



PERCORSI DI INNOVAZIONE VERDE E DIGITALE NEL SETTORE DELLA MECCANICA, MECCATRONICA E MOTORISTICA

P. 11- ED. 2: SOLUZIONI DIGITALI E SOSTENIBILI
PER L'ACCESSO AI MERCATI DELLA MECCANICA
Intermedio | 32 ORE

Sedi di svolgimento del progetto:

- Piacenza
- Parma
- Reggio nell' Emilia
- Modena
- Bologna
- Forlì
- Rimini
- Ferrara
- Ravenna
- Lugo
- Faenza
- Castel San Pietro Terme

- **Costo del corso**
Gratuito
- **N° partecipanti**
Min 8 – max 10

Avvio percorso: 10 marzo 2022

Termine iscrizioni: 2 marzo 2022

Referente: Sarah Trotta | 0547 020038 | sarah.trotta@cnaformazionefc.it

Sede del corso

L'attività formativa si svolgerà in **webinar**: puoi frequentare il corso utilizzando PC, **smartphone** o **tablet** tramite una connessione stabile.

A richiesta del singolo partecipante verrà data la possibilità di seguire l'attività formativa in presenza presso la **sede CNA Formazione Forlì-Cesena**.

Piattaforma usata: Cisco Webex.

Obiettivi

L'attività formativa prevista intende sostenere le persone che, indipendentemente dalla condizione nel mercato del lavoro, necessitano di azioni formative per acquisire conoscenze e competenze necessarie a rafforzare la propria occupabilità e adattabilità.

Nello specifico del percorso, gli obiettivi formativi sono riconducibili a:

- **Strumenti operativi** per favorire l'accesso ai mercati e tecniche operative per la **gestione del cliente con riferimento a inglese, marketing operativo e strategico, internazionalizzazione**, analisi e monitoraggio **database clienti, web marketing e social media, reputation e strumenti digitali**, analisi ed elaborazione di **strategie di vendita**;
- **transizione digitale**;
- **impatti green** derivanti dall'utilizzo delle tecnologie del digitale nell'area marketing e vendita in termini di riduzione degli sprechi.

Requisiti minimi di accesso

La proposta formativa è rivolta a **tutte le persone residenti o domiciliate in Emilia Romagna**, che hanno **assolto l'obbligo di istruzione** e il diritto e dovere all'istruzione e formazione, indipendentemente dalla condizione nel mercato del lavoro.

Ad **esclusione dei dipendenti pubblici assunti a tempo indeterminato**.

Si precisa che il test di ingresso ha una logica inclusiva ed intende accertare il possesso delle conoscenze e competenze minime per frequentare con successo il progetto formativo. Requisiti in ingresso previsti per il presente progetto sono la conoscenza di inglese base, conoscenze di informatica, conoscenze di comunicazione necessarie allo sviluppo delle competenze obiettivo del progetto.

Descrizione del profilo professionale

L'attività proposta **non mira** a formare un profilo professionale definito e completo, ma sviluppa **competenze digitali e cultura green di livello Intermedio**, specifiche per il processo di **ACCESSO AL MERCATO E GESTIONE DEL CLIENTE della filiera MECCANICA**.

Modalità di selezione

Il progetto prevede la **somministrazione di un test** per l'accertamento delle competenze in ingresso richieste quali requisiti minimi sostanziali.

Il non rispetto dei requisiti formali e sostanziali prevederà la non ammissione al progetto.

I candidati in possesso dei requisiti formali e sostanziali andranno a costituire l'elenco dei candidati ammissibili. Il processo di selezione, che si attiverà esclusivamente qualora il numero di candidati risultasse superiore al numero di posti disponibili, verterà **sull'analisi del possesso dei requisiti sotto elencati**, che rappresentano criteri di priorità (coerentemente con le priorità secondarie previste da bando): Stato di disoccupazione, Sesso femminile, Residenza in comuni diversi dal luogo della formazione, ordine di arrivo dell'iscrizione.

Contenuti del percorso

In termini di competenze tecnico professionali, organizzative e gestionali si evidenziano:

- modalità di rilevazione dei feedback del mercato di riferimento;
- Sistema di offerta dei competitor ed interpretare le logiche comportamentali dei consumatori finali;
- Caratteristiche del prodotto e identificare le caratteristiche del target clienti individuato in funzione del bisogno/obiettivo emerso;
- Strumenti per valutare le performance dei prodotti offerti e la tipologia del canale distributivo;
- Modalità per comprendere l'andamento costi/vendite del mercato di riferimento;
- Strumenti per definire le caratteristiche ed esigenze degli utenti ed i possibili domini applicativi del prodotto da sviluppare;
- Modelli di business e caratteristiche utenti per l'individuazione di ipotesi di prodotto multimediale applicato al commerciale marketing;
- Requisiti architettonici del prodotto web in termini di logiche e specifiche funzionali alla valorizzazione del prodotto.