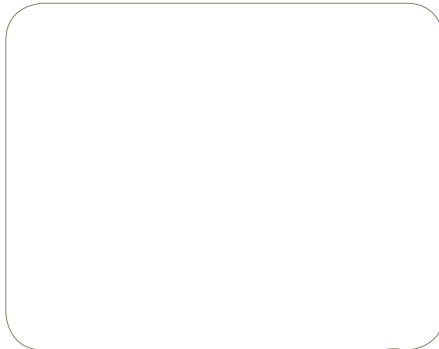
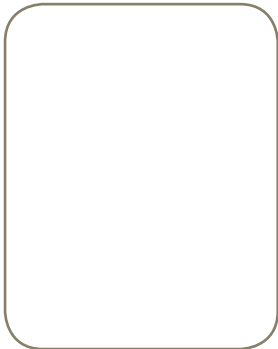
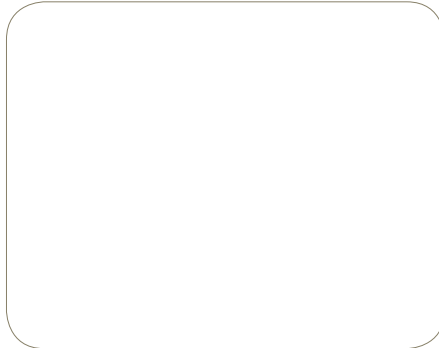
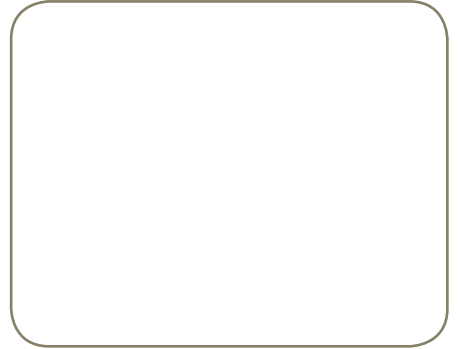




ENRICO  
BANCHI  
IL NUOVO CERVELLO  
FEMMINILE



Esperienze che muovono

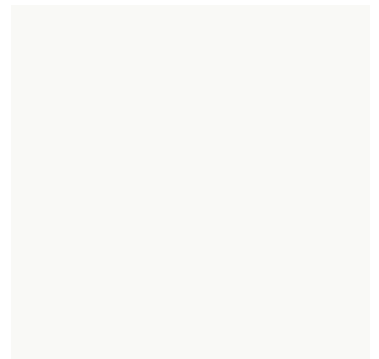
**NON SPRECARRE L'OCCASIONE!**

UNA PLATEA PRONTA AD ASCOLTARE È UN'OCCORTUNITÀ DA NON PERDERE.  
CI SONO PERSONE CHE CON LA LORO ESPERIENZA SONO IN GRADO DI MUOVERE CHI ASCOLTA,  
STIMOLANDO IN LORO LA SPINTA AL CAMBIAMENTO E AL MIGLIORAMENTO COSTANTE.

BUSINESS & MANAGEMENT SCHOOL

### I nostri Speakers

Personaggi provenienti dal mondo militare, sportivi, artisti, politici, speaker di professione, tutti accomunati dalla passione di condividere con gli altri le proprie idee ed esperienze personali su tematiche che toccano ogni tipo di realtà professionale. La caratteristica distintiva dei nostri speaker è la loro capacità di trasferire informazioni con una carica emotiva capace di coinvolgere al massimo le platee e far scattare la molla motivazionale interiore che ci spinge a dare il meglio di noi stessi.



# S Palo Alto SPEAKERS

## Cos'è uno Speech

Lo Speech è un intervento focalizzato su un tema particolare di durata estremamente variabile (da pochi minuti alle due ore) che s'inserisce in spazi tipicamente aziendali: dalle periodiche riunioni del Management alle Convention annuali, dai Meeting di lancio di un prodotto agli eventi di presentazione di una nuova struttura.

## Perchè

Laddove sia necessario agire con forza e immediatezza, trasmettere stimoli e motivazioni, fornire una visione esterna per assecondare un cambiamento o verificare le scelte adottate, lo speech costituisce un momento che conduce a una riflessione collettiva. Spesso infatti l'esperto o il testimonial, proveniente da mondi distanti da quello aziendale, è capace di trasferire ai partecipanti concetti e tematiche che stanno a cuore all'azienda in modo più incisivo, quasi come se ne sancisse la validità dall'alto della propria esperienza professionale. Inoltre la capacità di trasferire informazioni in modo coinvolgente e stimolante fa sì che i concetti espressi rimangano più a lungo nella memoria emotiva delle persone.

## I NOSTRI SPEECH

### WORLD WINDOW

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

### FACING THE FUTURE: AFFRONTARE IL FUTURO

Il futuro è prevedibile?...dipende...Certamente un'azienda per garantire la propria sopravvivenza non può permettersi di "navigare a vista" sperando nella fortuna, ma deve affrontare il proprio domani con una serie di certezze e conoscenze...

### MANAGEMENT TREPUNTOZERO (3.0)

Nei software è una cosa normale, quasi di routine. Il passaggio invece alla prossima "versione" del Management non sarà qualcosa che passerà inosservato...

### GESTIONE NETWORKING

La tecnologia ha aperto all'uomo spazi inimmaginabili per entrare in contatto e in relazione con i suoi simili. Una riflessione importante sul team come concetto allargato quale modalità operativa capace di promuovere intraprendenza, anticipare i problemi, cogliere le opportunità...

### IL NUOVO CERVELLO FEMMINILE E L'AZIENDA

Gli uomini sono semplici...le donne no! Ebbene sì, esistono delle differenze di funzionamento tra il cervello femminile e il cervello maschile... da tener presente quando formuliamo le nostre strategie di marketing!

### SALES EXCELLENCE

Come ottenere risultati di vendita eccezionali e duraturi? Una riflessione importante e profonda sul grande valore del networking nelle relazioni commerciali di successo, che si nutrono di professionalità, di energia e passione...

### 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...

### I MECCANISMI COMICI

Il mondo dello spettacolo ci indica le regole e le tecniche più efficaci di comunicazione e improvvisazione che generano emozioni positive nel gruppo...

### SQUADRA CHE VINCE... E DOPO?

Rinnovare la motivazione e l'impegno anche dopo un successo importante non è così semplice come può sembrare. Il senso di appagamento e l'auto-celebrazione sono sempre in agguato... Una squadra è grande se continua ad assumersi le proprie responsabilità nel bene e nel male, nelle vittorie e nelle sconfitte, un gruppo coeso capace di gestire vittorie e sconfitte con lo stesso impegno e determinazione...

### COSCIENZA MILITARE: MOTIVAZIONI E VALORI

Una finestra sul mondo militare per scoprirne valori, ideali, motivazioni e virtù. Una scelta professionale non semplice, se fatta con coscienza e consapevolezza, che porta a vivere il proprio lavoro come una missione da compiere...

### 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...

### CRISIS MANAGEMENT

Capita spesso che nei momenti di crisi, in quei momenti in cui è di cruciale importanza mantenere la calma per affrontare al meglio le difficoltà, ci si faccia prendere dal panico e si perda lucidità...Poche semplici regole che ci aiutano a trasformare un disastro in opportunità di crescita...

### CHAORDIC: GESTIRE LA COMPLESSITÀ PER ESSERE COMPETITIVI

Il Caos non è evitabile dobbiamo imparare a gestirlo e a utilizzarlo ai fini aziendali. Qualsiasi tipo di organizzazione deve necessariamente essere dinamica e pronta ai cambiamenti per sopravvivere e prosperare nel proprio mercato...

### 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, 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...

### ENTRARE NEL CUORE DEL CLIENTE

Vendere oggi è complesso: clienti sempre più esigenti e sempre più informati; competitor in ogni angolo del mondo pronti a conquistare sempre più spazio sul mercato ormai senza frontiere; tanta, tanta concorrenza che apparentemente offre le stesse cose che offri tu. Come distinguersi dagli altri?