

IL FORMATORE AZIENDALE (3GG)

Obiettivi del corso:

Aumentare il fatturato e la marginalità attraverso un efficace piano marketing / commerciale della propria attività di formatore; sviluppare un'attenzione ai dettagli del proprio lavoro per migliorare la percezione e la soddisfazione del Cliente ed emergere con i fatti e con i risultati dalla giungla della formazione aziendale.

Metodologia didattica:

Si tratta di una metodologia di formazione interattiva e dinamica, metodologia esperienziale.

Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti al corso di formazione non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione.

I nostri metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

La metodologia di formazione interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.

L'adattamento delle regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, facilita l'inserimento sui comportamenti che ciascuno adotta. Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.

Argomenti del corso:

IL FORMATORE AZIENDALE (3gg)

- ✂ Il ruolo di un formatore aziendale;
- ✂ La giungla della formazione aziendale;
- ✂ La definizione del proprio target di Clientela;
- ✂ Come fare per trovare nuovi Clienti;
- ✂ La costruzione e la presentazione di un'offerta ad un Cliente per valorizzare la propria professionalità;
- ✂ La giungla delle tariffe e la scelta del proprio posizionamento sul mercato: dai cinesi della formazione ai superman della formazione, etc.;
- ✂ Il marketing di se stessi;
- ✂ Costruire un'immagine di successo;

- ✦ Il marketing online della propria attività di formazione;
 - ✦ Lo sviluppo delle partnership con altre società di formazione / formatori e la gestione dei progetti formativi in "subappalto";
 - ✦ L'utilizzo di LinkedIn per fare business;
 - ✦ Lo sviluppo del portafoglio Clienti in essere: cross selling ed up selling;
 - ✦ La gestione di un progetto di formazione: dallo start up alla definizione delle iniziative successive;
 - ✦ I diversi stili di docenza: lucidatore o animatore?
 - ✦ Le metodologie di formazione centrate sulla parola vs le metodologie di formazione centrate sull'azione;
 - ✦ Le diverse fasi di un progetto di formazione: audit, progettazione, erogazione e misurazione dei risultati;
 - ✦ La gestione del team di progetto;
 - ✦ Il monitoraggio della nostra attività: costruire un quadro di volo (tasso di saturazione, indicatori di fidelizzazione, indicatori commerciali, ecc.);
 - ✦ Il Piano Personale di Miglioramento: costruire un piano d'azione concreto per lavorare sulle proprie aree di miglioramento individuate durante il corso di formazione:
 - cosa voglio continuare a fare?
 - cosa voglio evitare?
 - cosa voglio iniziare a fare?
-