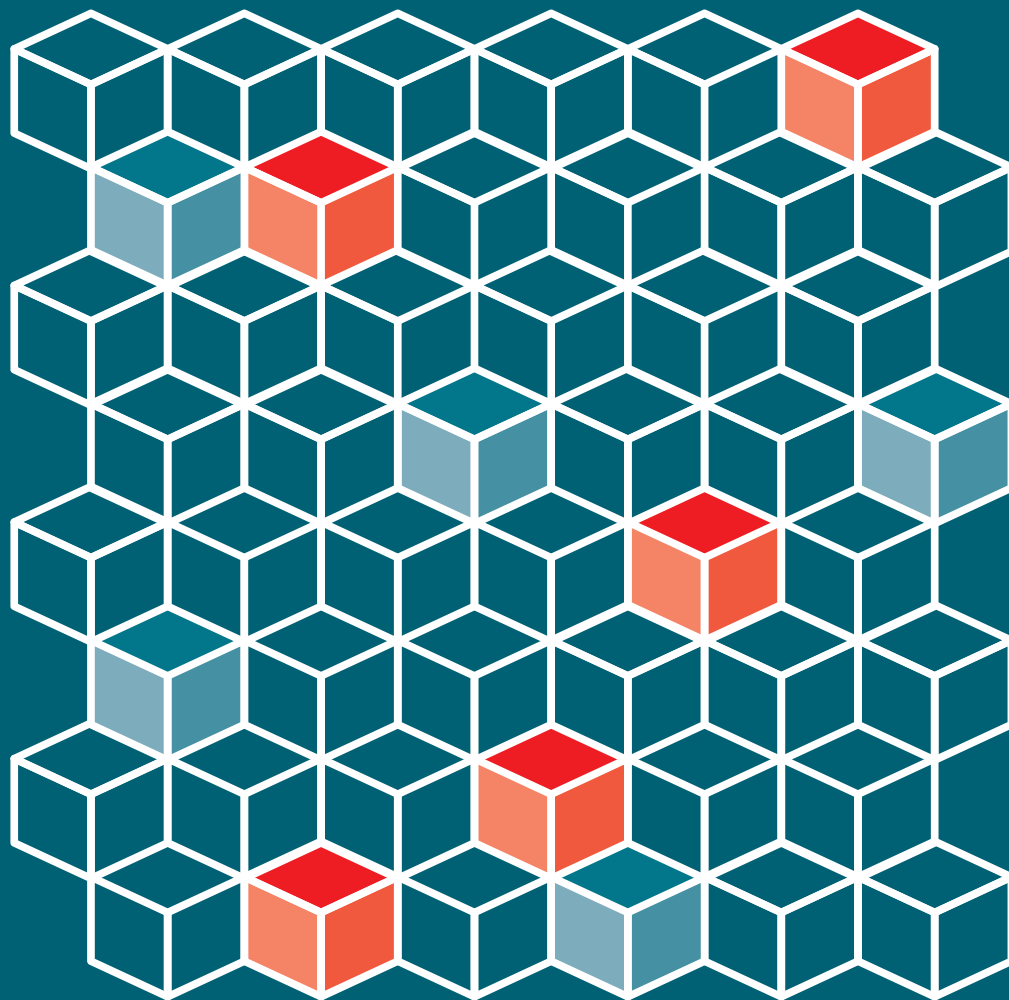


Percorsi aziendali su misura





HUMAN LEADERSHIP

Tornare a ciò che ci rende umani, anche nel lavoro

Viviamo un'epoca in cui il cambiamento non è più una parentesi, ma una condizione permanente.

Eppure, molte organizzazioni sono ancora ancorate a modelli di leadership verticali, distanti, centrati sul controllo. Il corso nasce dalla consapevolezza che oggi serve un nuovo modo di guidare: più umano, relazionale e generativo.

Uno stile che non si limita a dare direzioni, ma accompagna le persone, ascolta davvero, valorizza la diversità e si prende cura delle connessioni, nei momenti facili e in quelli difficili. Sempre più persone dichiarano di sentirsi disconnesse, poco valorizzate o emotivamente distanti dal proprio lavoro. **Il vero problema non è la produttività, ma la relazione.**

Oggi, il compito del leader non è solo quello di raggiungere obiettivi, ma di **rigenerare il senso di appartenenza, la motivazione e il desiderio di contribuire.**

Obiettivi

- Comprendere come il proprio stile di leadership influenza il clima, le relazioni e la capacità del team di affrontare il cambiamento, sviluppando maggiore consapevolezza del proprio impatto e del ruolo nel facilitare processi evolutivi.
- Sviluppare competenze relazionali chiave: ascolto attivo, empatia, dialogo trasformativo.
- Imparare a gestire le emozioni nei momenti di incertezza e complessità.
- Acquisire strumenti pratici per comunicare in modo autentico e generativo con i propri team.
- Favorire un clima di sicurezza psicologica, dove le persone possano esprimere idee, porre domande, assumersi rischi e contribuire in modo autentico.
- Ricostruire connessione, senso e coinvolgimento nei gruppi di lavoro.

Contenuti

- **Il nuovo mindset del leader**
Dal controllo alla connessione. Come allenare la propria capacità di stare nel cambiamento e generare fiducia.
- **Intelligenza emotiva e gestione delle resistenze**
Comprendere e guidare le emozioni proprie e del team. Lavorare con paure, opposizioni e frustrazioni.
- **Comunicazione trasformativa**
Ascolto profondo, domande potenti, feedback generativo. Conversazioni che responsabilizzano e fanno crescere.

- **Motivazione e coinvolgimento autentico**

Come far sentire le persone viste, ascoltate e parte di qualcosa che ha senso. Oltre il benessere “di facciata”: creare *engagement* profondo e sostenibile.

Benefici attesi

- Leadership più coerente, credibile e connessa alle persone.
- Maggiore efficacia nella gestione del cambiamento e delle dinamiche di gruppo.
- Team più autonomi, responsabili e coinvolti.
- Cultura organizzativa orientata alla cura, al dialogo e alla crescita condivisa.
- Maggiore senso di appartenenza e motivazione all'interno dei team.

Destinatari

Manager, *executive*, HR e *team leader* che vogliono rinnovare il proprio stile di leadership e sviluppare nuove competenze per guidare persone e organizzazioni nei processi di cambiamento.

Docenza

Alessandra Bolognese: *trainer, business coach e HR consultant.* Lavora dal 2004 nelle organizzazioni, al fianco di manager e imprenditori, *HR manager* nello sviluppo dei comportamenti organizzativi, con un focus sulla leadership, la collaborazione e la costruzione di relazioni efficaci nei gruppi di lavoro.



RIPENSARE IL MODELLO DI BUSINESS

Rivedere il modello di business con metodo, *insight* reali e il supporto dell'intelligenza artificiale

Pressioni competitive, calo della domanda, difficoltà nel convertire contatti in clienti e margini in riduzione sono segnali di un modello di business che non regge il ritmo del mercato. Nessuna struttura è destinata a durare per sempre: quando perde efficacia, intervenire solo sul prodotto non basta. **Serve uno sguardo strategico e sistemico** per analizzare le dinamiche, capire cosa ostacola la creazione di valore e progettare nuove configurazioni più adatte ai clienti. Il percorso guida le organizzazioni nella **revisione del modello di business**, dall'analisi dello stato attuale fino alla definizione di soluzioni evolutive. L'approccio integra *job theory*, *design* strategico e strumenti di intelligenza artificiale per accelerare l'analisi, generare *insight* e supportare decisioni più consapevoli.

Obiettivi

Il percorso aiuta a migliorare le *performance* del modello di *business* partendo da ciò che già esiste. L'obiettivo è comprendere cosa funziona e cosa frena la creazione di valore, per generare impatti misurabili. Attraverso *workshop* collaborativi i partecipanti imparano ad analizzare le dinamiche attuali – comportamenti d'acquisto, segmenti serviti, punti critici – e a trasformarle in soluzioni evolutive: nuove proposte di valore, processi commerciali più efficaci, revisione delle leve strategiche.

Contenuti

I partecipanti, suddivisi in team e affiancati da *business designer*, alternano analisi, progettazione e test su casi concreti. Le attività includono: valutazione delle *performance* del modello attuale, individuazione dei colli di bottiglia, sviluppo di scenari evolutivi e validazione sul campo. L'AI supporta l'interpretazione dei dati, l'emersione di *insight* e il confronto tra alternative, rendendo più rapido e consapevole il processo decisionale.

Benefici attesi

Il percorso migliora la capacità di adattarsi al mercato, ottimizza l'esperienza del cliente e rafforza il valore percepito dell'offerta. Riduce i rischi di scelte strategiche poco informate e aumenta l'agilità organizzativa grazie a metodi replicabili. L'intelligenza artificiale accelera l'analisi e rende più solide le decisioni, portando a risultati concreti e mirati.

Destinatari

Imprese già sul mercato che vogliono innovare in modo strutturato il modello di *business*. È ideale per chi desidera migliorare l'offerta, rivedere il processo di acquisto o esplorare nuove leve di valore. Coinvolge in particolare figure direzionali, imprenditori e professionisti di marketing e commerciale, interessati a rafforzare la coerenza tra strategia, proposta di valore e mercato reale.

Docenza

Beople Società Benefit: è la prima realtà italiana specializzata in *business design*, con oltre dieci anni di esperienza e più di quattrocento progetti d'innovazione all'attivo. Il percorso si basa su casi reali portati dai partecipanti, affrontati in modo strutturato e operativo. Ogni fase è accompagnata da facilitatori esperti, che garantiscono il corretto utilizzo dei metodi e favoriscono l'emersione di *insight* rilevanti, assicurando coerenza tra le attività svolte e gli obiettivi strategici delle organizzazioni coinvolte.



INTELLIGENZA ARTIFICIALE APPLICATA ALLA SELEZIONE DEL PERSONALE

L'introduzione dell'intelligenza artificiale nei **processi di recruiting** sta trasformando profondamente il modo in cui le aziende selezionano i talenti. Oggi strumenti avanzati consentono di gestire grandi volumi di candidature, analizzare dati in maniera rapida e individuare *pattern* ricorrenti, riducendo i tempi e aumentando l'efficienza delle decisioni. Allo stesso tempo, l'uso dell'AI solleva questioni fondamentali legate all'**etica**, alla **trasparenza** e all'**inclusione**: come garantire che gli algoritmi non riproducano pregiudizi esistenti? Come integrare la tecnologia senza perdere il valore del giudizio umano? Questo percorso formativo nasce per rispondere a tali interrogativi, fornendo non solo strumenti operativi ma anche una cornice di responsabilità e consapevolezza, affinché l'innovazione sia al servizio di processi HR più equi e sostenibili.

Obiettivi

- Comprendere l'utilizzo dell'AI nel processo di *recruiting*.
- Valutare strumenti intelligenti di *screening*.
- Analizzare e classificare i candidati con Excel.
- Ridurre i *bias* e favorire decisioni inclusive.

Contenuti

- Evoluzione dell'AI in ambito HR.
- Modelli predittivi nel *recruitment*.
- Analisi e *ranking* automatico dei profili.
- Etica dell'AI e prevenzione dei *bias*.
- Esercitazioni su Excel e casi reali.

Benefici attesi

Al termine del percorso i partecipanti disporranno di strumenti concreti per ottimizzare i tempi di selezione, riducendo il carico operativo e migliorando l'efficienza delle decisioni HR. Avranno inoltre acquisito competenze utili a rafforzare l'oggettività delle scelte, minimizzando i *bias* impliciti e contribuendo a diffondere una cultura inclusiva. L'integrazione tra l'uso di Excel e le tecnologie di intelligenza artificiale consentirà di tradurre le potenzialità teoriche in applicazioni pratiche, immediatamente spendibili nei contesti professionali.

Destinatari

HR *specialist*, *recruiter*, formatori, responsabili risorse umane.

Docenza

Professionista qualificato selezionato da **Edulia**: dal Sapere Treccani, realtà di riferimento nella formazione avanzata e nella diffusione della cultura digitale. I docenti Edulia uniscono esperienza sul campo, rigore metodologico e capacità di trasferire competenze in modo coinvolgente e operativo, con particolare attenzione ai temi dell'innovazione, dell'etica e dell'inclusività.



STRATEGIE DI BRANDING: NEUROSCIENZE, AI E NARRAZIONE D'IMPRESA

Come distinguersi nel sovraccarico digitale

Un corso pensato per manager e professionisti che vogliono **rafforzare la reputazione e il posizionamento del proprio brand**. Scopriremo come integrare **neuroscienze, intelligenza artificiale e storytelling** per costruire *brand* autentici, con uno scopo chiaro e percepito come reale dai clienti e dagli *stakeholder*.

Attraverso casi pratici e strumenti applicabili, analizzeremo come le leve emozionali – finora considerate tipiche del B2C – stiano diventando decisive anche nei processi di acquisto B2B, dove la fiducia, il valore percepito e la coerenza sono ormai determinanti quanto il prodotto o il servizio offerto.

Obiettivi

- Ripensare la *brand identity* B2B in chiave emozionale e *data-driven*.
- Utilizzare neuroscienze e AI per analizzare *bias* e leve decisionali nei processi di acquisto complessi.
- Costruire *storytelling* strategici per nutrire fiducia e differenziazione.
- Misurare l'impatto di brand e narrazione con metriche implicite e KPI avanzati.

Contenuti

- *Branding* B2B vs B2C: differenze, sfide e opportunità.
- Neuroscienze applicate: *bias* cognitivi e leve emozionali nelle decisioni di acquisto.
- AI generativa per *copy*, *visual* e *voice branding* in contesti complessi.
- *Storytelling* strategico per *stakeholder* e *decision maker*.
- Autenticità e scopo: *brand* "reali" come risposta al sovraccarico digitale.
- Metriche avanzate: attenzione implicita, *dwell time*, *reputation score*, *engagement* emotivo.
- Casi studio di *brand* B2B che hanno innovato con AI e *storytelling* tecnico.

Benefici attesi

- Differenziare il *brand* B2B attraverso leve emozionali e narrative.

- Creare contenuti e *concept* con AI generativa, guidati da dati proprietari e *insight* neuroscientifici.
- Tradurre autenticità e scopo in esperienze coerenti lungo tutti i *touchpoint*.
- Collegare le metriche di *branding* a KPI di *business* tangibili, misurando l'impatto reale.

Destinatari

Brand manager, marketing strategist, communication manager, imprenditori e consulenti B2B che vogliono rafforzare posizionamento e reputazione con leve innovative.

Docenza

Giulia Ruta: *innovation manager & senior trainer* in marketing strategico e comunicazione d'impresa.

Da oltre 15 anni accompagna imprese, PMI e startup ad alto potenziale in percorsi di crescita basati su marketing, *branding* e *customer experience*. Ha lavorato a progetti di innovazione commerciale e di comunicazione in diversi settori (manifatturiero, chimico, *oil & gas*, alimentare, turismo) con una costante attenzione all'uso consapevole della tecnologia per potenziare relazioni umane autentiche. Collabora con *Business School* e associazioni d'impresa, sviluppando corsi che integrano AI, *neuromarketing*, *storytelling* e competenze *soft*.



GESTIRE PER OTTENERE RISULTATI

Metodi e strumenti per migliorare le prestazioni dei collaboratori

In un contesto economico e sociale in continua evoluzione, il ruolo del manager è più cruciale che mai. **La gestione efficace dei collaboratori** non è solo una questione di leadership, ma un elemento strategico che **determina il successo di un'organizzazione**. Oggi le aziende si trovano ad affrontare sfide complesse, dalla digitalizzazione alle trasformazioni del mercato, dalla crescente attenzione al benessere dei lavoratori alla necessità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti globali. Un manager capace di guidare il proprio team con competenza favorisce un ambiente di lavoro positivo, stimolante e produttivo. La motivazione e l'*engagement* dei dipendenti influenzano direttamente la qualità del lavoro, l'innovazione e la capacità di affrontare le difficoltà con resilienza. Inoltre, gestire in modo strategico le risorse umane significa valorizzare le competenze, promuovere la collaborazione e garantire una comunicazione efficace.

Obiettivi

Il corso ha l'obiettivo di fornire ai partecipanti i migliori metodi e strumenti per la gestione ottimale delle prestazioni dei propri collaboratori in relazione ai risultati da raggiungere, attraverso:

- La definizione di obiettivi chiari e misurabili per orientare il lavoro.
- Lo sviluppo di strumenti di valutazione per monitorare le prestazioni e identificare le aree di miglioramento.
- L'ottimizzazione del feedback per motivare i collaboratori e favorire la loro crescita professionale.
- La gestione delle criticità attraverso strategie di supporto e sviluppo delle competenze.
- La promozione di una cultura della performance basata sulla responsabilità.

Contenuti

- Gli indispensabili per la gestione delle prestazioni.
- *OKR e KPI*: come impostarli e monitorarli per una sfida senza stress.
- Motivare i collaboratori: cosa dice la scienza.
- Scoprire e colmare i *gap* di competenze.
- Gestire lo scarso rendimento.
- Impostare e mantenere una cultura di alto rendimento.
- ...E se non ho tempo per fare tutto ciò? *Power tips* per garantire efficacia ed efficienza.

Benefici attesi

Al termine del corso i partecipanti avranno conosciuto strategie e *best practice* per migliorare la motivazione del team, la gestione del tempo, la capacità decisionale e la strategia aziendale, creando un ambiente di lavoro più produttivo e orientato alla crescita. Avranno inoltre impostato alcuni strumenti di supporto per la gestione delle prestazioni su misura per le loro necessità.

Destinatari

Manager e *team leader*.

Docenza

Rossella Gattone: professionista esperta nel campo delle risorse umane e dello sviluppo organizzativo, con una solida formazione nella psicologia del lavoro e delle organizzazioni. Ha maturato un'esperienza ventennale in ruoli di responsabilità presso aziende italiane e multinazionali, occupandosi di selezione del personale, formazione, sviluppo della leadership e implementazione di sistemi di gestione delle prestazioni. Attualmente, come *freelance*, offre servizi di *coaching*, formazione e consulenza HR. *Executive & business coach* con diploma ACTP ICF, è certificata come *EQ Assessor* per la valutazione e lo sviluppo delle competenze di leadership e come *EQPM Assessor* per le performance di team. È iscritta all'Albo Nazionale degli psicologi dell'Emilia-Romagna.



STRATEGIE DI OPEN INNOVATION PER AZIENDE

Implementare metodologie innovative e ottimizzare la collaborazione

L'*open innovation* è un approccio che promuove la collaborazione e l'integrazione di idee e soluzioni innovative provenienti sia dall'interno che dall'esterno dell'azienda. Almacube, l'incubatore di *startup* e centro di innovazione dell'Università di Bologna e Confindustria Emilia Area Centro, offre un percorso formativo su misura per le aziende interessate ad implementare strategie di *open innovation*. Questo corso è progettato per guidare le imprese nella comprensione e nell'applicazione concreta dei principi e delle metodologie dell'*open innovation*. I partecipanti riceveranno una panoramica su come preparare l'azienda per l'*open innovation*, gestire i processi interni e sviluppare relazioni con partner esterni come *startup*, *spinoff*, studenti, docenti universitari, centri di ricerca e giovani talenti.

Obiettivi

Il corso si propone di esplorare i fondamentali dell'*open innovation*, offrendo una visione chiara dei suoi principi, vantaggi e modelli principali come *outside-in* e *inside-out*. Mostrerà come utilizzare strumenti innovativi come il *design thinking* e la *tech driven innovation* per stimolare e gestire l'innovazione. Aiuterà le aziende a creare una cultura e strutture organizzative che favoriscano le pratiche di *open innovation*. Inoltre, fornirà indicazioni su come identificare e gestire in modo efficace le relazioni con partner esterni e interni, promuovendo la collaborazione e l'integrazione di nuove idee e tecnologie nel contesto aziendale.

Contenuti

- Introduzione all'*open innovation*: definizione e benefici; modelli e programmi di *open Innovation* (es. *venture clienting*, *technology scouting*, *innovation contests* e *hackathons*, ecc.).
- Metodologie per l'*open innovation*: esplorazione di metodologie *tech-driven* e *human centric*, come il *design thinking*.
- Preparazione interna e processi: pratiche di collaborazione creativa.
- Casi studio di successo.

Benefici attesi

Il corso offre ai partecipanti le basi per implementare l'*open innovation*, migliorare la capacità di adottare nuove idee e tecnologie, sviluppare competenze per creare una cultura innovativa e gestire efficacemente le relazioni con i partner. Sfruttando la collaborazione interna (*cross-silo*) e le risorse esterne, i partecipanti potranno potenziare la competitività e stimolare l'innovazione aziendale.

Destinatari

Team di innovazione, R&D, manager coinvolti in processi decisionali e strategici.

Docenza

Matteo Vignoli:

professore associato presso l'Università di Bologna.

Francesco D'Onghia:

responsabile *Open Innovation Unit* Almacube.