

Speaker & TESTIMONIAL



LA SCUOLA DI PALO ALTO NELLE CONVENTION, NEI MEETING, NELLE RIUNIONI

Laddove sia necessario agire con forza e immediatezza, trasmettere stimoli e motivazioni, fornire una visione esterna per assecondare un cambiamento e/o verificare le scelte adottate, lo SPEECH costituisce un momento che conduce a una riflessione collettiva.



SCUOLA DI
PALO ALTO

*Business &
Management
School*



LA SCUOLA DI PALO ALTO NELLE CONVENTION, NEI MEETING, NELLE RIUNIONI

Le organizzazioni vivono spesso momenti formali d'incontro in cui vengono lanciati nuovi stimoli e prospettive di cambiamento. Si tratta di occasioni a forte impatto emotivo e organizzativo. In questi momenti le aziende cercano di valorizzare al massimo gli investimenti di tempo e risorse coinvolte e di trasformare gli eventi istituzionali in vere e proprie piattaforme di lancio per il futuro.

COS'È

Lo SPEECH è un intervento - della durata di pochi minuti o di una giornata intera - in spazi tipicamente aziendali, strutturato in funzione della sua finalità: dalle periodiche riunioni del Management alle Convention annuali, dai Meeting di lancio di un prodotto agli eventi di presentazione di una nuova struttura.

PERCHÉ

Più strutturata è l'organizzazione, maggiore è il numero delle persone cui è rivolto l'intervento e più diretto e immediato dovrà essere il messaggio che si vuole trasmettere. Per questo è importante che lo SPEECH sia riconoscibile come momento "sponsorizzato" dall'azienda, ma passi, al contempo, attraverso la competenza e la professionalità di consulenti riconosciuti. La formula proposta consente di restringere i tempi di realizzazione e "distrarre" la platea dallo scopo per cui è chiamata a partecipare ad un evento, ovvero la conoscenza.

Le persone, infatti, sono più portate ad acquisire e poi rielaborare concetti che vengono loro passati da uno speaker che li faccia anche sorridere e rilassare all'interno di un momento condiviso con i colleghi.

COM'È ORGANIZZATO

I comportamenti adeguati sono percepiti dai discenti attraverso metodi *non convenzionali* e non riconducibili alla tradizionale formazione: gli interventi possono prevedere momenti ludici e divertenti, che abbiano lo scopo di coinvolgere, stimolare e trascinare i partecipanti; oppure possono avere un taglio di

approfondimento, di specializzazione o d'introduzione all'utilizzo di nuovi strumenti. Non si tratta, necessariamente, di spingere a un cambiamento. Il rinnovamento passa anche attraverso la creazione di nuovi stimoli, la capacità di offrire nuove spinte motivazionali o modellare comportamenti che erroneamente tendono a coincidere con il ruolo.



L'ENTUSIASMO IN AZIENDA

Il nuovo modello manageriale dell'Entusiasmo diventa per le aziende attuali un elemento forte di distinzione sul mercato, percepibile nei prodotti e servizi offerti, nelle comunicazioni messe in atto, nelle relazioni commerciali, nella realizzazione di strategie di sviluppo vincenti.

NON MOLLARE MAI: DECIDERE SE VINCERE O PERDERE

Attivare la propria molla interiore significa educarsi al miglioramento continuo attraverso l'ascolto, l'osservazione, il dialogo, l'attenzione, la curiosità e l'interesse costanti. È necessario però che la motivazione, madre di tutte le energie umane, sia gestita e indirizzata verso una meta da raggiungere.

L'ENTUSIASMO COME FATTORE DI SUCCESSO NELLA LEADERSHIP DEL XXI SECOLO

La leadership ha bisogno di entusiasmo, ovvero di consapevolezza del proprio ruolo per interpretarlo con passione giorno dopo giorno. Il leader oggi deve essere un punto di riferimento forte e autorevole, deve trasmettere fiducia e valore, deve generare l'energia necessaria a raggiungere risultati eccellenti.

IL GLICK: IL PUNTO "G" DELLE AZIENDE

Glick rappresenta l'evoluzione del management del XXI secolo. Glick è la ricerca di equilibrio del manager all'interno di un cambiamento aziendale costante. Glick è il *Nirvana* del management, è il successo di tutte le nostre risorse.

WORLD WINDOW

Una finestra sul mondo e sulle sue complessità con l'obiettivo di scuotere le persone a rinnovarsi costantemente, a "non sedersi", a comprendere i cambiamenti che avvengono attorno a loro, ad essere protagonisti della propria crescita personale e professionale.

PRENDERSI CURA DEI PROPRI E DEGLI ALTRUI TALENTI

Per far fruttare le cose bisogna amarle... I manager devono saper essere coach per i loro collaboratori, devono stimolarne l'intelletto, ispirarne la motivazione, fornire fiducia e sostegno emotivo. Solo così si potranno ottenere risultati nello sviluppo della performance e nell'aumento di competitività.

IL SENSO DI SQUADRA E LO SPIRITO DI GRUPPO

Tradurre insieme il piano in azione
Qual è il reale valore del team in azienda e qual è l'impegno necessario di ciascuno per il suo sviluppo? Una riflessione importante sul gruppo e sul teamwork quale modalità operativa capace di promuovere intraprendenza, anticipare i problemi, cogliere le opportunità e proporre soluzioni creative.

VENDERE VALORE

In un mondo che offre la possibilità di scegliere fra numerose alternative, persone e organizzazioni sono obbligate all'aggiornamento continuo per poter proporre idee, stimoli, attività coinvolgenti. Le relazioni commerciali di successo, oggi, sono quelle che si nutrono di professionalità, energia, e passione.