese, nonché giovani neolaureati che approcciano il mercato del lavoro, per renderli in grado di affrontare in modo corretto e produttivo le azioni utili e necessarie per aprire all'azienda le porte dei mercati esteri. Il corso, strutturato in modalità webinar, vuole fornire un quadro completo degli elementi teorici e concreti necessari per elaborare ed implementare una strategia di internazionalizzazione, trasferendo conoscenze e competenze sugli aspetti del marketing internazionale, gli aspetti tecnico giuridici e, non da ultimo, l'utilizzo degli strumenti offerti dalla rete e dal digital (social, e-commerce).

### CONTENUTI SUDDIVISI PER MODULI

L'Executive program è strutturato in modalità webinar, con circa 30 lezioni della durata di 3 ore per un totale di circa 90 ore. Il programma è strutturato nei seguenti contenuti

- Introduzione all'internazionalizzazione d'impresa:
- Strategie, tecniche e funzioni necessarie per i progetti di crescita internazionale.
  
- Contrattualistica internazionale (teoria generale)
- Il Contratto di Compravendita e la convenzione di Vienna sulla vendita internazionale di beni mobili
  
- I contratti della distribuzione commerciale (Agenzia Distribuzione, Licenza, Franchising)
  
- Il contratto di rete
  
- L'assicurazione dei crediti export: ICE, SACE, SIMEST
  
- Gli Accordi di cooperazione Internazionale: modalità contrattuali per la partecipazione ad appalti internazionali, Joint Ventures
  
- La disciplina doganale nelle operazioni di Import Export;
  
- L'esportazione dei beni dual use e le restrizioni verso alcuni paesi.
  
- Il codice doganale comunitario nell'Europa di Covid19

- Fiscalità Internazionale. Le cessioni di beni nei rapporti internazionali: operazioni triangolari e quadrangolari
- Digital Marketing e Comunicazione per approcciare i mercati internazionali
- Export e Internet: usare la rete per l'export
- Come trovare e gestire i contatti tramite web
- L'e-commerce B2B: gestione delle vendite online, sistemi smart di pagamenti internazionali on line;
- Disciplina del "Made In", origine preferenziale e non preferenziale delle merci;
- I Sistemi di Pagamento Internazionali;
- Le nuove norme in materia di trasporti internazionali: Convenzione SOLAS
- Cosme: il programma per l'internazionalizzazione delle PMI e Horizon 2020
- Case Studies Crediti Documentari
- Diritto dei trasporti internazionali e termini di resa INCOTERMS 2020

È prevista inoltre, durante l'intera durata del corso, una sessione di "question time" (in modalità "forum") nella quale i partecipanti al corso possono chiedere chiarimenti ai docenti sugli argomenti trattati a lezione e porre quesiti che prevedono una risposta di primo orientamento.

## **2. Fiere Virtuali**

### **PREMESSA**

I tempi che stiamo vivendo richiedono una trasformazione di molti eventi a scopo professionale al fine di realizzare il cosiddetto "distanziamento sociale" ovvero limitare gli assembramenti di persone specie in spazi ristretti. Le fiere di settore dunque possono subire negativamente tale necessità. Ha senso dunque iniziare a prendere in considerazione progettualità che proiettino quel che succede normalmente in una fiera (visita allo stand / show room / spazi comuni, contatti con i referenti dell'azienda espositrice per maggiori informazioni tecniche o commerciali, partecipazione a workshop pubblici o a piccoli gruppi di tipo informativo/formativo) in una sfera virtuale, cioè online, senza che occorran spostamenti e incontri in presenza. Sottolineiamo che la strategia di lanciare eventi fieristici virtuali si pone come un'esigenza in tempo di lockdown ma anche come integrazione digitale all'evento tradizionale quando essi potranno ripartire.

### **DESCRIZIONE**

Possono essere ipotizzate alcune opzioni:

- sincrone cioè "live"
- asincrone cioè "in differita"
- un mix di queste

L'esperienza "in presenza" verrà sostituita dunque dal collegamento ad una piattaforma che ospiterà un mix di:

- collegamenti "live" tramite piattaforma di web meeting (es. Zoom, Webex, Meet, Teams) e/o web streaming broadcast (dirette Youtube, Facebook...)
- webcast e podcast preregistrati

Le caratteristiche di una fiera che verranno virtualizzate sono:

- **Stand espositivo o Show room:** per ognuno sarà prevista una "visita"
  - mediante **Realtà Virtuale** (con l'uso di appositi visori) che immerge il visitatore dentro una nuova realtà totalmente diversa da quella che lo circonda proiettandolo all'interno di uno spazio espositivo ricreato al computer dove sono presenti persone (gli espositori e i visitatori) e oggetti (i beni che vengono esposti) con la possibilità di interagire fra questi.
  - mediante **collegamento "live"** ad uno stand reale allestito presso la sede dell'azienda espositrice, che anziché quindi andare ad allestire uno stand altrove viene raggiunta da una troupe con tecnici e regista che mette in piedi presso la propria location la diretta live e consente di porre domande sia al personale tecnico che commerciale presente nello stand
  - mediante **collegamento "in differita"** ad uno stand reale allestito presso la sede dell'azienda espositrice (che viene raggiunta da una troupe con tecnici e regista che effettua riprese e poi monta un video da mettere a disposizione on demand.
- **Spazi comuni:** analogamente agli stand, potranno essere trasmessi mini eventi "live" o "in differita" da luoghi identificati dagli organizzatori (piazze, ville, castelli, zone rurali, montane, marine...) rivolti a tutti i visitatori
- **Gli stand/show room** (in parte o interamente) possono essere visibili per un lasso di tempo predeterminato (i giorni prima o durante la manifestazione, ad esempio) mentre eventi live pubblici o ad accesso gestito, possono svolgersi negli spazi comuni o ancora ospitati nei singoli stand.
- **Attività commerciale:** il proprietario dello stand ha la possibilità di creare mini sessioni di contatto interagendo con i visitatori tramite chat e videocall nonché di organizzare propri eventi virtuali per richiamare visitatori interni allo spazio espositivo.
- **Workshop:** erogazione di una molteplicità di eventi online (seminari e tavole rotonde) sotto forma di webinar della durata di 1 ora
- **La registrazione, pre-registrazione, accesso a politiche promozionali** (early booking, last minute...) saranno accessibili da app o sito web dedicato

# PREVENZIONE CRISI D'IMPRESA

- **Sportello per incontri settimanali (o in modalità web)** con esperti di finanza, servizi bancari, assicurazione del credito, ecc. (incontri di 1 ora x persona= 6 incontri) ripetibili per esempio ogni settimana o 15 giorni;
- Seminari (o web seminar) su **strumenti valutazione rischio clienti**, utilizzo di banche dati disponibili
- Seminari (o web seminar) su **come presentare le domande di contributo a fondo perduto** o analoghe forme di supporto che verranno man mano adottate dal Governo. Questo è un tema importante dove non tutte aziende (in particolare quelle molto piccole) saranno in grado di attivarsi in autonomia e avranno sicuramente bisogno di supporto possibilmente non a titolo oneroso.

## 1.Percorso per allenarsi alla leadership della Fase 2 - Stabilizzare, Esplorare, Innovare

Il corso rivolto a manager e imprenditori prevede momenti di coaching a piccolo gruppo, e può prevedere inserimenti di coaching finanziario individuale ove necessario (brochure allegato 1)

### Allegato 1



# PERCORSO PER ALLENARSI ALLA LEADERSHIP DELLA FASE 2

Stabilizzare, Esplorare, Innovare



Un percorso di formazione e coaching  
utile per imprenditori, top manager  
e responsabili in azienda.

Sapere utile



**AC** **ALEF**  
Consulting

## Alcuni argomenti trattati nel corso

Il momento di incertezza che stiamo vivendo spinge imprenditori e manager ad una riflessione profonda sulla leadership.

### Obiettivi del percorso proposto:

- Saper offrire sistematicamente ai propri collaboratori connessioni relazionali ricche, pur in modalità virtuale, per sviluppare fiducia tra vulnerabilità e speranza;
- Stimolare l'apprendimento personale e organizzativo;
- Stare nel presente, per promuovere innovazione e cambiamento;
- Rendere flessibili i confini, ma anche saperli mantenere;
- Definire l'essenziale per le nostre organizzazioni;
- Gestire conversazioni più facilmente simmetriche;
- Mantenere la relazione con mercato e clienti di questi tempi;
- Il processo di vendita che cambia;
- Lavorare con la reputation.

### Contenuti

- A Digital Leadership:** connessioni profonde (anche) in tempo di «distanza»;
- B TheoryU:** un percorso di innovazione basato sul presencing (andare a fondo dell'esperienza presente per pre-sentire il futuro che sta emergendo);
- C Leadership ecologica:** in ascolto dei propri stakeholder, per iniziare nuove conversazioni;
- D Hopefulness:** la speranza, non l'ottimismo

### Modalità

- 1 Percorso di experiential learning** sui temi della leadership;
- 2 Supporto** nella definizione e realizzazione di azioni sperimentali di sviluppo;
- 3 Confronto** e supporto in piccoli gruppi nell'arco del percorso;
- 4 Moduli verticali** su resilienza, tecnologie.



## ARTICOLAZIONE DEL PERCORSO:

I 3 moduli, le 3 dimensioni della "Leadership del dopo"



### ONBOARDING

Presentazione del percorso con un Incontro gratuito sul tema "La leadership del dopo, adesso".

L'evento sarà anche l'occasione per gli interessati per conoscere i docenti, fare domande ed acquisire maggiori informazioni sulla struttura del percorso e l'attività di group coaching previsto per i partecipanti.



### STABILIZZARE

Ai leader è richiesto – in questo momento con ancora più urgenza di prima – di trovare modalità semplici ed efficaci per fornire ai collaboratori dei "contenitori" relazionali stabili e affidabili. Momenti in cui sia possibile gestire con agilità le attività operative, ma anche condividere esperienze, emozioni, intuizioni, speranze e paura. Abbiamo imparato come la dimensione operativa e quella relazionale siano interconnesse.



### ESPLORARE

In questi mesi le organizzazioni e i loro leader stanno affrontando emergenze drammatiche e destabilizzanti. Ma hanno anche l'opportunità di osservare il loro business e i loro stakeholder (clienti, partner, fornitori, territori) da un punto di vista inconsueto e rivelatore. Tutto tornerà come prima? Dipende (anche) dalla nostra disponibilità a esplorare, riflettere, adottare punti di vista diversi, metterci in discussione in modo radicale, passare da una prospettiva ego-sistemica ad una eco-sistemica.



### INNOVARE

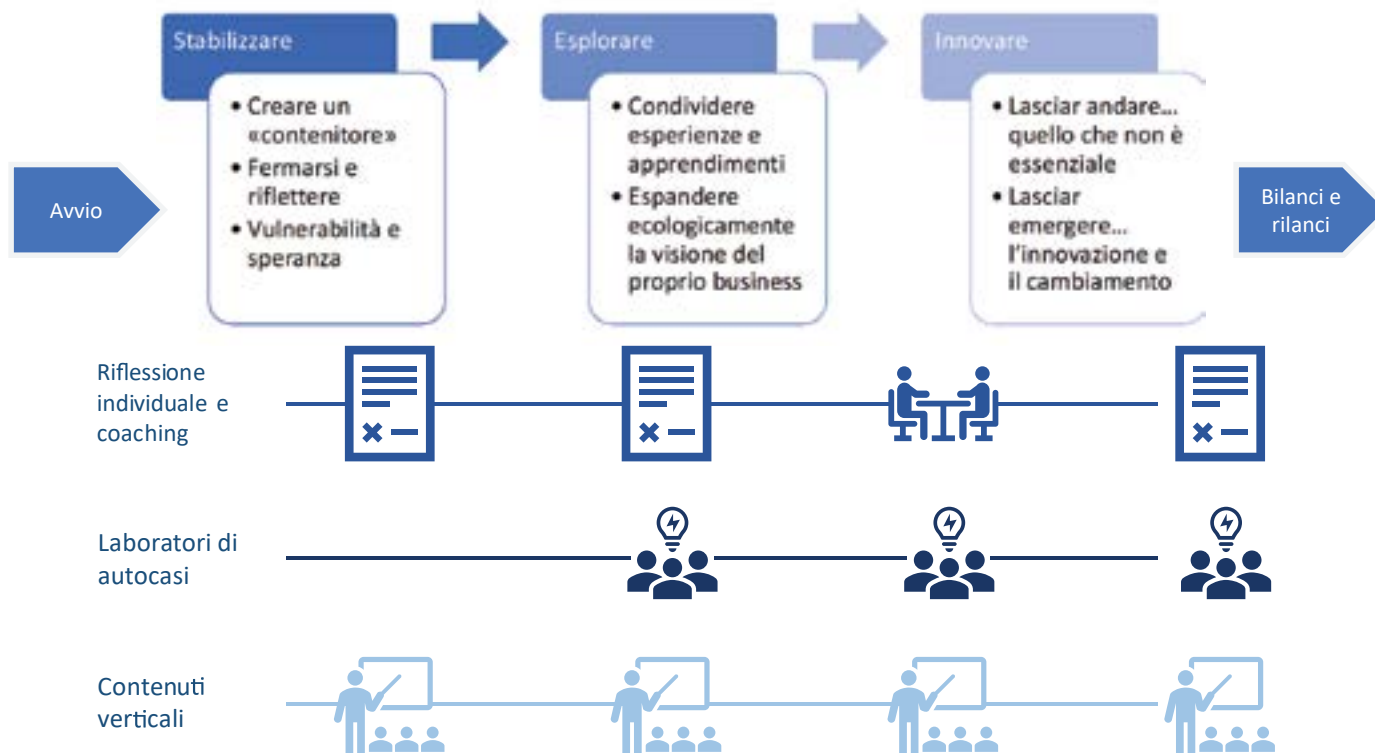
La leadership del dopo significherà anche raccogliere gli stimoli, le intuizioni e le scoperte di questo tempo per mettere in discussione modelli di business e organizzativi. In molti casi l'emergenza ha fatto intravedere la possibilità di generare valore secondo nuove logiche, e di coinvolgere i collaboratori in modo più orientato all'autonomia e al self-management. Attraverso le difficoltà c'è quindi una prospettiva di innovazione da perseguire.

#### Ogni modulo prevede :

- Un momento di connessione, in cui i partecipanti possono condividere le esperienze di questo momento e mettere a fuoco gli apprendimenti in atto;
- Un momento di lezione, in cui vengono sinteticamente proposti alcuni contenuti come "ancoraggio" per la progettualità individuale
- Un momento di lavoro in sottogruppi (*Group Coaching*), per assimilare i contenuti proposti e integrarli nella propria pratica;
- Conclusione e assegnazione di un task.

## Intermodular space e autocasi

Tra un modulo e l'altro i partecipanti sono divisi in sottogruppi da 4/6 persone per un'attività di Group Coaching facilitata dai docenti, in cui essere accompagnati nell'implementazione delle azioni sperimentali che via via definiscono.



### Timing

- **Martedì 12 maggio (17:00 – 18:30)** : Incontro gratuito di presentazione
- **Mercoledì 20 maggio (18:00- 19:30)**: “Aperitivo virtuale” con i docenti
  
- **Martedì 26 maggio (17:00 – 19:30)** : 1° Modulo – Stabilizzare
- **Mercoledì 3 giugno (17:00 – 19:30)**: Group Coaching 1
- **Martedì 9 giugno (17:00 – 19:30)**: 2° Modulo – Esplorare
- **Martedì 16 giugno (17:00 – 19:30)**: Group Coaching 2
- **Martedì 23 giugno (17:00 – 19:30)**: 3° Modulo – Innovare

**CHIUSURA ISCRIZIONI  
AL PERCORSO:  
22 MAGGIO 2020**

### Costo: 900€ (IVA esente)

Il percorso ha una durata complessiva di 12 ore, strutturate in 3 lezioni sui 3 moduli e 2 incontri di Group coaching a piccolo gruppo. Tutte le lezioni e gli incontri si svolgeranno in modalità Live Webinar

### Faculty

**Alessandro Kadolph** e **Francesco Liuzzi** sono Partner di **Alef Consulting**, società di consulenza che si occupa di Leadership e Organization Development. Realizzano interventi di Change Management, sviluppo organizzativo e formazione manageriale per imprese italiane e multinazionali, in Italia e all'estero. I loro interventi si caratterizzano per una sensibilità alle dinamiche interpersonali e di gruppo, maturata attraverso un confronto con la psicologia della Gestalt e con la psicosocioanalisi, e per l'utilizzo di metodologie e strumenti partecipativi quali TheoryU, Appreciative Inquiry, Design Thinking.

### Info e iscrizioni

**IFOA**

Ref. *Cosetta Soragni*

**Email** - [soragni@ifoa.it](mailto:soragni@ifoa.it)

**Cellulare** - 335 6273337

**Numero verde** - 800 457775

