



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA  
TRENTINO



UNIVERSITÀ POPOLARE TRENTINA  
SCUOLA DELLE  
PROFESSIONI  
PER IL TERZIARIO  
AMMINISTRAZIONE - COMMERCIO - MARKETING

PERCORSO FORMATIVO SPECIALE

# LEADERSHIP TRAINING

Per fare grande un'impresa  
ci vuole l'allenamento giusto

EDIZIONE  
2015

MARZO - GIUGNO 2015

Nel lavoro, come nella vita, c'è spesso bisogno di decidere velocemente e con competenze sempre maggiori su questioni molto importanti. In pochi istanti l'imprenditore deve compiere scelte che condizionano l'attività di mesi.

Saper intraprendere rapidamente la strada giusta, magari anche sotto la pressione del mercato, dei fornitori, dei dipendenti, dello stress, è un'abilità che va curata e sviluppata con un'adeguata formazione.

Confcommercio Trentino e Università Popolare Trentina - Scuola delle Professioni per il Terziario organizzano **Leadership Training 2015**, un percorso di otto incontri, otto sessioni di "allenamento" per gli imprenditori ed i loro collaboratori, dedicato allo sviluppo di tale competenza, per trasformare situazioni critiche in opportunità di crescita.

Informati e iscriviti su  
[www.unione.tn.it](http://www.unione.tn.it)

Segui l'evento su



Per avere ulteriori informazioni sui corsi, sul programma completo e sulle modalità di iscrizione è possibile visitare il sito [www.unione.tn.it](http://www.unione.tn.it) oppure contattare CAT Imprese Unione al numero **0461/880432** o via email a [formazione@unione.tn.it](mailto:formazione@unione.tn.it)

Il termine delle iscrizioni è il **4 marzo 2015**.

Per gli associati di Confcommercio Trentino e le aziende che si avvalgono dei servizi formativi dell'Università Popolare Trentina - Scuola delle Professioni per il Terziario sono previste agevolazioni sulla quota di partecipazione.

UN'INIZIATIVA

CAT  
IMPRESE  
UNIONE  
FORMAZIONE



Lunedì 9 marzo 2015

## Fronteggiare la crisi della distribuzione con l'innovazione

*Antonello Vilardi*

Retail manager nella gdo e contributor dei magazine Retail Watch e Supermarket guru

Le aziende commerciali per mantenere ed incrementare la propria quota di mercato sono chiamate a consolidare un'identità capace di differenziarle al cospetto di consumatori evoluti, maggiormente consapevoli rispetto al passato. Sono oggi oggetto di riflessione soluzioni di perfezionamento del servizio, come la *geolocalizzazione* interna ed il *click & collect*, oltre ad una nuova metodologia operativa per razionalizzare le esposizioni, potenziare il marketing all'interno del negozio e rendere più efficienti le promozioni. Verrà condotta un'analisi di casi di innovazione e cambiamento nella distribuzione.



Lunedì 23 marzo 2015

## Prevedere e controllare risultati economici e finanziari

*Michele Cirelli*

Controller del gruppo Lunelli

La pressione esercitata dalla competizione sul prezzo riduce i margini ed i risultati aziendali. In questa contingenza diviene centrale il presidio dei sistemi di rilevazione ed elaborazione dati sull'andamento aziendale per facilitare le decisioni di revisione da assumere per migliorare le prestazioni.



Lunedì 13 aprile 2015

## Marketing sensoriale e altre strategie per fidelizzare il cliente

*Isabella Iandarino*

Docente e consulente di marketing

La vendita di oggi è una vendita creativa. È importante coinvolgere i clienti accompagnandoli in un'esperienza indimenticabile. Il fattore intrattenimento incide sui processi di acquisto e di consumo, facendo intervenire tutti e cinque i sensi per fidelizzare il cliente. L'atmosfera del punto vendita, infatti, è una variabile strategica per creare un forte vantaggio competitivo per differenziare la propria immagine.



Lunedì 20 aprile 2015

## Marketing relazionale e body language

*Isabella Iandarino*

Docente e consulente di marketing

Nei primi 7 secondi l'essere umano si fa un'idea più a livello viscerale che razionale dell'interlocutore che ha davanti per la prima volta. In soli 7 secondi veniamo osservati e giudicati in base a dettagli che hanno poco a che vedere con i nostri veri punti di forza e molto con quello che invece indossiamo, con il tono della nostra voce, con la nostra cura personale, con la nostra gestualità, con la prossemica... Per essere efficaci nella comunicazione è indispensabile essere vincenti anche sotto questo profilo.



Lunedì 27 aprile 2015

## Relazioni in tempo di crisi: negoziare con banche, fornitori, clienti ed Equitalia

*Mario Trocino*

Docente e consulente di gestione PMI

La gestione delle relazioni implica alcune considerazioni di tipo strategico per affrontare conflitti e gestire i vari interlocutori: banche, fornitori, fisco e clienti. Tali considerazioni devono partire dalla corretta analisi della propria situazione reale alla quale associare la definizione di obiettivi raggiungibili.



Lunedì 11 maggio 2015

## Smartphone, PC e tablet: fanno vincere nel business?

*Roberto Valente*

Docente, analista e consulente

Sai comunicare in maniera efficace con i social network (Facebook, Twitter, eccetera)? Come è possibile conquistare il cliente e mantenerlo, senza spese inutili? Servono solo tre cose per una comunicazione di successo: quali sono?



Lunedì 25 maggio 2015

## Il commesso orientato al cliente: reclutamento, inserimento, formazione e valutazione

*Armando Centeleghe*

Docente e consulente risorse umane

“La motivazione è come il fuoco: se non continuiamo ad aggiungere combustibile, si spegne” (Shiv Khera). Il successo del punto vendita è direttamente proporzionale alla motivazione dei collaboratori, capace di generare strategie professionali per soddisfare il cliente. Qual è la gestione ideale del collaboratore per creare le condizioni motivanti?



Lunedì 8 giugno 2015

## La reputazione online

*Margherita Pisoni*

Docente e consulente digital marketing

Quando parliamo di reputazione online (o “brand reputation”) ci riferiamo principalmente all'attività di controllo della popolarità del nostro marchio ed alla creazione di “conversazioni” digitali destinate ad aumentarne e diffonderne il valore. Monitorare la propria reputazione online non significa controllare la classifica di Tripadvisor: è un'attività che richiede competenze specifiche e capacità di analisi e conoscenza delle varie piattaforme attraverso le quali vengono espressi commenti e giudizi.

ISCRIVITI  
SUBITO!

### Destinatari

I corsi sono rivolti ad imprenditori del terziario (commercio, turismo, servizi), ai loro familiari e collaboratori.

### Orario e sede

Tutti i corsi si svolgeranno nella sede di Confcommercio Trentino, in via Solteri 78 a Trento, dalle 20 alle 22.30.

### Modalità di iscrizione

L'iscrizione è possibile online all'indirizzo [www.unione.tn.it](http://www.unione.tn.it) oppure contattando direttamente CAT Imprese Unione.

### Quote di iscrizione

L'iscrizione a ciascun corso costa 25 € a partecipante. È possibile acquistare l'intero percorso di 8 incontri a 159 €. Per le aziende che iscrivono più di un

partecipante vi è un ulteriore sconto del 20% a partire dalla seconda iscrizione.

### Posti disponibili e termine iscrizioni

Per favorire interazioni e approfondimenti, per ciascun corso è fissato un numero massimo di partecipanti. Le iscrizioni si concluderanno con il raggiungimento di tale quota e comunque entro il 4 marzo 2015.

### Ulteriori informazioni

Per avere ulteriori informazioni sui corsi, sul programma completo e sulle modalità di iscrizione è possibile visitare il sito [www.unione.tn.it](http://www.unione.tn.it) oppure contattare CAT Imprese Unione al numero 0461/880432 o via email a [formazione@unione.tn.it](mailto:formazione@unione.tn.it).

### Agevolazioni

Gli iscritti a Confcommercio Trentino e le aziende che si avvalgono dei servizi formativi dell'Università Popolare Trentina - Scuola delle Professioni per il Terziario godono di particolari condizioni per l'iscrizione: le tariffe sono di **20 €** per il singolo evento e **119 €** per tutto il percorso.

Per le aziende che iscrivono più di un partecipante, vi è un ulteriore **sconto del 20%** a partire dalla seconda iscrizione.