

Corsi, l'Ascom preme sulla leva del marketing

Fidelizzazione, capacità cogliere le tendenze e di generare bisogni, utilizzo dei social network, persino le valutazioni spietate di un cliente in incognito: nel nuovo calendario in primo piano le strategie per stimolare i consumi e migliorare le vendite. In totale le proposte sono 114. Malvestiti: «La formazione rende un'azienda competitiva». Trigona: «Obiettivo indirizzare passioni e creatività su percorsi imprenditoriali di successo»



Se la crisi impone delle scelte e mette a dura prova gli imprenditori, Ascom invita a concentrarsi sulle proprie passioni e a trovare gli strumenti per inseguirle, mantenendo i piedi ben saldi a terra, senza però rinunciare a pensare in grande. Il nuovo calendario dei corsi risponde alle esigenze di chi è chiamato a ripensare la propria attività, a mettersi in discussione e a cogliere le tendenze, allargando i propri orizzonti per conquistare nuove quote di mercato e stimolare i consumi fermi al palo. L'invito è di gettare il cuore oltre l'ostacolo e tagliare il traguardo prima degli altri, non lasciandosi sfuggire nuove opportunità. Direttamente dagli Stati Uniti arriva, ad esempio, l'arte dell'Home Staging in soccorso al mercato immobiliare, mentre i principi dei guru del marketing trovano un'applicazione concreta nei percorsi formativi per fidelizzare la clientela e generare nuovi bisogni, anticipandone i desideri. Non mancano corsi studiati su misura delle esigenze di ogni categoria, dagli autosalonisti ai fioristi, dalle librerie alla fornitura d'ufficio e percorsi di rivoluzione ed evoluzione interiore ed esteriore. Per cogliere le nuove frontiere del web 2.0, in calendario un corso per incrementare le vendite dedicando un'ora al giorno ai social network.

Sul versante dell'enogastronomia, all'Accademia del Gusto di Osio Sotto gli appuntamenti per professionisti ed appassionati abbracciano ogni esigenza, senza tralasciare l'aspetto manageriale e prestando quest'anno particolarmente attenzione all'arte dell'accoglienza. Oltre ai seminari stellati Michelin - tre gli appuntamenti del Convivium - l'Accademia organizza per i professionisti della ristorazione dibattiti e seminari nell'ambito della kermesse Pianeta Gourmarte, con l'atteso focus sul controverso rapporto tra ristoratori e Tripadvisor. «Investire in formazione significa puntare sul capitale umano e sulla qualità del lavoro, con un investimento che fa la differenza tra un'impresa qualunque e un'azienda competitiva - ha sottolineato il presidente dell'Ascom Paolo Malvestiti -. Dal 2002 ad oggi i corsisti sono passati da 336 a 1.490, con 2.188 ore in aula contro le 826 da cui siamo partiti, indice di quando l'associazione creda nella formazione, in quel bagaglio di conoscenze che accompagna ogni impresa». In calendario nel nuovo anno accademico 114 corsi: ovvero 70 laboratori dell'Accademia del Gusto, 3 Convivium e 41 seminari per la qualificazione professionale e la cultura personale. «I corsi - sottolinea il direttore dell'Ascom Luigi Trigona - rispondono alle esigenze delle piccole e medie imprese, indirizzando passioni e creatività su percorsi imprenditoriali di successo, pronti a cogliere se non ad anticipare le nuove tendenze di mercato. In primo piano l'organizzazione manageriale, la fidelizzazione della clientela e tante idee e strumenti per conquistare nuovi clienti e stimolare i consumi». A fare la differenza, oltre alla professionalità e alla passione è la disposizione personale al cambiamento: «Le regole con le quali il mercato ha operato fino a qualche anno fa sono cambiate ed è quindi necessario che ciascun imprenditore riveda la propria strategia - sottolinea Daniela Nezosi, responsabile dell'area Formazione -. L'invito è quello di continuare a mettere in campo il cuore, di non lasciarsi immobilizzare dalla paura del cambiamento e di provare a modificare la propria prospettiva. Non è semplice, ma è il concetto faticoso insito nell'evoluzione. Sul fronte dei corsi di management il cuore è il bersaglio da centrare per far coincidere obiettivi d'impresa e passione, per tornare a lavorare con ottimismo. Nella copertina dei corsi dell'Accademia del Gusto è raffigurato un uovo, elemento base di molte preparazioni in cucina ed in pasticceria e simbolo di rinascita, che prende qui la forma di un cuore».