

# COMUNICARE PER VENDERE

Percorso di formazione per aziende di successo



**ÉCOLE**  
ENTI CONFINDUSTRIALI LOMBARDI  
PER L'EDUCATION

# COMUNICARE PER VENDERE

*Percorso di formazione per aziende di successo*

*Comunicare per Vendere* è un percorso formativo che ha l'obiettivo di attivare un processo di acquisizione progressiva di competenze nell'ambito della business communication come strumento necessario al benessere economico delle imprese.

Al termine del percorso il partecipante avrà acquisito le competenze tecnico-professionali per individuare, guidare e rendere operativa la comunicazione aziendale nel proprio specifico ambito di competenza settoriale.

La metodologia applicata durante tutto il percorso sarà quella della "lab-experience" che consiste nell'alternanza tra sessioni teoriche e pratiche e si concluderà con la realizzazione concreta di uno "strumento di comunicazione" che ciascuna azienda partecipante potrà utilizzare per le proprie finalità d'impresa.



Lo strumento di comunicazione da realizzare potrà essere uno tra i seguenti:

- *Filmato*
- *Progetto convention: master book*
- *Progettazione Evento clienti*
- *Media speaking*
- *Progetto di comunicazione interna*
- *Fitness Digitale*
- *Corporate TV – "puntata zero"*

La formazione verrà erogata in modalità "face-to-face" alternando momenti di aula (gruppo interaziendale) ad incontri individuali con le aziende partecipanti, per un totale complessivo di 48 ore. Esse saranno suddivise in 24 ore di aula e 24 individuali, secondo lo schema seguente:

## 1) **Kick-off meeting (16 ore) – due giorni**

- Primo giorno (8 ore) dedicato alla parte teorico-didattica sulle potenzialità della comunicazione nei suoi aspetti rilevanti per l'azienda: business, leadership progettualità, trasformazione;
- secondo giorno (8 ore) dedicato all'analisi e alla genesi dei diversi strumenti di comunicazione.

## 2) **8 incontri di 3 ore con ciascuna azienda partecipante (24 ore)**

## 3) **incontro conclusivo in plenaria della durata di 8 ore con la presentazione degli strumenti realizzati durante il percorso**

La durata indicativa del percorso è stimata in sei mesi dall'incontro di kick-off.



# Kick-off meeting

Gruppo interaziendale - 16 ore

E' una sessione suddivisa in due giornate di 8 ore ciascuna.

## Prima giornata

La prima delle due giornate è scandita da quattro momenti che rappresentano i capitoli principali sui quali si articolerà la discussione con la platea.

### Per ciascun capitolo cercheremo di:

- trasferire le conoscenze di base;
- acquisire informazioni ricorrendo ad alcune case-history;
- individuare gli elementi di familiarità con il proprio business di riferimento;
- analizzare la propria situazione individuale rispetto ai punti di forza e alle aree di miglioramento.

I quattro capitoli principali trattati durante la prima giornata sono elencati di seguito e rappresentano il raggruppamento logico di argomenti più specifici:

### Comunicazione e business

- Si può non comunicare?
- Perché è importante l'aspetto emotivo.
- Comunicazione esterna e Comunicazione interna.

### Comunicazione e leadership

- Un leader è anche un bravo comunicatore?
- I leader della storia: un viaggio nel passato dei grandi e il ruolo della comunicazione nel loro successo o sconfitta.
- Leader e manager: a ciascuno il proprio modo di comunicare.

### Comunicazione e progettualità

- Quando comincia l'interazione comunicazione-prodotto?
- La comunicazione nel processo aziendale di creazione e lancio di un prodotto.
- Sopravvalutare e sottovalutare la comunicazione.



### Comunicazione e trasformazione

- Quali sono le nuove frontiere del marketing?
- Il marketing delle esperienze.
- Il cigno nero.

Al termine della prima giornata ciascun partecipante avrà acquisito le nozioni di base per analizzare criticamente i processi di comunicazione della propria azienda nonché la loro coerenza rispetto alle specifiche finalità del business.

## Seconda giornata

Nella seconda giornata analizzeremo alcuni strumenti di comunicazione adatti a rendere la comunicazione aziendale efficace e profittevole.

### In particolare verranno svolte le seguenti attività:

- Presentazione degli strumenti contenuti nel piano
- Finalità e caratteristiche principali
- Interazione con altri strumenti presenti in azienda
- Processo generativo
- Quando e come usarlo per massimizzarne il ritorno

# Incontri individuali

8 incontri per un totale di 24 ore

Questa fase del percorso prevede il trasferimento delle **competenze** necessarie affinché ciascuna azienda partecipante sia in grado di comprendere e di guidare le fasi principali di un processo di comunicazione.

Per dare concretezza all'azione formativa, tutti gli incontri avranno come focus principale lo strumento di realizzazione scelto dall'azienda partecipante tra quelli proposti.

Tali strumenti, pur differenziandosi per le tecniche creative e produttive, seguono il medesimo schema concettuale. Ciò permette di sviluppare incontri aziendali che possono essere organizzati seguendo il medesimo schema cronologico:

### 1. Individuazione dei business needs

### 2. Intervista a 3 stake-holders

### 3. Briefing obiettivo e caratteristiche dello strumento di comunicazione

### 4. Debriefing e finalizzazione obiettivi e contenuti dello strumento di comunicazione

### 5. Discussione creatività e definizione canovaccio narrativo

### 6. Condivisione proposte di realizzazione

### 7. Fine-tuning strumento di comunicazione

### 8. Presentazione finale dello strumento in azienda

Durante questo percorso l'azienda partecipante incontrerà diverse figure professionali, inclusi alcuni "tecnici" con i quali confrontarsi concretamente nella fase di realizzazione dello strumento selezionato. Parliamo, ad esempio, di figure come il regista, l'art director o il copy, il grafico, il direttore di produzione, etc.

Tali momenti di confronto saranno preziosi per comprendere il meccanismo che traduce nel linguaggio della comunicazione un'esigenza di business.





# Final meeting

*Gruppo interaziendale - 8 ore*

Al termine del percorso tutti i partecipanti si ritroveranno per condividere quanto realizzato durante la fase degli incontri individuali.

Verranno messe in comune le **esperienze** ma soprattutto si discuterà di come le nuove competenze acquisite abbiano modificato la loro percezione della comunicazione.

Ove possibile, si illustreranno i risultati ottenuti dall'utilizzo degli strumenti realizzati, quali nuove prospettive verranno esplorate, quali resistenze superare, quali facilitatori attivare...

Infine saranno presentati tutti i lavori realizzati durante il periodo relativo alle sessioni individuali.



## Contatti

*Stefano Colognesi*

*02 26255.322*

*stefano.colognesi@myecole.it*

*www.myecole.it*



# COMUNICARE PER VENDERE

Percorso di formazione per aziende di successo

