



GATE – GREEN ATTRACTIVITY TERRITORY FOR EXPO

CATALOGO DEI CORSI DI FORMAZIONE PER OPERATORI COMMERCIALI E TURISTICI



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 GATE presenta i suoi corsi di formazione

Il Distretto dell'Attrattività Territoriale (DAT) GATE Green Attractivity Territory for Expo è una iniziativa di collaborazione pubblico/privata nata nel novembre del 2014 per promuovere il territorio e l'offerta turistica e commerciale di un territorio molto vasto, composto da 31 comuni che vanno dalla Media e Bassa Val Seriana passando per Seriate e Orio al Serio, fino ai territori di elezione del Val Calepio e del Moscato di Scanzo.

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**. Un'esperienza basata sulla possibilità di sperimentare un turismo slow e green, che associa panorami eccezionali a un'offerta enogastronomica di eccellenza.

Per questo i Partner del DAT stanno realizzando numerose iniziative di promozione e comunicazione, che vanno dalla promozione dei vini e delle coltivazioni presenti sul territorio alla creazione e promozione di itinerari alla scoperta del territorio.

Seguono poi **iniziative del DAT mirate espressamente alla rete dei suoi operatori commerciali e turistici**, tra cui un Bando con agevolazioni finanziarie per chi aderisce al **portale Shopping di GATE (www.distrettogate.com)**, in cui gli operatori possono pubblicare offerte e promozioni per acquisire nuovi clienti, dotato 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 GATE

		Per il singolo operatore (IVA esclusa)		
CORSO		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
Sviluppo Green	Green Marketing - 8 ore	182,50	70%	54,75
	Turismo Ecocompatibile - 12 ore	242,00	70%	72,60

PROMOZIONE
E
VENDITA ON LINE

SOCIAL E WEB MARKETING 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

SVILUPPO GREEN

GREEN MARKETING

Contenuti

- Il Green quale nuovo modello ed opportunità di business per il Marketing nei settori del commercio
- La Green Economy: nuovi scenari ed opportunità di sviluppo economico
- Il Green Marketing nuovo modello di comunicazione racconto e posizionamento competitivo delle imprese
- Come vivere il Green integrando le dimensioni personali, sociali ed aziendali
- Come traghettare la transizione della propria azienda verso un modello sostenibile
- IL Green Branding nuovo opportunità per il posizionamento di prodotto e servizio per competere
- Il Green Marketing e la responsabilità sociale d'impresa all'interno di nuovi modelli di consumo e acquisto
- Come usare i social media per creare una comunità intorno ad iniziative Green
- Progettare un piano di marketing green

Finalità

Il modulo formativo illustra le teorie, le tecniche e i nuovi strumenti di marketing e comunicazione anche digitali, partendo dalla premesse socioeconomiche della Green Economy.

Il Green Marketing come nuovo approccio e modello di business communication vicino ai nuovi stili di vita e di consumo della società contemporanea.

Il Green Marketing quale leva competitiva per nuovi mercati e clienti.

TURISMO ECOCOMPATIBILE

Contenuti

- Il turismo ecocompatibile quale modello di innovazione per lo sviluppo e la crescita sostenibile del commercio
- La valorizzazione dei valori identitari del territorio quali ambienti, paesaggi, produzioni tipiche, filiere e tradizioni locali, per la una nuova offerta commerciale a misura di territorio e legata alle tematiche di Expo 2015
- Sensibilizzazione Consapevolezza e Partecipazione della Popolazione locale quale nuovo modello di business e vendita
- Nuovi servizi per il turismo a KmZero, in relazione ai nuovi modelli di consumo e acquisto
- Brand identity del territorio quale fattore di attrattività turistica e commerciale
- Il Food design: teorie, tecniche e progetti di valorizzazione e comunicazione attraverso la cultura del design, delle filiere enogastronomiche.
- Progetto di allestimento di uno spazio food innovativo e comunicazione dei prodotti di somministrazione in ambito turistico dalla tavola allo spazio vendita.
- Nuovi modelli di ospitalità per l'albergo green 2.0
- Come ridurre gli sprechi e i consumi di strutture turistiche
- Responsabilità d'Impresa Teorie e modelli di comunicazione e gestione responsabile del business
-

Finalità

La finalità del modulo formativo è quella di approcciare il settore turistico commerciale (alberghi, B&B, ristoranti, agriturismi, produzioni enogastronomiche, negozi) con nuovi strumenti quali la cultura a KmZero, il brand identity del territorio, i principi del turismo sostenibile, e dell'economia circolare.

CALENDARIO IPOTIZZATO:

PROMOZIONE E VENDITA ON-LINE

Social marketing: come gestire con professionalità la propria comunicazione social - 12 ore	Dal 21/10 al 11/11
Marketing Mail: come creare una newsletter...antispam - 6 ore	Dal 27/10 al 03/11
E-Commerce. Introduzione al commercio elettronico 12 ore	Dal 20/10 al 10/11
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 13/10 al 24/11
Inglese specialistico: l'accoglienza e la gestione del cliente - 20 ore	Dal 13/10 al 24/11

SVILUPPO GREEN

Green Marketing - 8 ore	Dal 09/11 al 16/11
Turismo Ecocompatibile - 12 ore	Dal 13/10 al 03/11

- **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.syntex.it - www.confesercenti.bergamo.it
Ente certificato EN ISO 9001:2008 n°00784 per progettazione ed erogazione servizi di formazione e di orientamento professionale