

Olympos Group

Quale è la montagna più alta?
Non è l'Everest... (8848 metri)

Su Marte esiste una montagna alta quasi 3 volte l'Everest: è il monte Olympos.

Presentazione

V 01 2008 – Vietata ogni riproduzione anche in forma parziale



*Il valore di un'idea
sta nel metterla in pratica*



Il nostro fattore distintivo: fatti, non parole

Il nostro approccio alle imprese è racchiuso nel motto preso in prestito da Thomas Alva Edison:

“Il valore di un’idea sta nel metterla in pratica”.

E’ l’implementazione pratica la chiave che permette ad un’idea di dare dei risultati e quindi di essere ritenuta “di valore”. Di conseguenza:

le **5 AZIONI GUIDA OLYMPOS** sono:

1. **Misurare, Misurare, Misurare**: il nostro intervento produce un cambiamento che deve essere misurato al fine di quantificare il ritorno sull’investimento per il Cliente.
2. **Condividere rischi e opportunità**: ci piace costruire piani di investimento per i nostri Clienti collegati al raggiungimento degli indicatori numerici di risultato (Partner nei fatti).
3. **Aumentare la dimensione dei progetti**: mettetece alla prova e misurate il ritorno sull’investimento effettuato anche solo su un piccolo progetto, in base ai risultati deciderete poi se proseguire o meno a lavorare insieme a noi.
4. **Soddisfare totalmente il Cliente**: se il Cliente non è soddisfatto del servizio ricevuto non paga nulla e/o vengono realizzate giornate integrative gratuite.
5. **Guadagnare in base alla qualità**: il sistema di remunerazione del personale Olympos è collegato alla capacità di raggiungere gli obiettivi del Cliente.



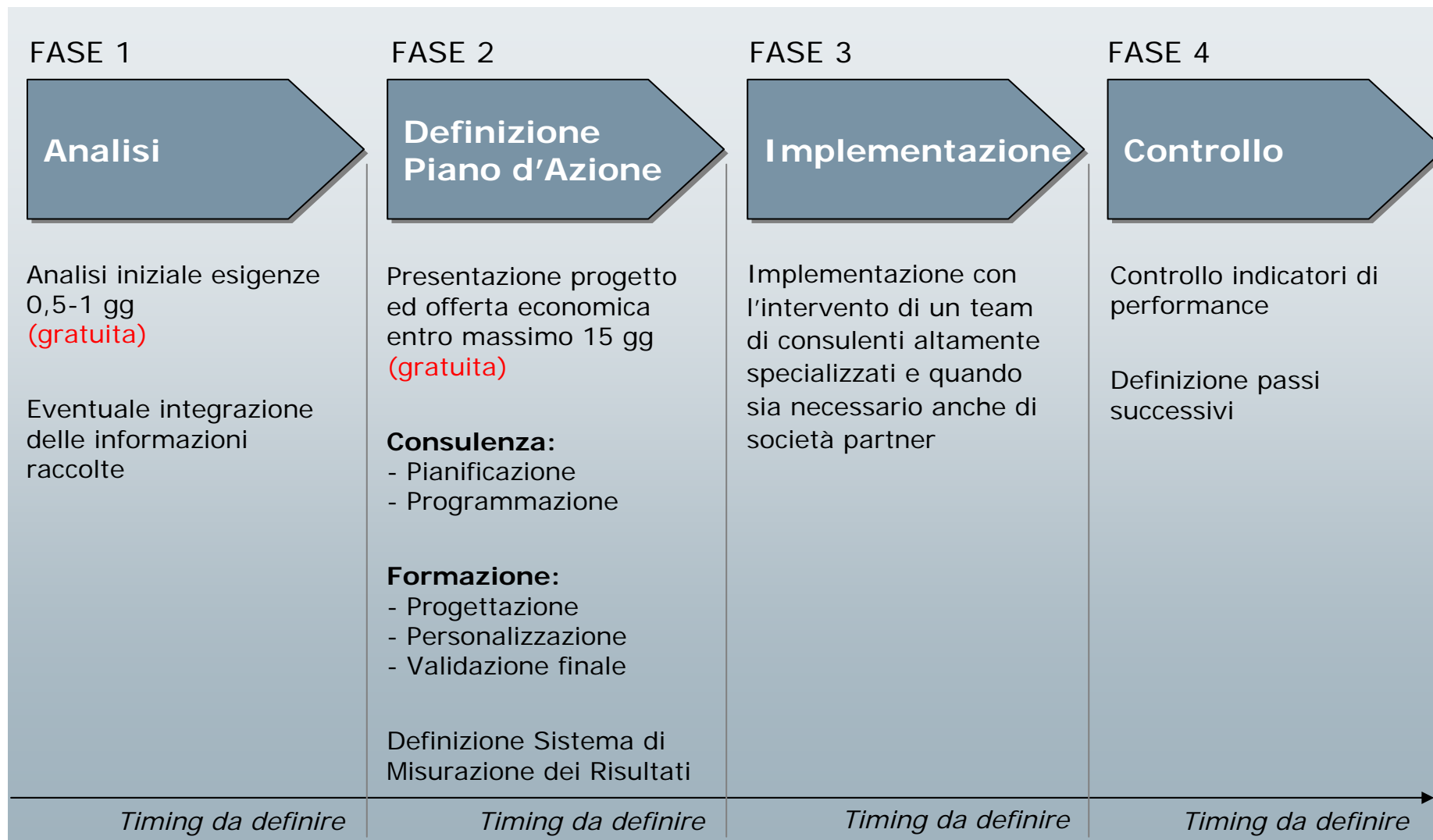
La nostra missione: trasformare obiettivi in risultati



“La nostra missione, è di aiutare i nostri **partner-Clienti** a raggiungere gli **obiettivi di reddito e di sviluppo** aziendale attraverso la crescita del **capitale umano.**”

Olympos Group srl

Metodo di lavoro: i benefici per il Partner-Cliente





Le esigenze dei Clienti: alcuni esempi

I nostri servizi sono rivolti alle **imprese che hanno una o più esigenze** di:

Aumentare le vendite

Diffondere uno spirito commerciale efficace ed attivo in azienda, nella rete di vendita e nella distribuzione;

Motivare il personale

Sviluppare il senso di appartenenza aziendale per far crescere la fidelizzazione e l'impegno al raggiungimento dei risultati;

Migliorare il teamwork e l'organizzazione

Creare maggiori sinergie interne per focalizzarsi meglio nell'approccio ai mercati;

Contenere i costi

Concentrarsi sulle priorità d'azione per ridurre le sacche di inefficienza e contenere i costi;

Affrontare il cambiamento

Superare riorganizzazioni e transizioni in mercati sempre più competitivi e veloci;

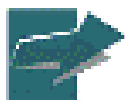
Difendere i prezzi

Differenziare la propria offerta da quella della concorrenza per difendere i margini;

Crescere managerialmente

Passare da un ruolo operativo/esecutivo ad un ruolo manageriale per il consolidamento e lo sviluppo aziendale.


Alcuni nostri Clienti:



Bergamo Formazione



EPSON

INTESA  SANPAOLO

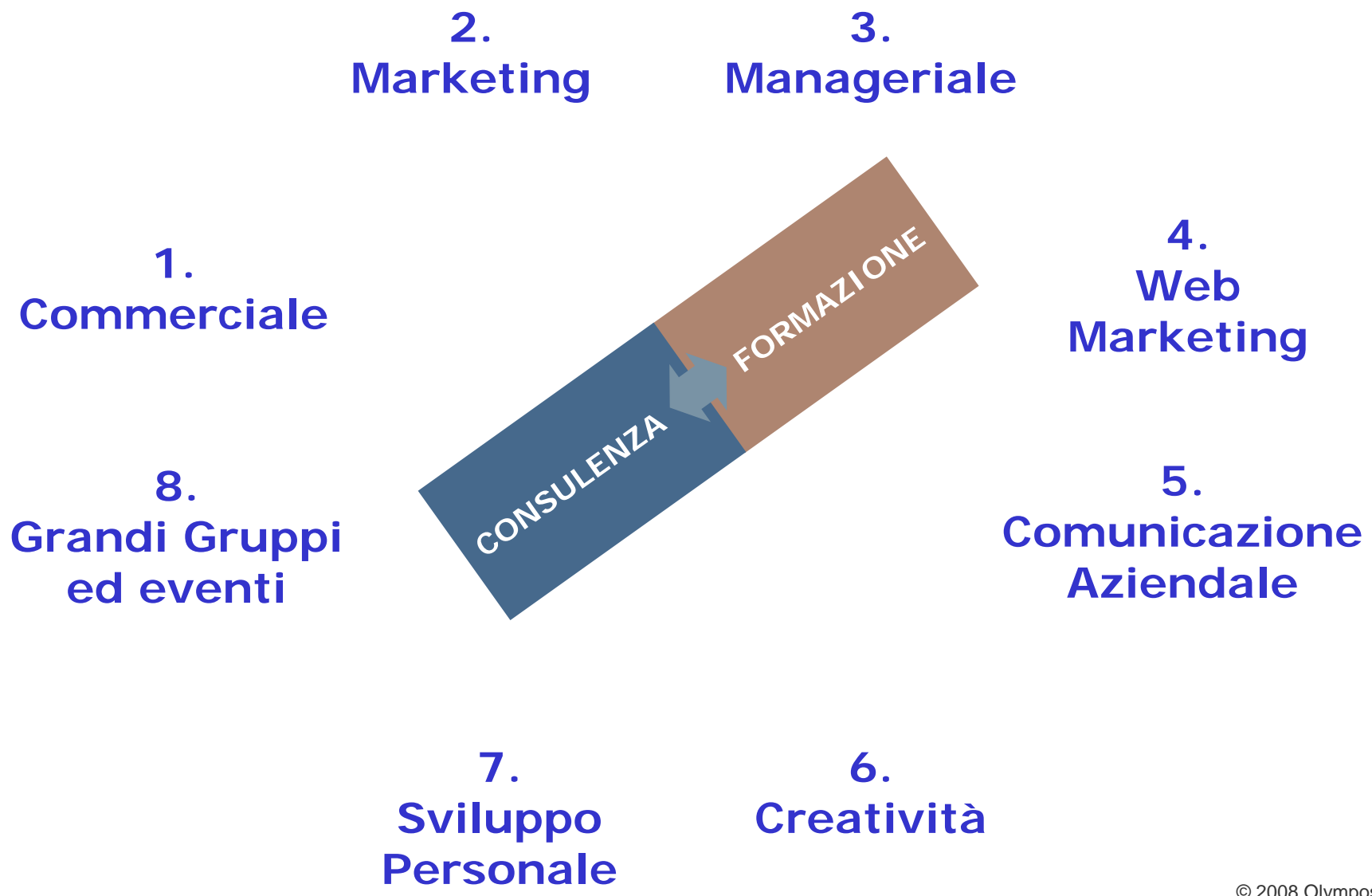
medhit
publishing



Università degli studi
di Bergamo



Aree di intervento





La Formazione



Il catalogo formazione

AREA COMMERCIALE

- 1.1 La comunicazione Interpersonale
- 1.2 La relazione con il Cliente
- 1.3 La gestione dei reclami
- 1.4 Il centralino e la reception
- 1.5 L'operatore di call center
- 1.6 L'operatore di telemarketing efficace
- 1.7 La pianificazione e l'organizzazione dell'attività di vendita
- 1.8 Tecniche di Vendita
- 1.9 Tecniche di vendita avanzate
- 1.10 La PNL nella negoziazione
- 1.11 L'analisi transazionale nella negoziazione
- 1.12 La negoziazione con la GDO
- 1.13 Il Direttore Commerciale
- 1.14 Il Direttore e il Responsabile Vendite
- 1.15 Area Manager
- 1.16 Gestire e motivare un gruppo di venditori
- 1.17 Tecniche di affiancamento
- 1.18 La gestione delle riunioni commerciali
- 1.19 Gestire la rete di distributori
- 1.20 Come sviluppare e gestire un network in franchising

AREA MARKETING

- 2.1 L'Impresa guidata dal Cliente
- 2.2 Marketing Management
- 2.3 Il Marketing Internazionale
- 2.4 Il Marketing industriale
- 2.5 Il Marketing dei Servizi
- 2.6 Il piano di Marketing
- 2.7 Product Manager
- 2.8 Lavorare con i budget
- 2.9 I modelli di previsione
- 2.10 Le ricerche di mercato
- 2.11 Misurare la Customer Satisfaction
- 2.12 Sviluppare un sistema di Benchmarking
- 2.13 Customer Relationship Management
- 2.14 Il marketing diretto
- 2.15 Total Quality Management: come aumentare la qualità in azienda
- 2.16 Analisi di posizionamento strategico
- 2.17 Pianificazione strategica e Business Plan
- 2.18 Massimizzare il valore aggiunto al Cliente: la pianificazione di Marketing
- 2.19 Il Controllo di Gestione



Il catalogo formazione

AREA MANAGERIALE

- 3.1 La Gestione e la motivazione dei collaboratori
- 3.2 La valutazione delle prestazioni e del potenziale dei collaboratori
- 3.3 TeamWork
- 3.4 Delegare Efficacemente
- 3.5 L'empowerment dei collaboratori
- 3.6 La selezione del personale
- 3.7 Gestire il colloquio di selezione
- 3.8 Coaching
- 3.9 Counseling e miglioramento nei gruppi aziendali
- 3.10 Parlare in pubblico
- 3.11 Formazione Formatori
- 3.12 La Negoziazione Manageriale
- 3.13 La gestione dei conflitti
- 3.14 Problem Solving e Decision Making
- 3.15 E-Learning
- 3.16 Fondamenti di General Management
- 3.17 Manager di nuova nomina
- 3.18 Il responsabile produzione
- 3.19 Lo sviluppo della Leadership
- 3.20 Leadership e PNL
- 3.21 Il Linguaggio di Persuasione
- 3.22 La Gestione delle riunioni
- 3.23 La Gestione del Tempo
- 3.24 Project Management
- 3.25 Knowledge Management

AREA WEB MARKETING

- 4.1 Internet Marketing
- 4.2 Il Marketing dei media digitali
- 4.3 Community Marketing
- 4.4 Il responsabile comunicazione internet
- 4.5 La comunicazione on line
- 4.6 Creare visibilità per il vostro sito web
- 4.7 L'e-mail marketing
- 4.8 E-Commerce Business to Business
- 4.9 E-Commerce Business to Consumer
- 4.10 Casi di E-Commerce di successo
- 4.11 E-Customer Service
- 4.12 Internet come supporto del venditore



Il catalogo formazione

AREA COMUNICAZIONE AZIENDALE

- 5.1 Il piano di comunicazione
- 5.2 Il responsabile eventi
- 5.3 Il responsabile della comunicazione interna
- 5.4 Il Visual Merchandising: ottimizzare la vendita visiva
- 5.5 Comunicare in momenti di crisi
- 5.6 Scrivere pagine web
- 5.7 Scrivere Efficacemente
- 5.8 Gli strumenti visivi di comunicazione nelle presentazioni aziendali

AREA CREATIVITA'

- 6.1 Fondamenti di creatività
- 6.2 Tecniche di Creatività
- 6.3 Umore e creatività
- 6.4 Metafore e Creatività
- 6.5 Il bambino magico
- 6.6 Scrittura creativa
- 6.7 Leadership efficace: dal pensiero negativo al pensiero creativo



Il catalogo formazione

AREA SVILUPPO PERSONALE

- 7.1 Sviluppare l'autostima
- 7.2 Sviluppare l'assertività
- 7.3 L'intelligenza emotiva
- 7.4 La gestione dello stress
- 7.5 Ben-Essere in azienda
- 7.6 L'energia degli elementi
- 7.7 Ricerca dei talenti
- 7.8 Uomini e donne al lavoro (x3)
- 7.9 Firewalk: camminata sul fuoco
- 7.10 Dalla competizione alla collaborazione
- 7.11 Etica e responsabilità
- 7.12 Successo senza colpa

AREA GRANDI GRUPPI ED EVENTI

- 8.1 Outdoor Training: Soft, Medium & Adventure
- 8.2 Teamwork in Barca a Vela
- 8.3 Team's Game©
- 8.4 Il Grande Quiz©
- 8.5 La Caccia al Tesoro©
- 8.6 La Guerra delle Obiezioni©
- 8.7 Il Teatro aziendale©
- 8.8 Il Grande Training della Vendita©
- 8.9 Vinceremo l'Oscar©
- 8.10 A cena con delitto©
- 8.11 Viaggi Incentive*

* In collaborazione con





Corsi su Misura e Percorsi Individuali

Il nostro catalogo formazione, ha il solo scopo di presentare una parte dei corsi che siamo in grado di svolgere con la garanzia di sicuro risultato.

In ambito formativo, la nostra società si distingue per la **capacità di progettare e realizzare interventi personalizzati su misura per ogni singola azienda ed anche per ogni singola persona** (Coaching Individuale).

- *Avete un team di formatori interni?*
- *Avete un budget molto ridotto?*
- *Non avete ancora idea di cosa fare?*
- *Avete già diversi partner esterni di formazione?*
- *Pensate che la formazione sia solo uno spreco di tempo e di denaro?*

...

Parliamone per approfondire insieme la conoscenza reciproca e l'integrazione delle competenze distintive di ognuno per focalizzarle verso **la trasformazione dei vostri obiettivi aziendali in risultati ottimizzando anche il budget a disposizione.**

Comunicateci le vostre esigenze e i vostri obiettivi e vi presenteremo un'offerta mirata che vi sorprenderà.



Il ritorno sull'investimento in formazione: RTF-CTF

$$CTF = AF + PP + SO + CF + TEi + SV + CM - QI - FI - RF$$

CTF= Costo Totale della Formazione

AF= Analisi Fabbisogno formativo

PP= Progettazione e Personalizzazione

SO= Spese Organizzative e materiali di supporto

CF= Costo del Formatore interno e/o esterno

TEi= valore del TEMpo Investito dai partecipanti (es. 10 persone 3gg per 8ore = 240 ore)

SV= Spese di Viaggio dei partecipanti e dei formatori

CM= Costo della Misurazione dei risultati

QI= Quota di Iscrizione richiesta ai partecipanti al corso

FI= Finanziamenti europei, nazionali, regionali ed altro per lo svolgimento della formazione

RF= Risparmio Fiscale

$$RTF = GR + MO + CC + TEr + IM + VE$$

RTF= Ricavo Totale della Formazione

GR= valore del GRadimento riscontrato dai partecipanti al corso

MO= valore dell'incremento nella MOtivazione dei partecipanti

CC= valore dell'incremento delle Conoscenze e delle Capacità delle persone

TEr= valore del TEMpo risparmiato grazie al corso

IM= valore dell'incremento dell'IMmagine aziendale verso i diversi pubblici

VE= incremento nei margini



Come misuriamo l'efficacia della formazione

La formazione non si ferma al solo momento d'aula, ma deve essere **il punto di partenza di un processo di sviluppo delle competenze**. Gli obiettivi concreti da mettere in atto al ritorno sul campo sono individuati in maniera precisa e portano alla attuazione di un vero e proprio piano personale di miglioramento.

La valutazione dell'efficacia dell'iniziativa:

Olympos Group prevede un sistema globale di valutazione, da personalizzare insieme al Cliente:

a) valutazione a "caldo"

- **dei partecipanti**, sul carattere pratico e concreto della formazione, sulla sua utilità e la sua facilità di applicazione. Schede di valutazione con relazione di sintesi.
- **dell'animatore**, sulla comprensione, l'adesione dei partecipanti, il ritmo della formazione.

b) valutazione a "freddo" sui cambiamenti realizzati

- **follow up** verifica contenuti acquisiti, analisi miglioramenti e difficoltà incontrate con realizzazione di un report scritto.
- **questionari / test** a tutti i partecipanti
- **Cliente misterioso** per misurare i risultati sul campo
- **coaching individuali**: definizione, realizzazione e controllo dei piani d'azione per ogni partecipante
- **mappature competenze**: avvalendosi del sistema interno del Cliente e/o costruito ad hoc (in collaborazione con Astaire PDI International)

c) valutazione a "freddo" sui risultati di vendita

- quando il progetto impatta direttamente sull'area marketing / vendite il reale riscontro è rappresentato dal **miglioramento nei risultati di vendita (i numeri!)**.

d) incontro di fine progetto ("Bilancio della Formazione") per analizzare insieme i risultati raggiunti

Lo stile formativo: il nostro e vostro vantaggio

- ➔ Olympos Group si avvale di una **metodologia interattiva e dinamica**: i corsi tradizionali di formazione rischiano di produrre molte idee... ma non abbastanza risultati.
- ➔ Con la metodologia Olympos Group il raggiungimento degli obiettivi avviene attraverso **“laboratori / palestre”** che coniugano dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla “vita professionale reale”, in cui i partecipanti lavorano attivamente.
- ➔ Questi laboratori permettono ad ogni partecipante di individuare le **aree di miglioramento e gli obiettivi di crescita** per formulare un **concreto piano d’azione** applicabile già dal giorno successivo.
- ➔ La metodologia di formazione Olympos Group, **interattiva e basata su casi pratici tratti dalle specifiche realtà aziendali**, è in grado di assicurare il cambiamento dei comportamenti di lavoro.
- ➔ Pensiamo che sia inutile e poco efficace prefigurare e proporre un profilo standardizzato di approccio al Cliente, ma invece utile adattare le regole base ad ogni realtà personale ed aziendale, andando ad inserirsi sui comportamenti che ciascuno adotta. **Lo stile di animazione è vivace e partecipativo con molti esercizi pratici e tecniche facili da usare immediatamente.**
- ➔ Ci sembra che una condizione di successo di tale iniziativa sia che i partecipanti abbiano voglia di utilizzare meglio le proprie capacità e di imparare un metodo e uno stile più vincente. Il nostro obiettivo è che i partecipanti possano **imparare facendo** e speriamo anche divertendosi.



Due strade per iniziare a metterci alla prova (1 di 2)

L'ANALISI INIZIALE GRATUITA DELLE ESIGENZE FORMATIVE E/O CONSULENZIALI

Durata:

mezza o una giornata (in funzione della tipologia di progetto)

Strumenti utilizzati:

- Incontro iniziale con Committente (durata circa 1 ora)
- Interviste qualitative individuali e/o di gruppo (focus group) a campione
- Questionari quantitativi a campione
- Cliente Misterioso / Affiancamenti sul campo
- Raccolta informazioni e analisi a tavolino

Risultato:

una relazione sui bisogni formativi e/o consulenziali emersi con relativa proposta di un piano d'azione per colmarli.

Sarete poi liberi di scegliere se affidarci o meno l'incarico.

Investimento richiesto:

Gratuito



Due strade per iniziare a metterci alla prova (2 di 2)

I CORSI INTERAZIENDALI OLYMPOS

Partecipare ad un nostro corsi interaziendali per provare la validità delle nostre metodologie e dei nostri formatori.

Soddisfatti o rimborsati 2 volte: se per una qualsiasi ragione il partecipante non fosse soddisfatto del corso di formazione a cui ha partecipato, Olympos Group si impegna a restituire la quota di iscrizione versata e ad offrire una partecipazione gratuita ad un altro corso / evento interaziendale.

Contatti

Il team che Olympos mette a disposizione, è ad oggi costituito da **oltre 50 persone**, tra i quali dirigenti, consulenti e docenti universitari, opera su tutto il **territorio nazionale** e, attraverso delle partnership, in **Europa**.



OLYMPUS GROUP srl - www.olympos.it – customer.service@olympos.it

Via XXV aprile, 40

24030 Brembate Sopra (BG) – *Sede Principale*

Tel. +39 035 333738

Fax 1786054267

Gianluca Gambirasio

Amministratore Unico