

## RELAZIONE CORSO DI FORMAZIONE

### TITOLO CORSO: "LIVE IN COLOR 4.0"

#### Cronoprogramma delle attività di formazione

DATA AVVIO DEL CORSO	02/07/2021
DATA FINE DEL CORSO	21/12/2021
NUMERO GIORNATE FORMATIVE	223
DIPENDENTI COINVOLTI	8
LUOGO DI SVOLGIMENTO DEL CORSO DI FORMAZIONE: VIA MOTTOLA KM 2.200 ZONA INDUSTRIALE – CAP 74015 – MARTINA FRANCA (TA)	

#### 1.DATI SALIENTI SUL CORSO

- Titolo del progetto formativo: "LIVE IN COLOR 4.0"
- Tipologia di attività di formazione: Formazione frontale in classe, con verifiche orali.

Le attività di formazione risultano ammissibili alla legge dall'articolo 1, commi da 46 a 56, della legge 27 dicembre 2017, n. 205, così come modificati dai commi 211-217 della Legge 160 del 2019.

Le attività formative sono orientate all'acquisizione da parte del personale dipendente dell'impresa ASI D.G. S.R.L., delle competenze nelle tecnologie rilevanti per la realizzazione del processo di trasformazione tecnologica e digitale delle imprese previsto dal "Piano nazionale Impresa 4.0", come descritte dal comma 48 dell'art. 1 della Legge 205 del 2017:

- a) big data e analisi dei dati;
- b) cloud e fog computing;
- c) cyber security;
- d) sistemi cyber-fisici;
- e) prototipazione rapida;
- f) sistemi di visualizzazione e realtà aumentata;
- g) robotica avanzata e collaborativa;
- h) interfaccia uomo macchina;
- i) manifattura additiva;
- j) internet delle cose e delle macchine;
- k) integrazione digitale dei processi aziendali.

Nello specifico le attività formative poste in essere hanno riguardato le seguenti tecnologie:

- **integrazione digitale dei processi aziendali (punto k):** la digitalizzazione delle imprese è fondamentale poiché aiuta a migliorare l'efficienza dei processi aziendali e il funzionamento dell'attività. Da questa premessa nasce l'esigenza Di ASI D.G. S.R.L. di digitalizzare il proprio sistema procedurale ed informativo, attraverso l'implementazione di un software gestionale, all'interno della società, mirate a migliorare ed automatizzare alcune componenti tipiche nella gestione degli interventi e di manutenzione.

Il corso di integrazione digitale dei processi aziendali rientra nel piano Formazione 4.0, erogata ai dipendenti delle aziende per favorire l'acquisizione di conoscenze nelle cosiddette tecnologie abilitanti. In particolare la formazione è stata incentrata sul seguente ambito previsto dall'Allegato A della legge 27 dicembre 2017, n°205 (legge finanziaria 2018):

a) **Vendita e Marketing** (Commercio al dettaglio/Servizi ai consumatori/Marketing): L'introduzione dei nuovi software 4.0 di ASI D.G. S.R.L. ed in particolare del configuratore online migliorano la vendita del prodotto in quanto si riducono i tempi di consegna e si rende più efficiente la produzione.

Inoltre, una delle possibilità per il quale viene sviluppato un configuratore di prodotto è quella per soddisfare esigenze di marketing.

E' indubbiamente una delle prime possibilità che si intraprendono in quanto permette di rendere configurabili e personalizzabili i prodotti offerti rendendoli accattivanti e semplici da usare. L'utente del sito web o della piattaforma si trova dunque a "giocare" con un sistema di configurazione stimolando la fantasia e la creatività. Il configuratore diventa quindi uno strumento di marketing che spesso si applica ai prodotti di punta, di stagione o con alta marginalità. Quindi di conseguenza tali software aumentano e migliorano anche i servizi dedicati ai consumatori.

## **2. DESCRIZIONE DELL'OBIETTIVO FINALE DEL CORSO DI FORMAZIONE**

Il percorso formativo si pone come strategia necessaria per ottimizzare e velocizzare i processi gestionali, ossia di innovare quelle che sono le dinamiche lavorative interne alla ASI D.G. S.R.L., con l'obiettivo di fornire un servizio di qualità alla propria clientela e anche di essere più competitivi sul mercato.

Tale progetto è stato strutturato da 1 modulo:

- **VENDITA & MARKETING**

Si è quindi reso necessario strutturare una formazione che tenga in considerazione tutti gli aspetti salienti del marketing, finalizzato al miglioramento della vendita del prodotto, riducendo i tempi di consegna e rendendo più efficiente la produzione e la vendita.

### **1. DISCENTI COINVOLTI NEL CORSO DI FORMAZIONE:**

- **CARAMIA PATRIZIA: AMMINISTRAZIONE**
- **SERIO PIETRO: AREA VENDITE**
- **LIUZZI PIETRO: BACK OFFICE**
- **LUCARELLA PIETRO: LOGISTICA**
- **MONGELLI PIETRO: AREA VENDITE**
- **MOLA VINCENZO: LOGISTICA**
- **LERNA FRANCESCO: LOGISTICA**
- **BASTA GIOVANNI: AREA VENDITE**

Sono risultati assenti nelle lezioni i discenti in malattia, in ferie e in permesso.

### **2. SOGGETTO FORMATORE INTERNO**

Il corso di formazione è stato tenuto dal docente: Angelo Daniele Buonfrate.

Angelo Daniele Buonfrate, ha conseguito una Laurea di 1° Livello in Informatica, presso l'Università degli studi di Bari, con la votazione di 102/110 nell'anno 2005.

Due anni dopo, ha conseguito una qualifica in Dottore Magistrale in informatica ottenendo una Laurea 2° Livello in Informatica, presso l'Università degli studi di Bari, con la votazione di 106/110.

Ad oggi, ricopre il ruolo di Service Manager presso l'azienda ASI DG srl – via Mottola km 2.200, 74015 Martina Franca (TA).

### **3. ARGOMENTI, MODALITA' ORGANIZZATIVE E TEST APPRENDIMENTO**

**Descrizione degli effettivi argomenti trattati con i discenti:**

Gli argomenti trattati nella formazione sono così suddivisi

#### **MODULO: VENDITA & MARKETING**

- Cos'è Il Marketing ?
- Concetti Base Del Marketing
- Concetti Fondamentali Del Marketing
- Il Ruolo Del Marketing Nel Ciclo Di Vendita
- Marketing E Vendite: Come Costruire La Giusta Sinergia
- Strategie Di Marketing E Tecniche Di Vendita
- Strategie Di Vendita
- Gli Elementi Che Formano Una Strategia Di Marketing
- Quale Figura È Al Centro Dell'indagine Di Marketing
- Quali Sono I Compiti Della Funzione Commerciale?
- Che Differenza C'è Tra Vendita E Marketing
- Il Vero Ruolo Del Marketing In Azienda
- Marketing Strategico Vs. Marketing Operativo
- Il Processo Di Marketing Strategico, Dall'idea Al Lancio Di Prodotto
- L'analisi Dei Clienti E Del Mercato
- La Segmentazione Del Mercato
- Targeting: Individuare I Segmenti Più Adatti Alla Propria Azienda
- Creare Un Posizionamento Unico Nel Mercato E Nella Mente Del Cliente
- Gli Elementi Che Caratterizzano Un'offerta Di Valore: Il Marketing Mix
- Misurare Il Valore Per I Clienti
- L'importanza Del Brand
- Verso Un Marketing 4.0
- Il Piano Di Marketing
- Kpi Per Il Marketing
- Rendere Operativo Un Piano Di Marketing: Risorse, Tempi E Iniziative Efficaci
- Il Ciclo Di Vita Del Prodotto O Servizio
- Il Lancio Di Prodotto:
- L'innovazione, Le Sue Forme E Il Loro Impatto Nella Fase Di Lancio

- Le Strategie Di Marketing Mix (Prodotto, Prezzo, Comunicazione, Distribuzione, Persone, Processi, Evidenza Fisica) A Supporto Del Lancio
- Le Scelte Di Canale E La Progettazione Della Logistica
- La Fase Post-Lancio: Analisi Delle Performance E Gestione Della Relazione
- Il Ruolo Del Product Manager
- Bilanciare Benefici E Caratteristiche Di Prodotto
- La Customer Journey
- Il Piano Di Marketing Di Prodotto O Servizio
- Chi Stabilisce Il Prezzo In Azienda?
- Il Prezzo Come Fattore Strategico
- Storytelling & Strategie Pubblicitarie
- Come Nasce Una Campagna Pubblicitaria?
- La Strategia In Pubblicità
- Scegliere Il Giusto Mezzo Di Comunicazione
- Pubblicità E Nuovi Media
- Posizionamento E Comunicazione Del Brand
- Strategie Di Branding: Creare Il Valore Ed Aumentare La Visibilità Del Marchio
- Le Dimensioni Del Brand
- Brand Equity
- Brand Positioning
- La Concorrenza
- L'Importanza Del Benchmarking
- L'Analisi Della Concorrenza: Le 5 Forze Competitive
- La Comunicazione Integrata D'impresa
- Punti Di Forza E Di Debolezza In Una Strategia Di Comunicazione
- I 3 Canali Della Comunicazione

### **Modalità organizzative del corso di formazione**

Il corso ha avuto inizio il 02 luglio 2021 ed è terminato il 21 dicembre 2021.

Il corso di formazione è stato organizzato da 55 lezioni da quattro ore al giorno (09:00-13:00) e una lezione da 3 ore giornaliera per un totale di 223 ore.

Sono risultati assenti nelle lezioni i discenti in malattia, in ferie e in permesso.

### **Descrizione delle eventuali verifiche realizzate per attestare l'apprendimento delle nozioni trasferite**

Ad ogni fine modulo i discenti sono stati sottoposti a verifiche orali intermedie in modo da valutare l'apprendimento delle nozioni trasferite dal docente. E nello specifico il test ha riguardato il seguente modulo:

- VENDITA & MARKETING

### 3. OBIETTIVI E RISULTATI

Al termine del corso, grazie alla FORMAZIONE 4.0, tutti i dipendenti hanno acquisito conoscenze.

Questa esperienza formativa ha permesso di approfondire le conoscenze personali di ogni singolo dipendente, in modo da creare un team compatto e migliorare quelle che possono essere le criticità che si possono venire a creare all'interno di un sistema aziendale.

I dipendenti hanno accolto con entusiasmo e volontà questa nuova sfida, mettendosi alla prova al fine di migliorare e soprattutto di innovare il processo, per essere più competitivi sul mercato.

Data e Luogo *Tortona Franca 21/12/21*

Firma del docente

