



Olympos
Group

Il valore di un'idea sta nel metterla in pratica

Presentazione
Olympos Group srl

(www.olympos.it)



OLYMPOS Group srl

Via Madonna della Neve, 2/1 – 24021 Albino (BG)

SS 300 del Passo Gavia, 24 - 25056 Ponte di Legno (BS)

Tel. 0357758070 - Fax 1786054267 – www.olympos.it – customer.service@olympos.it

Missione, visione e valori:

Missione: *lo scopo per cui esistiamo*

“Ci integriamo con il Cliente per garantire risultati di successo misurabili supportando le azioni delle persone nelle sfide di tutti i giorni”.

Visione: *ciò che desideriamo essere*

“Aiutare le Persone ad essere soddisfatte del loro lavoro nel rispetto dei principi etici e di responsabilità sociale”.

Valori: *ciò che per noi conta nel lavoro*

- il rispetto della persona ha la precedenza su tutto
- senza energia non si fa molta strada
- pragmatismo e velocità sono alla base del nostro agire
- lavorare divertendosi è il nostro stile

Chi siamo:

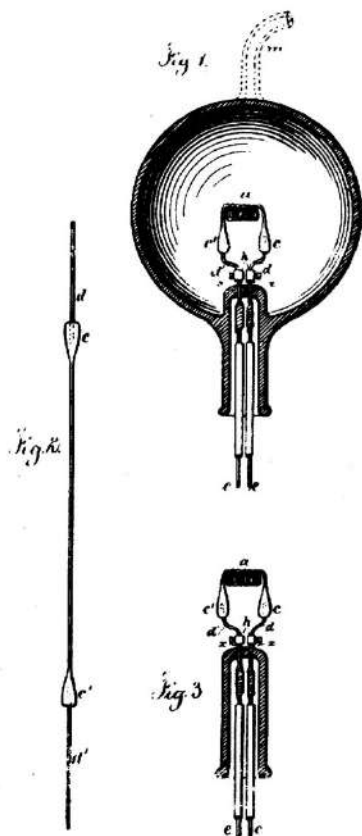
- Olympos Group srl è una società di consulenza e formazione commerciale, marketing e manageriale.
- Fondata nel 2003 da Gianluca Gambirasio, si caratterizza per un approccio pragmatico al raggiungimento degli obiettivi del Cliente.
- Alcuni nostri numeri:
 - più di 500 aziende Clienti;
 - più di 2.500 partecipanti ai corsi di formazione;
 - un catalogo con oltre 100 corsi con sede a Bergamo, Roma, Bologna, Firenze, Genova, Milano, Padova, Torino, Trento, Udine, Venezia e Verona.

Il nostro approccio:

T. A. EDISON.
Electric-Lamp.

No. 223,898.

Patented Jan. 27, 1880.



Witnesses
Chas. H. Smith
Geo. D. P. Mackay

Inventor
Thomas A. Edison
per Lemuel W. Ferrell's
att.

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.

Pubblicazioni Olympos:

FrancoAngeli
Edizioni La passione per le conoscenze



Fasi del progetto:

FASE 1

Audit iniziale

FASE 2

Progettazione

FASE 3

Azione

FASE 4

**Misurazione
ROI**

Metodologia: imparare facendo

Olympos Group si avvale di **una metodologia interattiva e dinamica: i corsi tradizionali di formazione producono molte idee... ma non abbastanza azione.** Non si può trasmettere l'azione che attraverso dei "laboratori / palestre" che coniughino dinamiche di gruppo e lavori individuali sulla "vita professionale reale": i partecipanti non ascoltano e basta, devono lavorare attivamente.

Questi laboratori devono essere al servizio di ogni partecipante: aiutarlo a formulare i suoi obiettivi di crescita, metterlo in una posizione attiva per apprendere "sulla sua pelle", aiutarlo a partire dalla sua esperienza a tornare sull'esperienza stessa e a formulare il suo piano d'azione. I nostri nuovi metodi didattici ci permettono di ottenere un'acquisizione più rapida del sapere, una maggiore memorizzazione e soprattutto una motivazione accresciuta dall'attuazione pratica sul campo.

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.

Formazione blended: formazione in aula e online

- Tutti i materiali didattici relativi al corso (dispense, ebook, articoli, link, video, casi, test e/o esercitazioni) saranno a disposizione gratuitamente online grazie al nostro portale di eLearning (www.olympos.it/moodle) basato sulla piattaforma Moodle.
- Oltre al corso di formazione in aula i partecipanti avranno gratuitamente a disposizione anche un corso di formazione online con accesso illimitato e che nel corso del tempo verrà continuamente arricchito ed aggiornato.



- Moodle (acronimo di Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) è un Open Source Course Management System (CMS), noto anche come Learning Management System (LMS) o Virtual Learning Environment (VLE). Moodle si è diffuso moltissimo in tutto il mondo come efficace strumento di creazione e conduzione di corsi on line ed è per questo motivo che anche Olympos Group srl lo ha scelto.
- Installando l'applicazione Moodle i materiali didattici sono disponibili anche su smartphone in qualsiasi momento.

Supporto a distanza:

- Per supportare i partecipanti nel mettere in pratica quanto appreso durante il corso di formazione, siamo a disposizione anche per organizzare sessioni individuali e/o collettive di coaching tramite videoconferenza con WebEx o Skype.



In questo modo i partecipanti hanno il vantaggio di:

- poter essere supportati anche dopo il corso;
- avere uno stimolo in più per mettere in pratica quanto appreso;
- dare continuità e costanza al percorso di crescita professionale;
- poter avere un approfondimento personalizzato e specifico per le proprie esigenze;
- poter richiedere un'assistenza / confronto diretto con il relatore del corso esattamente nel momento in cui se ne avverte la necessità;
- poter scadenziare dei momenti di incontro con il gruppo d'aula per fare insieme il punto della situazione anche prima del momento del follow up in aula;
- ...

Il coaching:

L'approccio metodologico:

La metodologia che viene utilizzata tiene in considerazione due aspetti fondamentali dell'apprendimento degli adulti:

1. gli adulti applicano le esperienze di vita e le conoscenze all'apprendimento; per questo è importante che l'apprendimento sia organizzato a partire dalla loro esperienza
2. gli adulti imparano più facilmente ciò che per loro ha rilevanza pratica e significato all'interno del contesto in cui agiscono e lavorano; per questo ciò che imparano deve essere applicabile all'attività che svolgono.

L'approccio che utilizzeremo è guidato da questi principi e mira a rendere la persona consapevole delle risorse a sua disposizione, dei reali punti di forza e del proprio stile relazionale, concordando di volta in volta gli obiettivi da raggiungere attraverso un linguaggio articolato e diretto nel dare e condividere il feedback, nell'esprimere gli obiettivi, nel formulare i concetti, nel sostenere e incoraggiare a superare gli ostacoli.

L'aspetto formativo viene integrato da un approccio di coaching, vale a dire da una modalità di fornire al Cliente gli strumenti per acquisire consapevolezza, identificando i punti di forza in contrasto con quelli suscettibili di miglioramento, lavorando in maniera mirata e pianificata per agire traguardando l'obiettivo proposto.

In termini più ampi il coaching, come strumento di sviluppo, accelera i progressi della persona, perché la aiuta ad orchestrare e pianificare lo sviluppo delle proprie competenze per ottenere risultati significativi e specifici.

I benefici che più spesso se ne ricavano sono:

- l'acquisizione di autonomia e consapevolezza, che si esprime nell'utilizzo delle proprie capacità in termini autonomi e non imposti;
- un maggiore coinvolgimento della persona interessata;
- un miglioramento della sua motivazione, essendo il coaching improntato all'azione;
- un aumento della responsabilizzazione, perché le azioni da fare sono scelte e perseguite dalla persona, protagonista del proprio sviluppo.

Il Coaching

Lo sviluppo delle persone può anche avvenire per caso, all'interno dell'organizzazione. Ma solo un approccio sistematico può garantire la crescita ordinata, veloce e coerente delle competenze critiche per l'organizzazione. Per far sì che questo approccio sistematico diventi una realtà è necessario che i capi agiscano concretamente considerando il coaching una priorità.

Il coaching:

E' fondamentale considerare che:

Il cambiamento è inevitabile. Perfino le organizzazioni di maggior successo rischiano grosso se pensano di potersi riposare sugli allori. L'eccellenza di oggi non garantisce nulla circa il successo di domani.

Le persone devono imparare e adattarsi molto rapidamente. Le competenze delle persone diventano obsolete con la stessa rapidità delle tecnologie. Per affrontare con successo la sfida continua del cambiamento, le organizzazioni hanno bisogno di persone capaci di apprendere e adattarsi molto rapidamente. L'esperienza e il tempo devono essere "aiutati" da strategie per favorire l'apprendimento.

Le persone vogliono crescere. Una delle poche cose che motiva le persone migliori nelle organizzazioni è la possibilità di apprendere e di crescere nel lavoro. Le persone che si sentono sottoutilizzate possono decidere di andare a lavorare altrove. Per evitare di aiutare così la concorrenza è utile e necessario investire sul loro sviluppo.

Il Coaching: una definizione

Processo intenzionale e pianificato che ha l'obiettivo di aiutare le persone a imparare /migliorare le competenze attraverso l'esperienza quotidiana facendo ricorso a un'attività di sostegno individuale e a programmi specifici

La preparazione al Coaching, tre elementi da considerare:

- La gestione attuale dei propri collaboratori
- Il tipo di gestione utilizzato
- Il concetto di maturità relativa dei collaboratori

Coaching mirato

Il coaching è un'attività che ha la potenzialità di giovare sia alla persona che ricopre il ruolo di coach sia a colui che riceve la formazione. Il risultato ultimo è che un coaching mirato può migliorare la performance di individui, gruppi ed organizzazioni. Ma la realtà quotidiana di molti manager è che essi sono sottoposti ad una forte pressione per portare risultati a breve termine e, a volte, non sono abituati ad adottare uno "stile manageriale di coaching" perché spesso sembra richiedere uno sforzo supplementare e un certo livello di rischio.

Il coaching avviene ogni giorno sul lavoro, ma è spesso casuale e destrutturato. Vi sono molti esempi di altri aspetti della vita (lo sport, il teatro, la musica) dove un approccio destrutturato al coaching produce livelli di performance irregolari.

Il coaching:

Si può fare coaching ogni qualvolta il capo vede l'esigenza e l'opportunità per farlo. Si ha un coaching adeguato quando un manager si concentra sulle opportunità e capisce esattamente che cosa fare. Trovare l'equilibrio tra esigenza ed opportunità ad effettuare coaching è molto importante. Un manager deve accertarsi che il proprio impegno di coaching sia capito dal collaboratore, così come "quando", "dove" ed "in che modo" potrà essere impartito. Spiegare che il ruolo del coach non è di criticare o punire ma di migliorare le performance in uno spirito d'interesse reciproco, sarà il modo migliore perché il collaboratore accetti. Sarà altrettanto importante spiegare che il coaching è un'attività sistematica, che richiede tempo. Il coaching mirato si basa sulla necessità di concentrarsi sul compito da svolgere e di dedicare tempo ad un approccio sistematico e metodico. Questo non significa negare che un coaching informale, come parte integrante del normale lavoro, possa essere molto utile. Ma un coaching appropriatamente mirato implica un impegno più coerente nei confronti della crescita personale dei collaboratori.

Coaching: modalità di lavoro

Lavorare direttamente attraverso un lavoro diretto con il collaboratore che ha intrapreso il percorso di sviluppo. Ciò si può ottenere fornendo feedback tempestivi e specifici, incoraggiando le persone ad assumersi dei rischi opportuni e sostenendole nei momenti di difficoltà

Guidare le persone a imparare da sole, insegnando alle persone come imparare sul lavoro attraverso le esperienze, individuando le persone che possono essere punti di riferimento e fornire assistenza su aspetti/lavori specifici, indicando le maniere per ottenere informazioni e feedback.

Organizzare le risorse e offrire occasioni per imparare.

Cosa deve fare un buon Coach

- Definire (le aree su cui intervenire, gli obiettivi, i piani di sviluppo, trovare le occasioni...)
- Insegnare (affiancare, osservare e stimolare l'osservazione)
- Valutare (monitorare, verificare, dare feedback e riceverli)
- Sostenere (gli sforzi e l'apprendimento del collaboratore creando un clima di reciproca fiducia)
-pianificare i passi successivi

Strategie di Coaching

- Stabilire un rapporto di partnership significa costruire relazioni di fiducia e di rispetto. Per questo è indispensabile utilizzare una comunicazione chiara ed aperta, fornire feedback specifici e tempestivi
- Ispirare impegno, significa mettere le persone in condizione di voler investire nel proprio sviluppo per i vantaggi che ne derivano
- Far sviluppare le competenze, trovando le strade più efficaci per l'apprendimento, non solo l'utilizzo dell'esperienza
- Promuovere la perseveranza aiutando i collaboratori ad insistere nell'"allenamento" per cambiare i comportamenti
- Costruire un ambiente favorevole, dando come coach l'esempio investendo sul proprio sviluppo

Il responsabile di progetto:

Visualizza il
mio profilo in **LinkedIn**



Gianluca Gambirasio. Nato nel 1972, coniugato, 3 figli. “Di professione scialpinista e per hobby consulente e formatore aziendale dal 1995”. Dopo aver lavorato per diverse società di consulenza e formazione, ha fondato prima la Gambirasio Consulting sas e dal 2003 Olympos Group srl. Laureato con 110 e lode in Economia e Commercio con tesi in Marketing.

Specializzato nella formazione e consulenza commerciale e manageriale con un approccio pratico e concreto legato ai risultati misurabili di progetto. Nei team building ha ideato diverse metodologie innovative tra cui la metodologia investigativa (www.acenacondelitto.it) e la montagna una scuola di management (www.montagnascuoladimanagement).

Autore dei volumi:

- [Il venditore etico](#), FrancoAngeli, 2005;
- [Più risultati in meno tempo](#), FrancoAngeli, 2007;
- [La montagna: una scuola di management](#), FrancoAngeli, 2008;
- [1000 Aforismi e citazioni ad uso aziendale e non solo](#), e-book Olympos 2009.
- [Formazione formatori](#), FrancoAngeli, 2010;
- [Telemarketing: telefonare per fissare un appuntamento](#), FrancoAngeli, 2011;
- [Partecipare ad un corso di formazione](#), e-book Olympos 2011;
- [Atteggiamenti mentali e azioni per il successo](#), FrancoAngeli 2012;
- [Gestire meglio il tempo](#), FrancoAngeli 2015;
- [Come appassionare i collaboratori al lavoro](#), FrancoAngeli 2015.

E' intervenuto presso oltre 350 aziende, tra cui: Schneider Electric, Assicom, Kone, Bormioli Rocco, Rizoma, Arval, Gruppo Mastrotto, Gottardo, Banca delle Marche, Q8, Selerant, Barilla, Bosch, Kodak, TÜV Italia, Triumph International, Epson, Lincoln Electric, Ikea, Valsir, NEC, Bayer, Vittoria Assicurazioni, Intesa SanPaolo, Siemens, Philips, Royal & Sun Alliance Insurance, BNL, CariParma, ... Ha erogato oltre 1.000 giornate di formazione ed ai suoi corsi hanno partecipato oltre 6.000 persone.

Il follow up: fatti, non parole

É per noi fondamentale che l'esperienza d'aula sia trasferita nel proprio ambito lavorativo e diventi quindi formazione - azione.

Per questo prevediamo che alla fine delle giornate siano assegnate ai partecipanti specifiche consegne, obiettivi concreti che ciascuno si porrà sulle sue aree di miglioramento emerse, esercitazioni di autoanalisi e osservazioni individuali per evidenziare le aree di miglioramento e le eventuali difficoltà ancora presenti.

É importante infatti garantire l'integrazione degli orientamenti presentati in aula all'interno del proprio ruolo, affinché i compiti diventino comportamenti agiti e si consolidino nel rapporto con il Cliente.

Tutto questo materiale sarà il punto di partenza per il lavoro nella giornata di follow up che sarà quindi finalizzata a:

- verificare la comprensione e l'integrazione dei messaggi ricevuti
- approfondimenti ulteriori, anche attraverso simulazioni di casi
- restituzione delle consegne assegnate verificando l'integrazione delle "tecniche" imparate e dei comportamenti nuovi nella propria attività
- rinforzo e ancoraggio dei contenuti
- controllo dei risultati raggiunti

L'integrazione della formazione con lo sviluppo di progetti personali aziendali permette alle persone motivandole di vedere sviluppata nel tempo la loro crescita professionale in relazione agli obiettivi definiti.

Verificare l'efficacia del progetto: ROI

La formazione non si deve fermare al solo momento d'aula, ma deve essere **il punto di partenza di un processo di sviluppo delle competenze**. Ogni partecipante deve essere messo in grado di darsi degli obiettivi concreti da mettere in atto al suo ritorno sul campo. Questi obiettivi devono essere individuati in maniera precisa e portare alla attuazione di un vero e proprio piano personale di miglioramento.

La valutazione dell'efficacia dell'iniziativa:

Noi prevediamo un sistema globale di valutazione comprendente:

a) una valutazione a "caldo"

- **dei partecipanti**, sul carattere pratico e concreto della formazione, sulla sua utilità e la sua facilità di applicazione (scheda di valutazione di fine corso). Una copia di tutte le schede di valutazione unitamente ad un report di sintesi verrà consegnata alla committenza.
- **dell'animatore**, sulla comprensione, l'adesione dei partecipanti, il ritmo della formazione.

b) una valutazione a "freddo"

- **follow up** per i partecipanti (analisi miglioramenti e difficoltà incontrate con realizzazione di un report scritto alla committenza contenente il materiale autoprodotta in aula per ogni percorso formativo)
- **relazione di fine progetto ("Bilancio della Formazione")** per analizzare insieme i risultati raggiunti

Essette

E-Side communication

Checkpoint

Michael Page INTERNATIONAL

seat-g PAGINE GIALLE

PERFETTI van Melle

Posteitaliane

Volksbank

smart paper



Enel

MANOR

Banca Marche LOTTOMATICA

BCC Credicoop Cernusco sul Naviglio

daydreams

testo

Q8

RSA

LOTTOMATICA

sintesi

SWAROVSKI OPTIC

alubel

ZURICH connect Risparmio senza compromessi

CANDYGROUP

UBI Banca

TAKARI

KOMATSU

BANCA MONTE PARMA

Bormioli Rocco

ABI FORMAZIONE

BNP PARIBAS

BECKMAN COULTER

FERRETTI YACHTS

DIONEX

Schneider Electric

EPSON

IKEA

CARIPARMA & PIACENZA

Nital.it

Nord Bitumi

Barilla

GAZPROM NEFT

MORATO

PRIVALIA

BAYER

CNA

FEDERAL MOGUL

ACCOR Hospitality

PHILIPS

DHL

SIEMENS

TECHNOGYM The Wellness Company

assicom

INTESA SANPAOLO

selorant



Chiesi

Wall Street INSTITUTE SCHOOL OF ENGLISH

Ev-K-CNR

INAIL

SPI GROUP

cobat CONSORZIO OBBLIGATORIO BATTERIE ESAUSTE

Bergamo Formazione

neopost

BNL Gruppo BNP PARIBAS

SWISS POST



agnelli metalli

wave GROUP



medhit publishing

WÜRTH

Saeco

ATR MEC OPTICAL

GOTTARDO S.p.A. BEAUTY CLEAN AND COSMETICS

ABInBev

Roncalli VIAGGI

MEB THE CRUSHING EVOLUTION



LINCOLN ELECTRIC

GRUPPO SAI FONDIARIA

fischer I SISTEMI DI FISSAGGIO

UCB BANCA Una società di BNP PARIBAS

Atempo Agenzia per il Lavoro



rizoma

UMANIA PEOPLE TO INNOVATION

NSK

CATTOLICA SOCIETA' CATTOLICA DI ASSICURAZIONE

Pierre Fabre

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

Gianluca Gambirasio

gianluca.gambirasio@olympos.it

+39 347.26.32.719

Amministratore Unico

Skype: Gianluca.Gambirasio

www.gianlucagambirasio.it

it.linkedin.com/in/gianlucagambirasio

cenaalcasino.it

cenaquizteam.it

acenacondelitto.it

montagnascuoladimanagement.it



Olympos Group srl

www.olympos.it

Via Madonna della Neve, 2/1 Albino BG - SS 300 del Passo Gavia, 24 Ponte di Legno BS

+39 035.0666.302

Fax 1786054267

customer.service@olympos.it