

## FORMAZIONE A DISTANZA

Il catalogo dei contenuti formativi Roncucci&Partners nasce per essere erogato in una aula fisica attraverso il contatto diretto tra partecipanti e docenti.

La situazione attuale ha, tuttavia, reso necessario un ripensamento della modalità di erogazione della formazione. Sono stati, quindi, individuati all'interno del catalogo alcuni temi e alcuni contenuti interpretabili anche nella modalità di distance learning.

### Contenuti del servizio

I seguenti contenuti formativi sono il frutto di una selezione ragionata della nostra offerta formativa in aula, che per la tipologia dei contenuti erogati possono essere resi disponibili in modalità e-learning.

- 1. PICCOLE IMPRESE CRESCONO: LABORATORIO IMPRENDITORIALE PER LE PMI**
- 2. COUNTRY-LAB: GIAPPONE, INDIA, EAU, BRASILE, SERBIA, SUDAFRICA**
- 3. MARKETING INTERNAZIONALE TRA TRADIZIONE E SFIDA DIGITALE**
- 4. COME COMUNICARE IN MANIERA DIGITALE SUI MERCATI ESTERI**
- 5. SMART WORKING E TEAM DI PROGETTO**
- 6. PROJECT MANAGEMENT**

## 1. PICCOLE IMPRESE CRESCONO: LABORATORIO IMPRENDITORIALE PER LE PMI

Non solo le grandi aziende possono affrontare un percorso di crescita e sviluppo all'estero. Anche le PMI hanno questa possibilità, ma per poterlo fare è necessario dotarsi di strumenti e metodi adatti alla propria dimensione. Obiettivo del presente percorso formativo è quello di analizzare i pro e i contro di un'apertura verso l'estero, tenendo sempre in considerazione le proprie capacità e la propria forza rispetto alle destinazioni internazionali e alle specifiche opportunità.

### CONTENUTI

- Punti di forza e aree di miglioramento delle PMI
- Analisi e valutazione della propria società e delle proprie potenzialità
- Analisi e valutazione del proprio mercato di riferimento
- I mercati esteri
- Possibili strategie di approccio all'internazionalizzazione
- Il piano di internazionalizzazione
- Acquisire una visione internazionale
- Muoversi all'estero in maniera strutturata
- Strumenti e competenze necessarie per operare all'estero
- Costruzione di un piano di lavoro operativo

### COLLOQUIO INDIVIDUALE

Colloquio individuale con un esperto di internazionalizzazione, checkup aziendale personalizzato e costruzione di un programma di lavoro customizzato sulla base delle esigenze dell'azienda cliente.

### DESTINATARI

Il corso si rivolge a Imprenditori e Manager di PMI che non siano esportatori abituali e che abbiano il desiderio di affacciarsi sui mercati esteri in maniera competitiva.

## 2. COUNTRY-LAB: GIAPPONE, INDIA, EAU, BRASILE, SERBIA e SUDAFRICA

Il format dei COUNTRY-LAB risponde all'esigenza costante delle imprese di essere aggiornate sulle condizioni ambientali ed economiche dei paesi di loro interesse. Un utile strumento per assicurare o avvertire le imprese sui cambiamenti in atto da un punto di vista sociologico, politico, normativo. Saranno forniti dati aggiornati provenienti da fonti istituzionali e commerciali, oltre alle testimonianze qualificate dei nostri collaboratori presenti nei mercati esteri di riferimento.

### CONTENUTI

- Contesto sociopolitico ed economico
- I principali settori industriali
- Criticità e rischio paese
- Strategie d'ingresso ed opportunità del mercato di riferimento
- Breve excursus sugli aspetti normativi, legali e tributari
- Buone prassi per approcciare il mercato di riferimento
- Possibili scenari di sviluppo
- Identificazione di peculiarità locali
- Business Etiquette
- Case history

### DESTINATARI

Il corso è rivolto a imprenditori, Export Manager, responsabili commerciali, responsabili uffici export di aziende di piccole, medie e grandi dimensioni che abbiano la volontà di avviare e/o incrementare la presenza della loro azienda in uno o più di questi paesi.

## 3. MARKETING INTERNAZIONALE TRA TRADIZIONE E SFIDA DIGITALE

Con marketing internazionale si intende l'insieme delle attività di marketing realizzate dall'impresa per collocarsi in un mercato estero e per ottimizzarvi la propria presenza. È sempre più indispensabile individuare le opportunità di sviluppo all'estero attraverso delle specifiche e mirate azioni di marketing mixate tra un orientamento tradizionale e uno digitale. Il corso si propone di fornire conoscenze utili di marketing internazionale, sviluppando l'approfondimento delle tematiche relative alla conoscenza dei paesi esteri, alla scelta delle modalità di entrata nei canali distributivi e alla modalità di comunicare con i consumatori. Il programma mira anche a supportare le imprese italiane nello sviluppo delle opportunità e nel superamento delle sfide poste dalla trasformazione digitale, per approcciare con successo il mercato globale.

### CONTENUTI

- Analisi delle dinamiche di globalizzazione
- Comprendere le principali fasi del processo di internazionalizzazione
- Definizione delle strategie di entrata e selezione dei mercati
- Il piano di marketing: aspetti tradizionali e aspetti digitali
- Il marketing digitale internazionale
- Il digital selling
- Aspetti culturali della comunicazione internazionale
- Project Work: impostazione di un progetto di transizione verso un approccio digitale

### DESTINATARI

Il corso si rivolge a imprenditori, responsabili uffici export, Export Manager, Project Manager, Marketing & Communication Manager, responsabili di e-commerce, siti e piattaforme digitali

## 4. DISTANTI MA UNITI: SMART WORKING E TEAM DI PROGETTO, UN MODELLO EFFICACE

Le nuove forme di lavoro stravolgono i paradigmi aziendali tradizionali e offrono nuovi strumenti per promuovere un migliore rapporto fra costo e qualità del lavoro, introducendo il concetto di flessibilità e di autonomia a fronte di una maggiore responsabilizzazione dei dipendenti rispetto ai risultati da raggiungere.

L'organizzazione 'smart' del lavoro si fonda su un sistema meritocratico e ciò richiede, da parte dell'azienda, un cambiamento culturale, prima ancora che organizzativo e tecnologico. Una modalità nuova e agile di concepire il lavoro, che permette di risparmiare sui costi di struttura, ottimizzando i tempi e rendendo il sistema più efficiente.

### CONTENUTI

- Smart Working: cos'è e come funziona
- Analisi del sistema organizzativo aziendale: Funzioni, Ruoli, Mansioni, Responsabilità
- Technology BYOD: l'accesso ai dati aziendali sempre e ovunque
- Smart people: tra personalizzazione del tempo e nuova efficienza operativa
- Meritocrazia, fiducia reciproca e flessibilità: il cambiamento in azienda è culturale
- Monitoraggio dei risultati, i flussi di coordinamento e la comunicazione interna
- L'importanza di lavorare in team

### DESTINATARI

Imprenditori, HR Manager, Project Manager

## 5. PROJECT MANAGEMENT

Obiettivo del corso è quello di trasmettere ai partecipanti una metodologia strutturata di gestione delle attività non routinarie mirate all'ottenimento di obiettivi predefiniti, in un dato periodo di tempo e con l'utilizzo di risorse definite. Tale metodologia permette di sviluppare le competenze gestionali dei membri di progetto, andando ad interessare più aree aziendali e differenti figure professionali.

### CONTENUTI

- L'organizzazione aziendale e la relazione con la gestione per progetti
- Il progetto e le sue caratteristiche
- Le fasi del progetto
- Aspetti legati al successo: grado di complessità di un progetto e fattori critici
- Il Project Management
- Le fasi del Project Management
- Gli strumenti del Project Management
- Ruoli e responsabilità nell'ambito del Project Management
- Il team di progetto: Project Manager e Team Member
- La comunicazione di progetto
- Definizione e analisi del rischio nel progetto

### DESTINATARI

Il percorso formativo è dedicato a coloro che si occupano di attività progettuali. I ruoli specificamente interessati sono Project Manager, membri dei team di progetto, manager funzionali, titolari di medie e piccole imprese nonché tutti coloro coinvolti nel raggiungimento di obiettivi di progetto.

## 6. LA COMUNICAZIONE DIGITALE PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

Lo sviluppo di una presenza sistematica sui mercati esteri necessita di competenze manageriali specifiche in termini sia di un'approfondita conoscenza della domanda che delle caratteristiche politiche, economiche, infrastrutturali, legislative e sociali dei mercati di sbocco.

La consapevolezza generalizzata dei vantaggi offerti dalla trasformazione digitale oggi assume nel mondo del business un valore ancora più urgente e fondamentale, che coincide spesso con la sopravvivenza stessa dell'organizzazione.

### CONTENUTI

- Il contesto: la comunicazione sui mercati esteri
- La necessità di un piano strategico: dalla teoria alla pratica
- L'importanza dei contenuti e della loro localizzazione
- La lingua utilizzata: visibilità web nel paese target ed eventuali ricadute su altri paesi
- Il concetto di "evoluzione continua" delle piattaforme social
- Analisi e monitoraggio dei risultati ottenuti: l'evoluzione online

### DESTINATARI

Il corso si rivolge a imprenditori, responsabili uffici export, Export Manager, Project Manager, Marketing & Communication Manager, responsabili di e-commerce, siti e piattaforme digitali