

BREVE PRESENTAZIONE DEI SEMINARI

1. PUBLIC SPEAKING E COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

- I 5 livelli fondamentali del Body Language: contatto visivo, gestualità, voce, postura e grounding.
- Saper gestire lo stress e le emozioni.
- La comunicazione nei vari contesti professionali.
- Veicolare l'immagine dell'ingegnere e della rappresentanza professionale.
- L'uso dei principali strumenti tecnici nelle comunicazioni istituzionali.
- Esercitazione: autopresentazione e modalità di gestione del pubblico.
- I mattoni della comunicazione efficace.
- Dalla comunicazione tecnica alla comunicazione istituzionale.
- Esercitazione: presentiamo uno speech di gruppo basato.

2. LA LEADERSHIP: L'ARTE DI GUIDARE SÉ STESSI PER COINVOLGERE ED ORIENTARE GLI ALTRI

- L'apprendimento intenzionale: dagli automatismi alla presenza mentale, il potere degli obiettivi e della focalizzazione.
- Il cervello trino e la gestione delle emozioni.
- Comunicazione e influenza: la costruzione del network.
- La leadership collaborativa.
- La valorizzazione delle persone: sviluppo delle risorse, delega e feedback.
- La definizione di un piano di azione personale.

3. TEAM BUILDING E TEAM WORKING

- Team building:
 - Fasi di costruzione ed elementi costitutivi del team
 - Le caratteristiche della squadra vincente
- Ascolto e relazioni efficaci nel team:
 - Stili di relazione: le basi per una relazione win-win
 - La comunicazione e l'ascolto
- Negoziazione nel team:
 - Le caratteristiche della negoziazione
 - Le fasi della negoziazione
 - I 7 pilastri della negoziazione

4. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

- I Cambiamenti "epocali" che hanno un impatto sulla comunicazione del professionista.
- Come integrare i social nell'attività del Professionista.
- Tecniche e strumenti di ricerca e selezione contenuti sul web e sui social media.
- Come cercare, filtrare, analizzare e archiviare contenuti online.
- Spunti metodologici ed operativi per aiutare la diffusione online di propri contenuti e far conoscere la propria attività.
- L'ascesa dei Messengers per la comunicazione interna ed esterna del professionista.
- Ambienti di lavoro sempre più connessi.
- Basi di Visual Communication.
- Social Media Management Platform.

5. MARKETING DEI SERVIZI PER STUDI PROFESSIONALI

- Il piano strategico dello studio nel nuovo contesto.
- Gli strumenti operativi di marketing per lo studio:
 - Marketing mix on line ed off line
 - Sistemi di engagement ed empathy map
 - Le procedure di gestione del cliente
 - L'analisi del valore percepito e della soddisfazione
 - Web Carisma
- Sales DNA e commercial actions:
 - Sistemi di azione di vendita e negoziazione
 - Potenziare le competenze commerciali del personale
 - Self publishing, ebook.
- My personal plan: creiamo un micro piano per il nostro studio