Gli E-Book di

PRONOVA
Business Innovation

Formulenza - imparare ad applicare

SOMMARIO

ARGOMENTO	PAG
Cosa è la Formulenza	3
Perché la Formulenza	4
Come agisce la Formulenza	5
Aree tematiche e Corsi	6
Contenuto dei corsi	7
Erogazione dei Corsi	11
Partecipazione ed iscrizione	12

Cosa è la FORMULENZA

Formulenza - imparare ad applicare

è un processo che eroga

conoscenza e competenza

su argomenti specifici , attraverso un metodo che abbina la «formazione» sui contenuti , ad una «consulenza» su come applicare subito i contenuti stessi in modo **pratico** ed **efficace** .

Perché la FORMULENZA

La **FORMULENZA** ha l'obiettivo di creare **valore** e crescita di conoscenze e competenze professionali individuali e collettive , attraverso attività di **formazione operativa** + **pillole di consulenza** durante il corso , su problemi reali e specifici , con **risultati misurabili** alla fine dell'intervento .

Permette quindi di ottenere vari vantaggi:

- Un metodo efficace di «*People Empowerment*»
- Migliora la comprensione del business
- Aumenta motivazione e coinvolgimento
- Accresce la competitività
- Migliora la produttività
- Stimola le idee a tutti i livelli
- Fidelizza e conserva il know-how

Come agisce la FORMULENZA

- **Interventi di formazione e consulenza integrati**
  - ✓ Continuità fra formazione ed applicazione in Azienda
  - ✓ Dimostrare l'applicabilità degli argomenti
  - ✓ Approccio pragmatico e non teorico
- **Argomenti di alto impatto**
  - ✓ Argomenti di livello alto , strutturati e fuori dagli schemi tradizionali
- **Progettazione percorsi customizzati**
  - ✓ Analisi dei fabbisogni
  - ✓ Definizione di percorsi operativi mirati
- **Trasferimento di know-how e strumenti operativi**
  - ✓ Fornire basi , elementi e strumenti immediatamente applicabili
  - ✓ Ottenere subito positivi riscontri durante intervento

AREE TEMATICHE E CORSI

I Corsi e gli argomenti proposti appartengono a **4 AREE** che sono identificate come nel seguente schema:

1	**MANAGEMENT E STRATEGIA AZIENDALE**
2	**COMMERCIALE E MARKETING**
3	**TECNICO E QUALITA'**
4	**LEAN THINKING**

Ogni singolo Corso può essere erogato sia in **Presenza**, che in **FAD**

ARGOMENTI
Metodo CANVAS : Analizzare il Modello di Business attuale per definire le strategie future
Analisi SWOT : capire i punti di forza e di debolezza , per cogliere le opportunità e ridurre i rischi
Strategia Oceano Blu : aprire nuovi mercati e spazi di vendita profittevoli , senza concorrenza
Strategia commerciale, pianificazione **vendite** e tecniche di **forecasting**
I *9 PASSI* : ideare , sviluppare e lanciare nuovi prodotti in metà tempo , rispettando il *Time to Market*
Marketing Intelligence: valutare e misurare i risultati che si ottengono dalle attività di Marketing
Value Gap Analysis : valutare quanto Valore si offre al mercato in relazione alle aspettative dei Clienti
Organizzare il Controllo Qualità : meno controlli , meno costi e più efficacia
FMEA e FTA : progettare e realizzare prodotti e processi sicuri ed affidabili
Problem Solving Operativo : ogni problema ha una causa che può essere eliminata
Lean Office : ridurre del 50% i tempi di progettazione e sviluppo dei nuovi prodotti
Lean Thinking : produrre di più , meglio e più velocemente , eliminando sprechi e riducendo i costi .
Kaizen : migliorare qualità , costi e prestazioni dei processi e dei prodotti
Six Sigma + certificazione **Green Belt** : schema base
Six Sigma + certificazione **Black Belt** : schema avanzato

CONTENUTO DEI CORSI

1. MANAGEMENT E STRATEGIA AZIENDALE

A. Scoprire modi nuovi e profittevoli per crescere con il CANVAS, minimizzando i rischi

Obiettivo: comprendere, modificare e sviluppare il proprio Modello di Business (MdB), per renderlo più competitivo, profittevole e capace di creare nuove strategie di crescita.

Contenuto:

- Il Modello di Business
- I 9 fattori interni ed i 4 Fattori esterni
- Le 4 Strategie
- La Proposta di Valore
- Progettare il nuovo MdB
- Testing ed implementazione

B. Analisi SWOT: capire i punti di forza e di debolezza, per migliorare i risultati aziendali

Obiettivo: comprendere i punti di forza e di debolezza dell'Impresa, in relazione anche ai rischi ed opportunità che si manifestano dall'esterno, per sviluppare una nuova strategia di crescita.

Contenuto:

- L'innovazione di Valore
- Il metodo CAPPA
- Cosa è la SWOT ANALYSIS
- Comprendere il proprio Modello di Business
- Applicare la SWOT ANALYSIS
- Progettare il cambiamento

C. Strategia Oceano blu: aprire nuovi mercati senza concorrenza e con profitto

Obiettivo: creare nuove opportunità, attraverso una riprogettazione della proposta commerciale, per definire e realizzare nuove caratteristiche/funzioni/utilità che portino il prodotto/servizio ad offrire ai Clienti una prestazione ed una percezione di valore diverso dalla concorrenza.

Contenuto:

- Concetto di Oceano Blu
- Analisi del settore
- La curva del Valore
- Valutare la Proposta di Valore
- Lo schema ESA_VALUE
- Le 4 azioni

CONTENUTO DEI CORSI

2. COMMERCIALE E MARKETING

A. Strategia, Pianificazione commerciale e tecniche di Forecasting

Obiettivo: essere vincenti sul Mercato è un processo che necessita di un'analisi dei mercati e della propria offerta, allo scopo di programmare in modo accurato le azioni commerciali e controllarne costi ed efficacia mentre si svolgono.

Contenuto:

- analisi del mercato
- definizione della strategia commerciale
- pianificazione delle attività di vendita
- progettazione e stesura del Budget di vendita
- metodologie di previsioni di vendita (forecasting)
- Indici KPI di misura delle prestazioni

B. I 9 PASSI: ideare, sviluppare e lanciare nuovi prodotti in metà tempo, rispettando il ~~TtM~~

Obiettivo: illustrare le fasi di ideazione di un nuovo prodotto (o servizio), la sua progettazione e produzione, la sua messa sul mercato e la vendita, nell'ottica di efficienza, profitto e riduzione dei costi.

Contenuto:

- Valutare il mercato di riferimento
- Analisi del Modello di Business attuale
- Analisi dei bisogni ed aspettative dei clienti
- La Proposta di Valore
- La Curva del Valore
- La tecnica dei "9 passi"
- Case study in una PMI

C. Marketing Intelligence e KPI: valutare se ci sono risultati dalle attività di Marketing

Obiettivo: si investono molti soldi nelle attività di Marketing e di promotion ma come si fa a sapere se tali investimenti rendono veramente? Questo Corso illustra azioni e strumenti operativi capaci di valutare l'efficacia delle attività di Marketing.

Contenuto:

- Analisi del Modello di Business
- Cosa si vende e come si vende: la Value Proposition
- La Value Gap Analysis
- La nuova Business Intelligence
- KPI e Balanced Scorecard
- Schemi e strumenti

D. Value Gap Analysis: valutare quanto Valore si offre al mercato in relazione alle aspettative dei Clienti

Obiettivo: avere una chiara misura del Valore che il Mercato si aspetta dai prodotti / servizi e confrontarlo con il Valore che attualmente offre, valutando poi efficaci azioni di aumento del Valore stesso

Contenuto:

- Segmentare la Clientela = Clusters di clienti
- Identificare i parametri di successo / critici del Mercato di riferimento
- Identificare i competitors ed il benchmark
- Costruire la Curva del Valore (CdV) dei Players
- Analisi della CdV del Mercato
- Valutare la VGA = Value Gap Analysis
- Definire il Piano A4V (Action for Value)

CONTENUTO DEI CORSI

3. TECNICO E QUALITA'

A. Organizzare il Controllo Qualità: meno controlli, meno costi e più efficacia

Obiettivo: Comprendere e pianificare il bilanciamento fra risorse e processi di CQ, per organizzare il lavoro in modo efficace ed efficiente, gettare le basi per passare da attività di ispezione ad attività di prevenzione e trasferire il know-how base degli strumenti di "problem solving".

Contenuto:

- Concetti e struttura del CQ
- I 3 livelli del CQ:
  - ✓ *Accettazione*
  - ✓ *Ispezione*
  - ✓ *Regolazione*
- Introduzione al problem solving
- I 7 strumenti base
- La Metodologia 8D (8 Discipline)
- L'A3 Report

B. FMEA ed FTA: progettare prodotti sicuri ed affidabili

Obiettivo: introdurre all'uso della **FMEA** di prodotto/progetto e di processo ed alla **FTA** (Fault Tree Analysis), fornendo strumenti di guida all'applicazione di queste importanti tecniche di progettazione ed affidabilità.

Contenuto:

- Tecniche di mappatura dei processi
- Dalla Voce del cliente alla CTQ (Critical to Quality)
- I potenziali difetti di un prodotto/processo ed i loro effetti
- Concetti di affidabilità e Life Time dei prodotti
- FMEA di progettazione (Design FMEA)
- FMEA di Processo (Process FMEA)
- Struttura e logica della FTA

C. Problem Solving 8D: ogni problema ha una causa che può essere eliminata

Obiettivo: fornire un metodo, delle tecniche e gli strumenti pratici che permettono la risoluzione dei problemi, sia tecnici che gestionali, ricercando ed eliminando la "root cause", ossia la causa-base dei problemi stessi, in modo che non si ripetano.

Contenuto:

- Il Metodo scientifico
- Le 8 Discipline
- A3 Report
- I 7 strumenti base del PS
- I 7 strumenti avanzati del PS
- Impostare un processo di PS su casi reali

4. LEAN THINKING

D. Il LEAN Office: applicare la logica LEAN per ridurre del 50% i tempi di progettazione e sviluppo dei prodotti

Obiettivo: questo corso fornisce metodi e strumenti per snellire il processo di sviluppo e progettazione dei prodotti, abbreviare il Time to Market, ridurre i costi ed eliminare sprechi ed inefficienze dalla ideazione alla validazione del progetto.

Contenuto:

- Flusso del Valore
- I 3 tipi di MUDA in Progettazione
- Attività a valore ed a non-valore
- Mappatura del processo di progettazione e sviluppo
- Analisi MAKIGAMI "as it is" e MAKIGAMI "to be"
- Case study reale

A. Lean Thinking: produrre di più, meglio e più velocemente, eliminando gli sprechi e riducendo i costi

Obiettivo: comprendere come impiegare le tecniche e le metodologie della LEAN in maniera semplice ed efficace, sia nei processi produttivi (Manufacturing) sia in quelli Logistici (Supply Chain).

Contenuto:

- Storia della LEAN
- Perché la LEAN e quali obiettivi può ottenere
- Gli 8 MUDA (Sprechi)
- I 10 principi della LEAN
- La LEAN in produzione
- I 3 Mondi della LEAN
- LEAN e risorse umane

B. Kaizen: migliorare qualità , costi e prestazioni dei processi e dei prodotti

Obiettivo: imparare come migliorare le attività, i processi ed i prodotti attraverso l'applicazione di una metodologia semplice, rigorosa e focalizzata sull'impegno costante e continuo.

Contenuto:

- Introduzione alla LEAN ORGANIZATION
- Gli 8 MUDA (Sprechi)
- Concetto di Kaizen e Kaikaku
- Organizzare un KAIZEN: metodi e strumenti
- Il Kaizen Team ed il Kaizen Office
- Case studies di successo

C. Corso LEAN Six Sigma (Con certificazione Green Belt e Black Belt)

Obiettivo: imparare a misurare, controllare e ridurre la variabilità dei processi e dei prodotti attraverso l'applicazione di metodi e strumenti statistici descrittivi e predittivi.

Contenuto

Green Belt
Lean e Six Sigma
Metodologia DMAIC
Mappatura dei processi
Statistica descrittiva
SPC: controllo statistico del processo
Concetto ed applicazione del Kaizen
Esame finale con Project Charter reale (per rilascio della certificazione **Green Belt**)

Black Belt
Statistica inferenziale
Correlazione e regressione
FMEA di Processo e di Prodotto
Test delle Ipotesi
ANOVA
Cenni sul DOE
Esame finale con Project Charter reale (per rilascio della certificazione **Black Belt**)

NB : La certifcazione Balck Belt può essere acquisita solo in possesso di quella Green Belt

EROGAZIONE DEI CORSI

TIPOLOGIA DEI CORSI

Inter-ascendable in pretense

I corsi sono tenuti in aule attrezzate con dispositivi multimediali e spazi di lavoro per gruppi.
Sino a diverse disposizioni, per l'intera durata del Corso sono adottati tutti i **protocolli di sicurezza anti-contagio COVID-19** previsti dalla normativa, al fine di garantire la sicurezza dei partecipanti e del personale coinvolto. In particolare, per rispettare il distanziamento sociale necessario, il numero dei partecipanti non potrà superare le **10 presenze.**

I corsi sono tenuti presso la Sede di Pro.Nova Consulting, in via Ancona n.2 – Torri di Quartesolo (VI), vicino uscita VI-EST dell'autostrada A4

FAD : Formazione a Distanza

L'emergenza COVID 19 ha fatto conoscere a tutti la modalità **FAD**,
che è strutturata con incontri di **½ giornata** alla volta (mattino o pomeriggio) per non appesantire la didattica e non impegnare l'intera giornata e che sono erogati su piattaforma *GOTOMEETING*.

ORARI DEI CORSI : MATTINO 9:30 – 13:00 POMERIGGIO 14:00 – 17:30

In House

Vengono progettati e realizzati percorsi formativi su misura concepiti sulle specifiche esigenze del cliente, attraverso un'analisi dettagliata delle problematiche del settore di appartenenza dell'Azienda, attraverso una progettazione ed erogazione di un **corso aziendale**, che coinvolga almeno un minimo di **3 partecipanti**. Date e orari possono essere decisi di volta in volta conciliando le date dei corsi con la disponibilità dei partecipanti e con le esigenze aziendali.

PARTECIPAZIONE ED ISCRIZIONE

- Il **Calendario** trimestrale è emesso e comunicato il mese precedente al trimestre, insieme alle modalità e date di erogazione del Corso ed ai costi.
- Il costo si intende per ciascun partecipante ed è al netto di I.V.A.
- In caso di 2 o 3 partecipanti della stessa Azienda, verrà applicato uno sconto del **10 %**
- In caso di 4 o più partecipanti della stessa Azienda, sarà applicato uno sconto del **15 %**
- La tariffazione per i Corsi "in House" viene concordata di volta in volta

MODALITA' DI ISCRIZIONE

La richiesta di iscrizione ai Corsi può essere fatta:

- inviando una email a : **pronova@pronovagroup.it**
- oppure telefonando al : **0444-026544**

Tutti gli aggiornamenti ai Corsi, al calendario ed alle nuove proposte formative sono sempre disponibili su:

- Linkedin
- https://www.pronovaconsulting.com/education-lab/
- https://www.pronovaconsulting.com/blog/

PRO.NOVA CONSULTING Snc

Sede Legale : v. Foscolo 6 – 36060 Romano D'Ezzelino VI

Uffici e Sede Operativa : v. Ancona 2 – Torri di Quartesolo 36040 (VI)

Tel : 0444 026544

Email : pronova@pronovagroup.it

Sito WEB : www.pronovaconsulting.com

https://www.linkedin.com/company/10275163/admin/