

Formazione Aziendale in Inglese

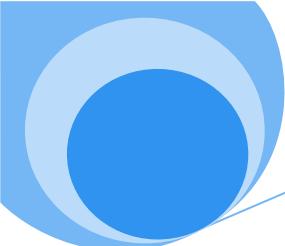
by Studio Trevisani Communication Research

Corsi In House

I corsi di Formazione Aziendale in Inglese sono realizzati **direttamente presso la sede dell'azienda cliente**, e sono tenuti direttamente dal dott. Daniele Trevisani, Master of Arts in Communication alla University of Florida (USA) e da colleghi madrelingua, in affiancamento o in formato di docente singolo.

I corsi di formazione aziendale in inglese sono **sempre su misura** e preceduti da una attenta analisi dei fabbisogni del cliente e dei partecipanti. Di seguito, alcuni dei nostri programmi di formazione aziendale in inglese, esposti sia in lingua italiana, che - per programmi speciali - in lingua inglese.





Corsi di formazione aziendale in inglese Area Coaching

- Business Coaching
- Developing people's potential
- Personal Assessment
- Listening Skills. From Listening to Active Listening
- Managing Tasks



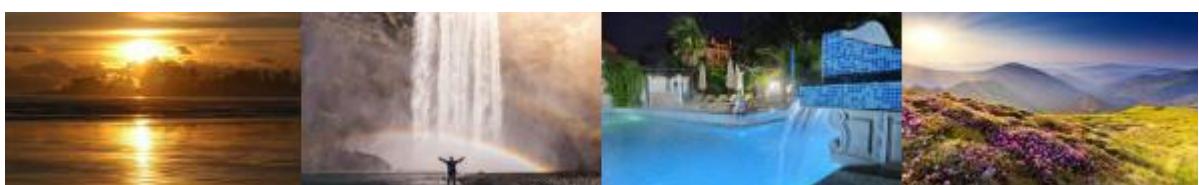
Corsi di formazione aziendale in inglese Area Marketing

- How to develop a Marketing Plan
- Strategic Communication: 12 steps for developing persuasive marketing communication campaigns
- Customer Satisfaction in Services. The "Servqual" Model
- Business English for Information Technology
- Key Accounting: managing the relationship with key customers and stakeholders
- Web Marketing, Digital Marketing, SEO, Social Media Marketing



Corsi di formazione aziendale in Inglese area Vendita, Sales, Sales Management

- Strategic Selling. Delivering the right value propositions
- Negotiation Skills
- Intercultural negotiation skills
- Sales Management: managing a sales force
- Delivering and excellent Customer Service



Corsi di formazione aziendale in Inglese area Leadership & People Management

- The delegation process. How to make and communicate effectively in delegation of roles, responsibilities and tasks
- Management by Objectives
- Giving Feedback

- Listening skills and emphatic skills
- From Management to Leading. Stepping forward from micro-management to macro-management



Corsi di formazione aziendale in Inglese area Comunicazione

- Public Speaking & Presentation Skills
- Conversation Skills
- Delivering powerful presentations with PowerPoint
- Psychology of Communication and Effective Communication
- Persuasion Models and Persuasive Communication
- Communication Models: Overview and Insights



Cosa rende possibile il successo dei Corsi di Formazione Aziendale in Inglese nella formula di Studio Trevisani Communication Research

Centratura sull'azione (*Action Learning*): l'apprendimento avviene grazie all'azione del partecipante e alla formazione attiva ed esperienziale. Il partecipante agisce, dall'inizio alla fine, in un contesto che lo invita a partecipare attivamente. Per la realizzazione dei corsi di formazione aziendale in inglese ci si avvale di:

- Alta competenza nella Comunicazione Interculturale e non solo linguistica
- Role-playing condotti in Inglese su conversazioni reali
- Utilizzo di brani di film
- Videoanalisi di presentazioni e role playing dei partecipanti

Tempistica. Sono disponibili diversi formati

- Corso di formazione aziendale in Inglese a giornata singola di 8 h

- Corso di formazione aziendale in Inglese di 2 giornate (Business Course)
- Corso di formazione aziendale in Inglese in full-immersion in formula Weekend
- Corso di formazione aziendale in Inglese 1 week Crash Course. 1 settimana intensiva a tempo pieno.

Speciale Formazione in Inglese: Imparare l'inglese dai Film con un supporto di tecniche attoriali



- Analisi di video e riproduzione da parte dei partecipanti
 - Area Business Presentation
 - Area Public Speaking
 - Area Conversazioni Interpersonal
 - Area Dialoghi d'affari
 - Comunicazione verbale
 - Comunicazione non verbale
- Analisi di scene
- Riproduzione di scene con metodo attoriale
- Assimilazione dei toni, pause, ritmi, accenti, dai migliori personaggi delle scene analizzate

Progetto per un corso/percorso aziendale di formazione intensiva in lingua inglese, livello approfondito, by Studio Trevisani

"Business English: Tecniche di comunicazione e negoziazione internazionale"



1. PREMESSA



La maggioranza delle imprese di piccole, medie e grandi dimensioni nei paesi industrializzati fronteggia una nuova sfida nella modalità di rapporto con i mercati: la sfida della comunicazione e dell'interazione globale. Le nuove tecnologie della comunicazione stanno trasformando radicalmente il modo di operare dell'impresa, dando luogo alla necessità di implementare processi di downstreaming di nuove competenze all'interno del management aziendale della PMI.

L'azienda – così come altre imprese - è pertanto investita in pieno dal fenomeno della globalizzazione, che coinvolge tutti i settori aziendali, dalla funzione di acquisto (lowest price worldwide) alla funzione di marketing e vendita, dalla progettazione del prodotto alla gestione della qualità. In questo scenario, assume un ruolo primario la necessità di sviluppare le competenze nella comunicazione e relazione con gli interlocutori internazionali.

L'introduzione e la rapida diffusione delle nuove tecnologie dell'informazione, le prospettive di sviluppo ed il connesso accentuarsi della pressione concorrenziale sui mercati hanno modificato il contesto in cui operano le imprese sia europee sia italiane.

Queste modificazioni strutturali si ripercuotono quindi sulla richiesta di formazione da parte dell'azienda che desidera acquisire validi strumenti per collocarsi sullo stesso piano dei concorrenti e/o partner internazionali. In questa precisa ottica nasce l'esigenza formativa del fare formazione aziendale in lingua inglese.

2. Descrizione del corso : durata e moduli



Il Corso dal titolo “Tecniche di Comunicazione e negoziazione internazionale” si articolerà in 110 ore suddivise in incontri settimanali da effettuarsi presso la stessa azienda, in orario lavorativo.

I partecipanti sono tecnici e quadri appartenenti ai settori commerciale export, Italia, acquisti, amministrazione, tecnico, qualità, dotati di diploma tecnico e/o laurea con formazione tecnica iniziale e esperienza maturata in azienda, e in generale chiunque utilizzi o possa avere l'esigenza di comunicare in Inglese.

Al termine del percorso formativo i soggetti avranno acquisito le seguenti abilità/competenze:

- Miglioramento della lingua inglese con particolare riferimento al Business English
- Sviluppo delle tecniche di negoziazione con clienti esteri
- Sviluppo delle competenze di sales & marketing
- capacità di analisi dei fattori critici per il successo nelle trattative internazionali;
- conoscenza delle tecniche di comunicazione nel mercato globale
- padronanza linguistica nell'ambito della gestione di trattative di comunicazione internazionale/interculturale
- capacità di analisi di casi critici relativi successo di mercato in ambito nazionale e internazionale

Questi i moduli previsti :

Modulo	Ore
Fondamenti di Business Communication	30
Tecniche di negoziazione internazionale (avanzato)	30
Project-Work in Marketing & Business English	50

2.1. Moduli del corso : programma analitico



Modulo Fondamenti di Business Communication

- Obiettivo: Al termine del modulo i soggetti saranno in grado di:
 - Sviluppare un vocabolario adeguato alle nozioni di business communication
 - Comprendere le principali terminologie della business communication scritta e parlata

Contenuti:

- Keywords della Business Communication
- Terminologie dell'International Business
- International sales
- Terminologie e fondamenti dell'internet e Information Technology

Modulo Tecniche di negoziazione internazionale

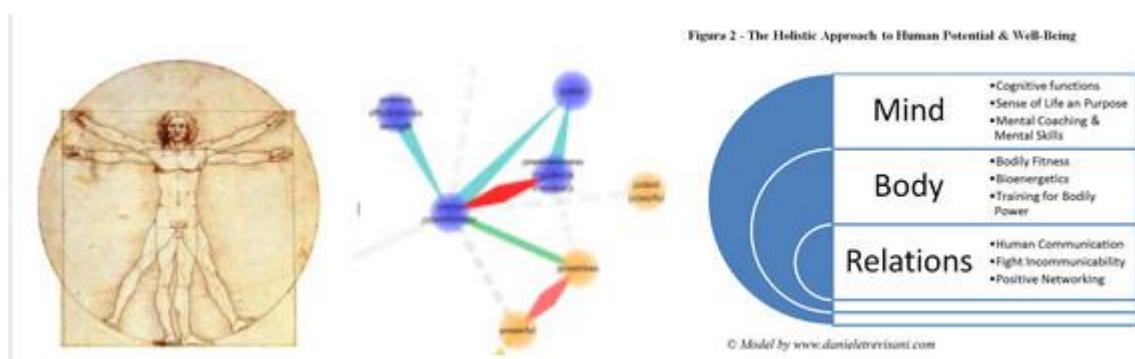
Obiettivo:

Al termine del modulo i soggetti saranno in grado di:

- gestire correttamente la comunicazione con interlocutori internazionali
- valutare e valorizzare le proprie conoscenze linguistiche utilizzabili nella pratica professionale della negoziazione (acquisti, vendite, partnership)

Contenuti:

- specificità comunicazionali degli acquisti e vendite internazionali
- miglioramento dell'efficacia della comunicazione attraverso l'acquisizione di specifiche competenze comunicative
- adattamento degli stili comunicativi alla lingua Inglese ed al ruolo
- esercitazioni sui metodi di comunicazione in pubblico
- psicologia del valore
- marketing relazionale
- esercitazioni tramite telecamera e griglie analitiche



Project-Work in English for Marketing & Sales, Business English



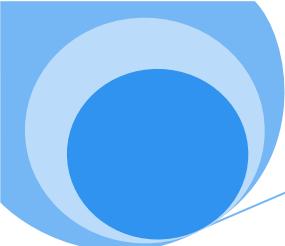
Obiettivo:

Al termine del modulo i soggetti saranno in grado di:

- comprendere le problematiche del marketing e del business
- realizzare analisi e reperimento di informazioni sul contesto internazionale
-

Contenuti:

- il project-work verrà realizzato tramite progetti individuali e di gruppo svolti durante l'orario lavorativo, con la realizzazione di analisi di siti concorrenti e sviluppo di progetti di monitoraggio della concorrenza via internet



- verranno inoltre realizzate sperimentazioni di internet sales da cui i partecipanti trarranno indicazioni formative sulle migliori pratiche di approccio e utilizzo di internet
- I partecipanti al project work verranno seguiti tramite tutoraggio specifico sui progetti individuali e di gruppo

Verifiche previste: valutazione tramite questionari

Metodologie di formazione aziendale previste: lezione frontale con materiale strutturato, analisi di casi, project work, role-playing, esercitazioni di laboratorio, utilizzo di videocamera e monitor.



Corso Avanzato di Formazione Aziendale in Inglese Full Immersion

Training Program in Public Speaking, Presentation Skills and Effective Communication - Advanced

By Dr. Daniele Trevisani, Studio Trevisani

Seminar I - Who we are - Presenting our Identity

The Seminar works around the issue of “Impressions Management”: the “Corporate Image” that arises from our presentations, the “Personal Image” that we create, and how these perceptions are able to create or destroy perceived value, generate or destroy the desired effects.

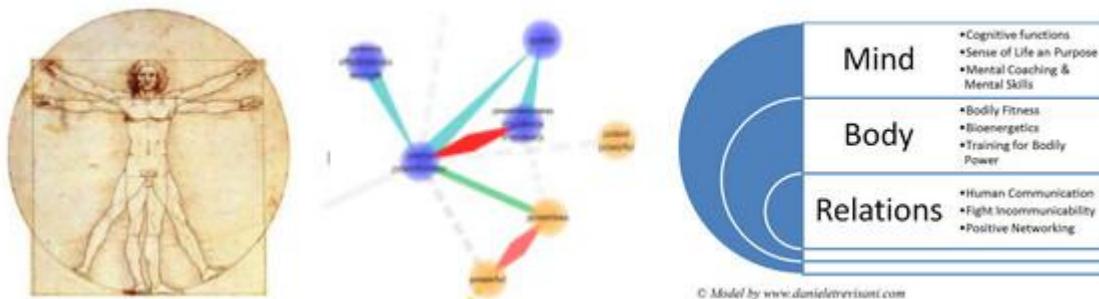
- Personal Impression Management
- Team Impression Management
- Leadership in Presentation Public Speaking
- Perception and Impression Management
- Communication Styles
- Applied training on specific Corporate Impression Management Key-points



Corporate Impression Management

- Who are we?
- What do we do?
- What are our key-characteristics?
- What are the benefits of working with our company?
- What kind of uniqueness are we able to deliver?
- What kind of challenges are we working on?
- Where is our technical value?
- What is our relationship network and why does it make a difference?
- Are we a benchmark in some areas? In which ones? Why?
- What are some of our vision-milestones?
- What are some of our main projects and goals?

Figure 2 - The Holistic Approach to Human Potential & Well-Being



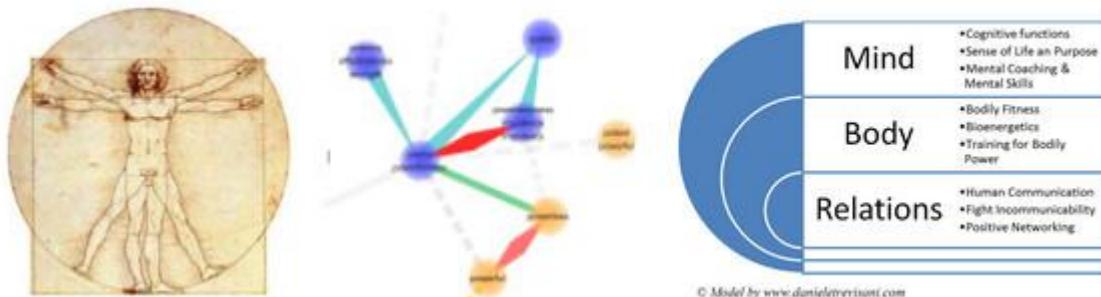
Seminar 2 -Bioenergetic for Communication. Delivering presentations with Energy

The Seminar works around the issue of “Energy”: the ability to deliver powerful presentations, the biological factors that underlie a powerful presentation, the management of voice, emotional expressions, and body language.

Archetypes determine Presentation Effectiveness: understanding, choosing and managing the Archetype that we enact during a presentation

- The role of body energies in effective presentations
- The role of voice and expression skills
- Word choices and power: choosing powerful words, recognizing weak words and weak expressions
- Grounding of the Communicator
- Body management The role of pauses and silence
- Emotions expressed by the voice
- Emotions expressed by postures
- The facial expression of emotions
- Eye Contact
- Emotions expressed by body-language
- Voice training
- Working on difficult situations: anxiety, stress, objections, unexpected questions, hostile audiences

Figure 2 - The Holistic Approach to Human Potential & Well-Being

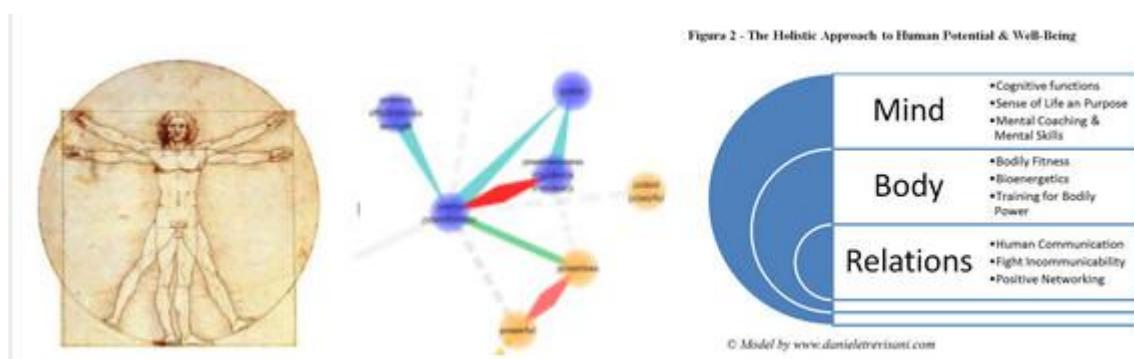


Seminar 3 – Clear and effective communication: from clarity and precision of linguistic expressions to Effective Timeline Management

The seminar works around the concept of “clarity” in linguistic expressions and perceived contents, and language precision.

The aim is to increase the ability to deliver messages that leave no doubt about express concepts and goals .

- The use of voice and breathing style
- Short sentences
- Clear concepts
- Visual imagery and metaphors
- Clear voice
- Clear words
- Clear views
- Clear goals
- Language precision
- Clear and clean graphics and presentation media
- Creating a powerful Presentation Timeline using Perceptual Marketing



Seminar 4 – Strategic Management and Coordination of Total Quality Communication

The seminar's goal is to focus on the Strategic Management of the presentation or public speaking event, taking decisions about language to be used, media support, location, keynotes, to-say-list and not-to-say list, desired impression management, and actionable goals to be achieved

- Applying the concept of Total Quality Communication to our presentations and public speaking
- Target Audience Analysis
- Determine Info-Gaps about our Audience
- Psychographic profile
- Socio-demographic profile
- 4DM: 4-distance modeling
- Strategic choices of location and room and space organization
- Managing roles in Presentation Teams
- Creating an effective Presentation Timeline
- Delivering Key-points
- Review of situational to-say-list and not-to-say list
- "Closing" on goals and action



Daniele (Daniel) Trevisani, Founder,
Studio Trevisani Communication
Research

Daniele Trevisani, Fulbright Scholar, has 25+ years of direct experience as international trainer, coach, researcher, consultant and writer. His fields of expertise include strategic

communication, strategic research, intelligence, active training techniques, experiential learning, psychology in marketing and sales, psychology of management and leadership, effective communication.

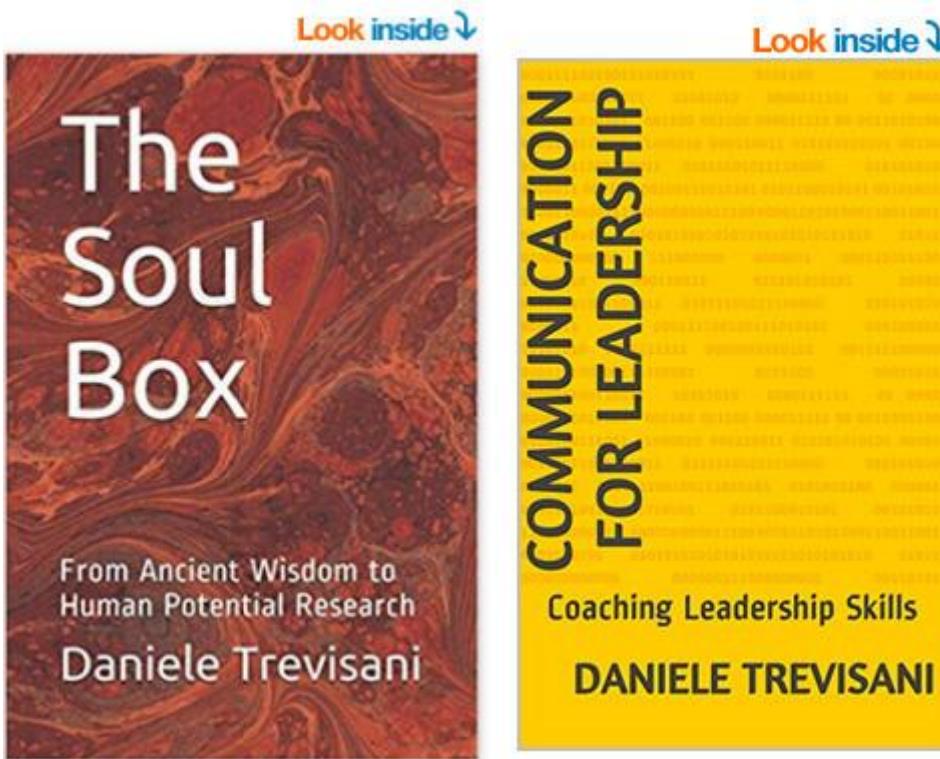
His studies include:

- Laurea Degree (BA+Master) in DAMS - Performing Arts and Communication Science (University of Bologna, Italy), graduation "Cum Laude"
- Master of Arts in Mass Communication, specialization in Research Methods (University of Florida, USA), "Graduation with Distinction"
- Training in Communication, Drama and Theatre (University of Hull, UK)
- Master in International Marketing (IFOA Institute, Italy), 1 year in residential full-immersion
- La Sorbonne University (Paris), summer course (European Union Study Grant)
- University of Utrecht, personal research project on Intercultural Communication, with European Fulbright Training Program in Intercultural Communication and International Communication (American University of Washington DC, USA)
- Specialization in Psychology and Psychometrics (University of Padua, Italy).

Dr. Trevisani is also writer of 16 best selling books, published by the Leading Italian Publisher Franco Angeli, including the marketing best seller "Psychology of Marketing & Communication", Human Potential", and "Strategic Selling".

As a Senior Trainer and Consultant, Daniele Trevisani has over 25 years of training and consulting experience, ranging from personal consulting for CEOs, top managers and athletes, to SME training projects and multinational Human Resources training. Clients that attended courses and seminars include: United Nations, NATO, Siemens, Learning Resources Associates, Turbocoating, Eurosystem, Menarini Pharma, Coop Italia, Italian Army, Shell, Telecom Italia, Digital, IBM, FS, Alitalia, Media-Beat, Società Autostrade, Deutsche Bank, Banca di Roma, Merloni, Nobel Biocare, Hewlett Packard, Coop, Dade Behring, Tetrapak, Gruppo Italiano Vini, Reed Business, Telemat, Grandi Molini Italiani, DNV Det Norske Veritas, Vimercati Spa, A.M.A., BCS, Bell, CBM, CNH Italia, Comer Industries, Dana Italia, Demac, Falc, GnK Walterscheid, Goldoni, Honda Italia, Italtractor ITM, Kuhn Italia, Landini, Laverda, Same Deutz Fahr Group, Trelleborg Wheel System, Marazzi Ceramics, CARIGE Bank, Chiesi Farmaceutics, Enel, Centrum Pensplan, Johnsons Wax, Fedon, Borealis Group, Solvay-Benvic, Solvin, Vinyloop , Royal Consulate General of Denmark - Trade Council Of Denmark, Ceres, Normann Copenhagen, GLS Logistics, Norfolkline, Gasa, Uffeefrank, Eise, Publicitas, DMA, Scavangege, Tulip Food, Eise Gug, Ambu, SagaFood, Holger Christiansen, Blue Water Shipping, Danish Crown, Atahotels, ETF, Rulli Rulmeca, Polar Seafood, Pharma Nord, Syddansk Universitet, Bang & Olufsen, Volksbank. Research and consulting projects on competitiveness were conducted in several leading companies such as Adecco, Ducati Motor, Giglio, Barilla, System Ceramics, Sacmi, Maserati, Enichem, Ferrari Cars.

Selected publications of Dr. Daniele Trevisani in English



- [Full Profile of Dr. Daniele Trevisani's Books on Amazon](#)

Supporti specifici per la formazione aziendale in Inglese

Esempio: Checklist di presentazione (molti altri esempi e formati su misura sono forniti al cliente durante le fasi didattiche dei corsi di formazione aziendale in lingua inglese)

		Always		Never		
1	I identify some basic objectives before planning a presentation.	5	4	3	2	1
2	I analyze the values, needs and limitations of my audience.	5	4	3	2	1
3	I write down some main ideas first, in order to build a presentation around them.	5	4	3	2	1
4	I incorporate both a preview and a review of the main ideas.	5	4	3	2	1
5	I develop an introduction that will catch the attention of the audience and still provide the necessary background information.	5	4	3	2	1
6	My conclusion refers back to the introduction and, if appropriate, contains a call-to-action statement.	5	4	3	2	1
7	The visual aids I use are carefully prepared, simple, easy to read, and make an impact.	5	4	3	2	1
8	The number of visual aids will enhance, not detract from, my presentation.	5	4	3	2	1
9	If my presentation is persuasive, I support it with logical arguments.	5	4	3	2	1
10	I use anxiety to fuel the enthusiasm of my presentation, not hold me back.	5	4	3	2	1
11	I ensure the benefits suggested to my audience are clear and compelling.	5	4	3	2	1
12	I communicate ideas enthusiastically.	5	4	3	2	1
13	I rehearse so there is a minimum use of notes and maximum attention paid to my audience.	5	4	3	2	1
14	My notes only contain "key words" so I avoid reading from a manuscript.	5	4	3	2	1
15	My presentations are rehearsed standing up and using visual aids.	5	4	3	2	1
16	I prepare answers to anticipated questions, and practice replying to them.	5	4	3	2	1
17	I arrange seating (if appropriate) and check audio-visual equipment in advance of the presentation.	5	4	3	2	1
18	I maintain good eye contact with the audience at all times.	5	4	3	2	1
19	My gestures are natural and not restricted by anxiety.	5	4	3	2	1
20	My voice is strong and clear, and not monotonous.	5	4	3	2	1
	Total score:					

Source: *Effective Presentation Skills*, S. Mandel, Kogan Page