



CATALOGO DEI CORSI DI FORMAZIONE PER OPERATORI COMMERCIALI E TURISTICI DEL
DISTRETTO DELL'ATTRATTIVITÀ TERRITORIALE DELLA BASSA BERGAMASCA



CESCOT

CENTRO SVILUPPO COMMERCIO TURISMO E SERVIZI

Cescot Bergamo è l'Ente di formazione promosso da Confesercenti che si occupa di fornire interventi formativi indirizzati alle imprese appartenenti ai settori del Commercio, del Turismo e del Terziario avanzato.

Cescot Bergamo è certificato UNI EN ISO 9001:2008 per le attività di Progettazione ed Erogazione di servizi di formazione e di orientamento professionale, ed è accreditato alla Regione Lombardia per l'erogazione di servizi di formazione superiore e continua nonché servizi al lavoro.

La formazione costituisce la prima finalità di Cescot e viene realizzata attraverso:

- ✓ Analisi dei fabbisogni formativi aziendali
- ✓ Individuazione di adeguate risorse di finanziamento pubblico e privato
- ✓ Progettazione degli interventi formativi
- ✓ Accompagnamento delle aziende durante tutto il processo formativo
- ✓ Attività di rendicontazione

Le iniziative dell'Ente risultano complementari all'insieme di servizi che Confesercenti Bergamo offre agli associati. La qualità della formazione di coloro che operano nei differenti contesti aziendali rappresenta, infatti, un elemento fondamentale per garantire il buon funzionamento di un'attività imprenditoriale.

Cescot Bergamo offre una gamma diversificata di progetti didattici sviluppati da un team di esperti formatori di vasta esperienza professionale che collaborano su diversi percorsi formativi, nello specifico:

- Corsi abilitanti alla professione (Sab ex Rec – Haccp – Sicurezza)
- Corsi di formazione finanziati attraverso bandi provinciali e/o regionali
- Formazione obbligatoria in apprendistato di base trasversale e tecnico professionale
- Corsi finanziati attraverso il Fondo Fon.Ter (Fondo paritetico Interprofessionale Nazionale per la formazione Continua del Terziario)
- Formazione continua a catalogo (Informatica, lingue, comunicazione e marketing, gestione dell'attività, corsi specialistici del settore commercio, turismo e terziario avanzato)

Il Distretto dell'Attrattività della Bassa Bergamasca presenta i suoi corsi di formazione

Il Distretto dell'Attrattività Territoriale (DAT) della Bassa Bergamasca è una iniziativa di collaborazione pubblico/privata nata nel novembre del 2014 per promuovere il territorio e l'offerta turistica e commerciale di 26 comuni della Bassa Bergamasca, nel territorio che va dall'Adda all'Oglio. Il fine ultimo del DAT è lavorare sia alla promozione di un territorio meraviglioso, sia al miglioramento della qualità delle attrazioni e delle attività commerciali, per **offrire al turista e al visitatore l'esperienza più piacevole possibile.**

Per questo i Partner del DAT stanno realizzando numerose iniziative di promozione e comunicazione, che vanno dalla promozione dei Castelli e delle fortificazioni presenti sul territorio alla creazione di gruppi di tour facilitator in grado di accompagnare i turisti nelle loro visite, dalla creazione di un Museo Virtuale del territorio alla promozione degli itinerari cicloturistici.

Seguono poi **iniziative del DAT mirate espressamente alla rete dei suoi operatori commerciali e turistici**, tra cui un Bando con agevolazioni finanziarie per chi migliora la sua struttura e soprattutto il nuovo **portale Shopping Nella Bassa (www.shoppingnellabassa.it)**, in cui gli operatori possono pubblicare offerte e promozioni per acquisire nuovi clienti, dotata anche di una App collegata che avvisa i consumatori delle offerte disponibili nei negozi vicini al punto in cui si trova.

Al fine di rendere ancora più competitiva l'offerta dei negozi di vicinato, dei bar e ristoranti e delle strutture turistiche, il DAT ha lanciato, in collaborazione con Cescot – Confesercenti, questo **catalogo di offerte formative**, focalizzate sulla promozione e la gestione dell'attività, sull'uso dei nuovi sistemi di comunicazione online e su una migliore conoscenza della lingua inglese.

Grazie al contributo economico del DAT e delle Amministrazioni Comunali che ne fanno parte, **i corsi proposti in questo catalogo, caratterizzati già in partenza da un valore competitivo, sono scontati del 70% rispetto al prezzo che un singolo operatore dovrebbe pagare.**

Ci auguriamo per questo che possano essere utili a facilitare ancora di più una profittevole attività delle imprese del territorio, migliorando sempre più la loro capacità di servire al meglio il cliente.

*Le Amministrazioni Comunali del DAT
Confesercenti e Ascom Bergamo*

Corsi di Formazione 2015

DAT Bassa Pianura Bergamasca

	CORSO	Per il singolo operatore (IVA esclusa)		
		Prezzo teorico	Sconto	Prezzo finale
Promozione e vendita online	Social marketing: come gestire con professionalità la propria comunicazione social - 12 ore	242,00	70%	72,60
	Marketing Mail: come creare una newsletter...antispam - 6 ore	153,00	70%	45,90
	E-Commerce. Introduzione al commercio elettronico 12 ore	272,00	70%	81,60
	Web Marketing e E-Commerce 6 ore d'aula	168,00	70%	50,40
	Web Marketing e E-Commerce Consulenza aziendale individuale - 5 ore	750,00	70%	225,00
Gestione e Promozione tradizionale	Gestione amministrativa dell'Azienda - 5 ore	128,00	70%	38,40
	Idee creative per il tuo locale: visual merchandising - 6 ore	153,00	70%	45,90
	Eventi e promozioni: la pubblicità prende vita - 6 ore	153,00	70%	45,90
	Cosa vuole il turista, oggi? In che modo sono cambiati i tempi e i criteri di fruizione turistica - 15 ore	288,00	70%	86,40
Inglese	Inglese base - 20 ore	325,00	70%	97,50
	Inglese specialistico: l'accoglienza e la gestione del cliente - 20 ore	325,00	70%	97,50

PROMOZIONE
E
VENDITA ON LINE

SOCIAL E WEB MARKETING

Come gestire con professionalità la propria comunicazione social

Contenuti:

- Presentazione dei 4 social network più diffusi in Italia:
 - Facebook e Twitter: la forza delle parole
 - Instagram e YouTube: la forza delle immagini
 - TripAdvisor: rischi ed opportunità

- Istruzioni d'uso:
 - l'apertura e gestione della pagina aziendale (diverso da quello personale)
 - criteri di visibilità: tag, condivisioni, #ashtag
 - regolamenti e normative da rispettare

- Codici linguistici dei social network:
 - cosa possiamo comunicare tramite i social
 - tempistiche da rispettare
 - errori da evitare

Finalità:

Acquisire il know-how per gestire con professionalità la propria comunicazione social.

Un canale economicamente vantaggioso rispetto ai media tradizionali, ma che richiede fondamentali requisiti (tempi e modalità) per un'efficace relazione con l'utente.

MARKETING MAIL

Come creare una newsletter... anti spam!

Contenuti:

- Che cos'è una newsletter:
 - strumento in-formativo
 - strumento di vendita
 - strumento di fidelizzazione

- Come creare la tua newsletter aziendale:
 - impostazioni grafiche e template
 - la gestione dei contenuti
 - piattaforme di Marketing Mail, gratuite e a pagamento

- La newsletter non serve... senza un buon data-base:
 - come creare un data-base di valore
 - sistemi di profilazione degli utenti
 - analisi dei dati

Finalità:

Imparare ad utilizzare ed inserire nelle proprie strategie marketing uno strumento di comunicazione molto efficace e diffuso, creando nel cliente cultura e valore verso i prodotti/servizi della propria azienda. Incrementare le opportunità di vendita, evitando effetti spam e disiscrizione.

E-COMMERCE

Introduzione al Commercio Elettronico

Contenuti:

- Che cosa si intende per E. Commerce
- Quali tipologie sono possibili
- Come si svolge l'attività di vendita
- Che cosa è un sito E-commerce
- Analisi e definizione dei requisiti organizzativi e gestionali
- Analisi del mercato, fattibilità e Business Plan
- Logistica, progettazione e scelta dell'ambiente: piattaforma, interfaccia, infrastruttura
- Analisi e definizione dei requisiti normativi
- Alimentazione e manutenzione dei prodotti
- Come si misura la convenienza di un sito di E-Commerce
- Case Hystories

Finalità:

Introdurre le aziende all'uso professionale della Rete per il retail fornendo gli strumenti e gli indicatori di rendimento delle attività digital a disposizione dei punti vendita. Acquisire consapevolezza di potenzialità e rischi del commercio elettronico per un esercizio commerciale.

PIÙ CLIENTI E PIÙ VENDITE CON IL WEB

CORSO DI FORMAZIONE SU WEB MARKETING E E-COMMERCE

La recente crisi economica e dei consumi che sta colpendo il nostro Paese è l'apice di un cambiamento strutturale che richiede agli operatori interventi nuovi e **nuove logiche di approccio al mercato, tra cui è fondamentale l'incremento e l'innovazione delle attività di marketing**. Gli operatori che vogliono continuare a restare sul mercato non possono più aspettare i clienti, ma devono andare "loro incontro", in un contesto in cui questi ultimi sempre più spesso usano gli strumenti di comunicazione digitale, e in particolare quelli social e mobile, in una o più fasi del loro processo di acquisto.

Partendo da queste premesse è stato progettato il percorso formativo "**Più clienti e più vendite con il web**" che vuole trasmettere a tutti gli operatori interessati quale vantaggio competitivo per le imprese commerciali può derivare dal lavorare sul web, in particolare sfruttando gli strumenti digitali offerti dai Distretti del Commercio e dai Distretti dell'Attrattività.

Programma

1° Modulo: Web marketing per gli operatori commerciali - Durata: 3 ore

- ✓ Il consumatore omnichannel e i comportamenti di acquisto
- ✓ Gli strumenti di comunicazione online
- ✓ Dalla visibilità alla vendita online: il percorso di crescita di un'azienda commerciale
- ✓ Gli strumenti di comunicazione messi a disposizione dal Distretto XXX

2° Modulo: Comunicare meglio per vendere di più - Durata: 3 ore

- ✓ Le politiche di comunicazione online degli operatori del Distretto
- ✓ Ostacoli e problemi ricorrenti
- ✓ Casi di successo sul territorio bergamasco

PIÙ CLIENTI E PIÙ VENDITE CON IL WEB

CONSULENZA PERSONALIZZATA SU WEB MARKETING E E-COMMERCE

La recente crisi economica e dei consumi che sta colpendo il nostro Paese è l'apice di un cambiamento strutturale che richiede agli operatori interventi nuovi e **nuove logiche di approccio al mercato, tra cui è fondamentale l'incremento e l'innovazione delle attività di marketing**. Gli operatori che vogliono continuare a restare sul mercato non possono più aspettare i clienti, ma devono andare "loro incontro", in un contesto in cui questi ultimi sempre più spesso usano gli strumenti di comunicazione digitale, e in particolare quelli social e mobile, in una o più fasi del loro processo di acquisto.

Consulenza personalizzata - *Durata: 5 ore per operatore aderente*

- ✓ Primo incontro di analisi della presenza online e dei fabbisogni dell'operatore
- ✓ Analisi desk delle possibili soluzioni e strumenti da adottare/potenziare
- ✓ Secondo incontro di restituzione dei risultati dell'analisi e impostazione del percorso di sviluppo online

***GESTIONE
E PROMOZIONE
TRADIZIONALE***

GESTIONE AMMINISTRATIVA DELL'AZIENDA

Contenuti:

➤ Introduzione ai principali concetti di base:

- Conto economico
- Stato Patrimoniale
- Competenza economica
- Ricavi e costi
- Entrate e uscite

➤ Il budget dei costi

- Costi fissi e variabili
- Costi diretti e indiretti

➤ Il budget dei ricavi

➤ Il punto di pareggio

Finalità:

Il corso è rivolto a tutti coloro che desiderano acquisire metodi e strumenti utili alla definizione di una metodologia di gestione economica della propria attività per una gestione consapevole ed efficace

IDEE CREATIVE PER IL TUO LOCALE

Visual merchandising

Contenuti:

- La gestione degli spazi di una vetrina per:
 - esporre
 - comunicare e creare emozioni
 - prevedere e vendere

- Allestimenti ed elementi d'arredo:
 - come utilizzare i propri prodotti per una vetrina originale
 - luci, spazi e colori
 - ambientazioni e contesti per stimolare l'acquisto
 - vetrine statiche e vetrine viventi

- Tempi e contenuti da esporre in vetrina:
 - anteprime: elementi esclusivi e di valore
 - presentazione: raccontare tanto... ma non troppo
 - promozione: quando è importante l'effetto «outlet»

Finalità:

Dal visual al packaging, come imparare un utilizzo più ampio e creativo del proprio locale, dalla vetrina agli spazi comuni, fidelizzando il cliente verso nuove occasioni da trascorrere insieme.

EVENTI E PROMOZIONI

La pubblicità prende vita

Contenuti:

- Quando e perché organizzare un evento:
 - inaugurazioni, open day, anniversari, anteprime, Notti Bianche, fiere, etc.

- Contenuti, tempi e modalità da rispettare per ottenere il massimo risalto:
 - cosa promuovere durante l'evento
 - come coinvolgere il proprio target: prima, durante e dopo l'evento
 - gli strumenti per rendere l'evento indimenticabile: dall'invito al merchandising promozionale
 - «Fai parlare di te»: comunicati stampa e testimonial
 - Guerrilla Marketing: quando la pubblicità diventa «evento»

- L'evento nell'evento:
 - sinergie e co-marketing: le partnership di successo
 - come partecipare con profitto ad eventi del territorio (Notti Bianche, feste, etc.)

Finalità:

Emozionare!

Oggi più che mai l'evento rappresenta uno degli strumenti pubblicitari più efficaci per intercettare i bisogni del cliente e, con un coinvolgimento emozionale, stimolarlo all'acquisto.

Il cliente vuole essere protagonista del suo acquisto: l'evento, proprio in quanto tale, è l'occasione/contesto in cui noi possiamo soddisfare questo suo bisogno.

COSA VUOLE IL TURISTA, OGGI?

In che modo sono cambiati i tempi e criteri di fruizione turistica

Contenuti:

- Chi è il cliente di oggi:
 - rilettura del proprio target di riferimento: chi è e come è cambiato nel tempo
 - come si informa
 - come valuta il valore di quello che vuole acquistare

- I desideri del cliente di oggi:
 - dai bisogni primari alla necessità di esprimere uno status
 - ottimizzazione dei tempi d'acquisto
 - idee e creatività... su misura: dalle proposte quantitative alle proposte qualitative

- Come soddisfare «questo nuovo cliente»?
 - ottimizzazione dei tempi di vendita: dall'analisi dei bisogni alla proposta
 - nuovi contesti di vendita: prodotti e servizi «raccontano» al cliente i vantaggi del loro utilizzo
 - se la crisi economica non dipende da noi, in che modo possiamo fare la differenza?

Finalità:

Riconoscere i punti di forza del proprio stile di vendita e di accoglienza, consolidare le competenze acquisite e valutare i metodi che, oggi, non risultano più efficaci, per integrarli con nuove strategie più in sintonia con le esigenze di un cliente che, sempre più rapidamente, sta cambiando il suo criterio di selezione, costruzione e fruizione di un viaggio/soggiorno.

***CORSI LINGUA
INGLESE***

CORSO DI INGLESE BASE

Programma

Il programma è strutturato partendo dalle nozioni base e “parlando” esclusivamente inglese al fine di rendere i partecipanti minimamente autonomi nella gestione di un cliente straniero.

Il corso sarà così strutturato e verrà rimodulato a seconda del gruppo classe costituito.

Ripasso generale di grammatica approfondimento verbi, preposizioni e pronomi.

- I tempi presente, passato e futuro.
- Vocaboli e forme verbali nell'attività professionale.
- Approfondimento delle capacità espressive sia a livello orale che scritto

MODULO LINGUISTICO-GRAMMATICALE

Il modulo trasmetterà la conoscenza, abilità e competenze di tipo linguistico e grammaticale necessarie al raggiungimento degli obiettivi formativi: rafforzamento e approfondimento delle strutture grammaticali della lingua inglese, il lessico, i verbi, le coniugazioni e la sintassi.

MODULO TEORIA E CONVERSAZIONE

Il modulo trasmetterà conoscenze, abilità e competenze di tipo linguistico necessarie al raggiungimento degli obiettivi formativi in relazione alle situazioni più comuni che si possono verificare nell'ambito di un'attività commerciale e di servizi: accogliere il cliente, utilizzare in modo adeguato le formule di cortesia, descrivere il prodotto/servizio, comunicare il prezzo, riscuotere, comunicare sconti.

- Obiettivi

- *Sapersi presentare e presentare le persone, l'attività professionale ed il proprio prodotto*
- *Comprendere e usare espressioni base e di uso quotidiano*
- *Conversazione di base per spiegare progetti e idee*

- A chi si rivolge

E' rivolto a tutti i colori che, avendo una conoscenza scolastica della lingua inglese, vogliono migliorare la propria abilità comunicativa e di conversazione nella lingua inglese, sia in termini di conoscenza personale che rivolta ad un aggiornamento per la propria attività

INGLESE SPECIALISTICO

L'accoglienza e la gestione del cliente straniero

Programma

Il programma del corso è strutturato sia in termini teorici che pratici con simulazioni di situazioni e confronti con i partecipanti. Il corso si propone di trasmettere le strutture grammaticali / sintattiche utili alle seguenti finalità:

- Accogliere il cliente;
- Capire le esigenze del cliente ed aiutarlo (riservare una camera / un tavolo / proporre un articolo per la vendita);
- Utilizzare in modo adeguato le formule di cortesia;
- Comprendere e usare espressioni base e di uso quotidiano al fine di soddisfare bisogni di tipo concreto del cliente
- Comprendere le difficoltà del cliente;
- Affrontare il cliente difficile;
- Gestire situazioni di disagio;
- Comunicare il prezzo, riscuotere, comunicare sconti;
- Accomiatarsi dal cliente;

Obiettivi

L'obiettivo del corso è rendere i partecipanti autonomi nell'accogliere e gestire il cliente straniero, sia in un punto vendita sia in un'attività di ristorazione o in un bar e quindi utilizzare la lingua inglese per:

- ✓ Accogliere il cliente straniero
- ✓ Proporre i propri prodotti/ servizi e comprendere le esigenze del cliente
- ✓ Rispondere in modo adeguato alle richieste del cliente e concludere la vendita
- ✓ Congedarsi e congedare il cliente

CALENDARIO IPOTIZZATO:

PROMOZIONE E VENDITA ON-LINE

Social marketing: come gestire con professionalità la propria comunicazione social - 12 ore	Dal 20/10 al 10/11
Marketing Mail: come creare una newsletter...antispam - 6 ore	Dal 27/10 al 03/11
E-Commerce. Introduzione al commercio elettronico 12 ore	Dal 19/10 al 09/11
Web Marketing e E-Commerce 6 ore d'aula	Dal 27/10 al 03/11
Web Marketing e E-Commerce Consulenza aziendale individuale - 5 ore	Dal 26/10 al 2/11

GESTIONE E PROMOZIONE TRADIZIONALE

Gestione amministrativa dell'Azienda - 5 ore	Dal 27/10 al 03/11
Idee creative per il tuo locale: visual merchandising - 6 ore	Dal 09/11 al 16/11
Eventi e promozioni: la pubblicità prende vita - 6 ore	Dal 10/11 al 17/11
Cosa vuole il turista, oggi? In che modo sono cambiati i tempi e i criteri di fruizione turistica - 15 ore	Dal 13/10 al 10/11

INGLESE

Inglese base - 20 ore	Dal 12/10 al 23/11
Inglese specialistico: l'accoglienza e la gestione del cliente - 20 ore	Dal 12/10 al 23/11

- **Possibilità orari 15.00-18.00 oppure 20.00-23.00**
- **Le date e gli orari possono subire variazioni, sia diurne che serale e più edizioni**

Per informazioni contattare Cescot Bergamo
035/4207359 - mail cescot@conf.bg.it



Via Ravizza 7/A - 24126 Bergamo - tel. 035.312312 - 035.4207359 - fax 035.19910657
C.F. 01677430165 - e-mail: cescot@conf.bg.it P.E.C. cescot@cert.syne.d.it - www.confesercenti.bergamo.it
Ente certificato EN ISO 9001:2008 n°00784 per progettazione ed erogazione servizi di formazione e di orientamento professionali