



CORSI DI FORMAZIONE 2012

La voce di 35mila aziende

Indicod-Ecr, l'associazione che raggruppa **35mila** aziende, si occupa della diffusione degli standard adottati a livello mondiale, sviluppa idee e progetti richiamando l'attenzione dell'opinione pubblica sui temi di attualità più sentiti per facilitare il confronto tra le aziende e la ricerca di soluzioni condivise.

Dal **1978** lavora con le imprese del largo consumo e non solo e offre sistemi di standard comuni e servizi, per creare efficienza e valore, per innovare, per contribuire alla costante modernizzazione del sistema delle imprese di ogni settore e dimensione con chiari vantaggi per il consumatore.



Indicod-Ecr è presente in Italia con **GS1 Italy** ed **ECR Italia**, che rappresentano i due organismi internazionali GS1, che coordina la diffusione e la corretta implementazione degli standard per il commercio mondiale, ed ECR Europe, che cura la diffusione di tecniche, strumenti e modalità di interfacciamento strategico/operativo tra industria, distribuzione e consumatore finale.



GS1 Italy ed ECR Italia si pongono come punto di riferimento per lo sviluppo di approcci di sistema su tutti quei temi che richiedono il confronto e il coinvolgimento di realtà diverse: le imprese, le associazioni, le istituzioni, le organizzazioni dei consumatori, il mondo accademico e la ricerca.

Oggi i sistemi, gli standard e i linguaggi GS1 sono utilizzati milioni di volte, ogni giorno, da imprese e consumatori. E per il domani GS1 si impegna costantemente perché queste soluzioni siano sempre più efficienti, efficaci e diffuse, con l'attenzione sempre rivolta all'innovazione.

Formazione di qualità, certificata ISO 9000:1

La politica della qualità perseguita da Indicod-Ecr nell'ambito Formazione si arricchisce di un nuovo, importante tassello. A luglio 2010, infatti, è stata ottenuta da Rina la certificazione del sistema di gestione per la qualità dell'offerta formativa, secondo la norma internazionale UNI EN ISO 9001:2008, a dimostrazione viene offerto alle imprese un servizio con una qualità garantita da uno standard internazionale riconosciuto.



Accredito For.Te

Per favorire le agevolazioni alle aziende, inoltre, Indicod-Ecr si è accreditata presso For.Te, il fondo paritetico interprofessionale nazionale per la formazione continua nel terziario, riconosciuto dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali.

CORSI DI FORMAZIONE 2012

AREA TECNICA

■ Sistema di Codifica GS1	<i>pag.</i>	6
■ GS1 DataBar	<i>pag.</i>	7
■ GS1 DataMatrix	<i>pag.</i>	8
■ Gestione della qualità dei dati	<i>pag.</i>	9

AREA SUPPLY CHAIN

■ Tracciabilità e rintracciabilità	<i>pag.</i>	10
■ Disponibilità ottimale a scaffale - OSA	<i>pag.</i>	11
■ Riduzione delle perdite - Shrinkage	<i>pag.</i>	12

E-SUPPLY CHAIN

■ Scambio Elettronico Documenti - EDI ed Euritmo	<i>pag.</i>	13
■ Il ciclo perfetto dell'ordine - FPO	<i>pag.</i>	14
■ Catalogo Elettronico - GS1 GDSN	<i>pag.</i>	15
■ Etichetta Elettronica e Radiofrequenza - corso teorico	<i>pag.</i>	16
■ Etichetta Elettronica e Radiofrequenza - corso pratico	<i>pag.</i>	17

AREA COMMERCIALE/MARKETING

■ Le leve del retailing mix	<i>pag.</i>	18
■ CRM collaborativo. La gestione della relazione con il consumatore	<i>pag.</i>	19
■ Conformità antitrust nella relazione Industria/Distribuzione	<i>pag.</i>	20
■ Workshop pratico di merchandising	<i>pag.</i>	21
■ Industria/Distribuzione: corso introduttivo	<i>pag.</i>	22
■ Liquidazione degli incentivi commerciali e problematiche fiscali Linee Guida Amministrative	<i>pag.</i>	23

CATEGORY MANAGEMENT

- Il modello ECR pag. 24
- Corso avanzato pag. 25
- Senior workshop pag. 26

NEGOZIAZIONE

- Gestione dei contratti: le poste condivise tra Industria e Distribuzione NEW
2012 pag. 27
- Modello di creazione di valore Industria/Distribuzione pag. 28
- Conversazioni Cruciali: propedeutico per negoziare meglio NEW
2012 pag. 29
- L'approccio collaborativo: win-win NEW
2012 pag. 30

SEMINARI

- Osservatorio non food pag. 31
- Le competenze trasversali delle donne nell'Organizzazione: analisi e valorizzazione NEW
2012 pag. 32

Formazione in azienda pag. 33

Formazione on line pag. 33

Docenza, iscrizione e quota di partecipazione pag. 33

Il calendario dei corsi 2012 pag. 34

SISTEMA DI CODIFICA GS1

GGS1 è il sistema per la codifica dei prodotti più diffuso nel settore del largo consumo a livello mondiale. Il sistema consente alle imprese di identificare unità commerciali, unità logistiche, servizi e luoghi in maniera univoca in tutto il mondo, utilizzando numeri di identificazione, sotto forma di simboli a barre, leggibili elettronicamente.

Tale identificazione è essenziale ai fini della gestione efficiente delle operazioni di ricevimento, stoccaggio e movimentazione delle merci. Inoltre consente di seguire e tracciare le unità movimentate lungo la filiera, fornendo un collegamento fra il movimento fisico delle merci e il relativo flusso di informazioni.

DOCENZA

Incod-Ecr

DESTINATARI

Addetti alle aree logistica, qualità, commerciale, sistemi informativi, responsabili della codifica e di punto vendita.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE


Aziende associate:

400 € + IVA

Aziende non associate:


500 € + IVA

Comprende:


 Sessione formativa in Aula (1)


 Manuale

 Role Playing (2)

 Questionario di autovalutazione

Scorecard

 Lunch (1)

 Coffee break (2)

 Attestato di partecipazione

OBIETTIVI

- Fornire gli elementi per la corretta identificazione di prodotti, beni, servizi e luoghi secondo lo standard GS1.
- Comprendere le regole internazionali sul cambio/mantenimento del GTIN.
- Apprendere le regole e le tecniche per la realizzazione di una corretta identificazione delle unità imballo e delle unità logistiche e per l'applicazione dell'etichetta logistica.
- Declinare gli aspetti teorici in applicazioni pratiche attraverso lo studio e lo sviluppo di casi aziendali.

CONTENUTI

- Il Sistema GS1: concetti generali.
- La codifica dell'unità consumatore a peso fisso e a peso variabile.
- Le regole per il mantenimento o il cambio del codice GTIN (unità consumatore).
- La codifica dei luoghi.
- La codifica dell'unità imballo.
- La codifica dell'unità logistica e l'applicazione dell'etichetta logistica.
- Simbologie a barre: EAN/UPC; ITF-14; GS1-128 BarCode Symbol; GS1 Databar.
- Il posizionamento e la qualità dei simboli: regole generali e casi specifici.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	18 gennaio 2012	Milano	8032089000567-001
	19 aprile 2012	Milano	8032089000567-002
	20 settembre 2012	Milano	8032089000567-003
	20 novembre 2012	Padova	8032089000567-004



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

GS1 DATABAR

All'ormai notissimo EAN-13 si affianca un nuovo codice a barre, destinato ad essere letto nelle casse dei supermercati, chiamato GS1 DataBar.

Il GS1 DataBar è più piccolo del suo precursore, e può essere quindi applicato su articoli di dimensioni ridotte, come ad esempio i prodotti cosmetici o farmaceutici. Grazie all'uso degli Application Identifier (già utilizzati dal GS1-128) è in grado di memorizzare più informazioni, come la scadenza, il peso, il numero di lotto, rendendo possibile lo sviluppo di nuovi utilizzi (codifica di pesi variabili, applicazioni per la tracciabilità e la gestione delle offerte per date di scadenza). Potrà essere utilizzato inoltre per la codifica di coupon di sconto. Tutte le aziende della Distribuzione dovranno essere in grado di leggere il GS1 DataBar entro il 2014.

OBIETTIVI

- Fornire gli elementi di base relativi al sistema di identificazione GS1 DataBar.
- Comprendere i benefici derivanti dall'uso di questo nuovo strumento sul punto di vendita.
- Valutare gli impatti tecnologici sulle attrezzature hardware e software.

CONTENUTI

- Il sistema di identificazione GS1: strutture numeriche.
- Il GS1 DataBar: caratteristiche tecniche.
- Gli Application Identifier GS1.
- Possibili applicazioni sviluppabili.
- Adozione del GS1 DataBar: le tappe fissate da GS1 e l'implementazione in Italia.

DOCENZA

Indicod-Ecr

DESTINATARI

Direttori logistica, commerciale, sistemi informativi, responsabili della codifica e di punto vendita, addetti delle aree logistica, commerciale e sistemi informativi.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:


200 € + IVA

Aziende non


associate:

300 € + IVA

Comprende:

 Sessione formativa in Aula (1/2)

 Manuale

 Coffee break (1)

 Attestato di partecipazione

Durata	Data	Città	Codice
1/2 giornata	8 ottobre 2012	Milano	8032089000321-004



EARLY BIRD

*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

GS1 DATAMATRIX

GS1 DataMatrix è una simbologia di codice a barre bidimensionale, a lettura ottica, definita dal sistema di standard GS1. Si basa sulla sintassi del GS1-128 e sull'utilizzo degli Application Identifier, permette di codificare una grande quantità di informazioni in uno spazio ristretto. Rappresenta la soluzione ideale per il settore healthcare, sia umano che veterinario e permette di soddisfare quanto richiesto, in tema di tracciabilità dei farmaci ad uso veterinario, dal decreto del Ministero della Salute del 17 dicembre 2007. Può essere stampato direttamente sul prodotto, senza ricorrere ad etichette, e quindi può essere impiegato per l'identificazione di attrezzature destinate a processi di sterilizzazione e lavaggio ad alte temperature.

DOCENZA

Incod-Ecr

DESTINATARI

Direttori logistica, commerciale, sistemi informativi, responsabili della codifica e di punto vendita, addetti alle aree logistica, commerciale e sistemi informativi

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:


200 € + IVA

Aziende non


associate:

300 € + IVA

Comprende:

 Sessione formativa in Aula (1/2)

 Manuale

 Coffee break (1)

 Attestato di partecipazione

OBIETTIVI

- Fornire tutti gli elementi per utilizzare il sistema di identificazione GS1 per i farmaci, anche veterinari, e i medical device.
- Apprendere le regole per una corretta lettura e decodifica del GS1 DataMatrix.
- Comprendere come scegliere la tecnica di stampa più efficace.

CONTENUTI

- La simbologia GS1 DataMatrix.
- L'identificazione: le strutture numeriche GS1.
- Codifica delle informazioni: gli Application Identifier.
- Tecniche di stampa.
- Lettura e codifica del GS1 DataMatrix.

Durata	Data	Città	Codice
1/2 giornata	12 marzo 2012	Milano	8032089000338-004



EARLY BIRD

*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

GESTIONE DELLA QUALITÀ DEI DATI

In tutte le aziende, dell'Industria o della Distribuzione, è fondamentale poter contare su processi efficaci ed efficienti che regolano sia i rapporti interni all'organizzazione che i contatti con i propri interlocutori. Per poterli realizzare, occorre porre la massima attenzione alla qualità dei dati che alimentano i sistemi e che vengono scambiati con i propri partners commerciali. La gestione della qualità dei dati è un'attività della massima importanza poiché essi alimentano i sistemi aziendali ed hanno un impatto decisivo sul loro funzionamento.

OBIETTIVI

- Indicare linee guida per l'implementazione di un sistema aziendale per la gestione della qualità dei dati.
- Fornire strumenti e criteri di autovalutazione dello stato attuale della qualità dei dati e per una misurazione, nel tempo, della loro evoluzione (scorecards).
- Fornire indicazioni per il mantenimento di tali sistemi garantendo la qualità dei dati nel tempo.

CONTENUTI

- Raccomandazioni sulle procedure da adottare.
- Sistema di documentazione a supporto.
- Implementazione ed operatività.

DOCENZA

Indicod-Ecr

DESTINATARI

Responsabili e addetti di assicurazione qualità, sistemi informativi, amministrazione, responsabili magazzino, logistica, qualità e produzione

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
400 € + IVA

Aziende non associate:
500 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (1)
- 📖 Manuale
- 🍴 Lunch (1)
- ☕ Coffee break (2)
- 📄 Attestato di partecipazione

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	6 marzo 2012	Milano	8032089000529-004
	25 settembre 2012	Milano	8032089000529-005



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

TRACCIABILITÀ E RINTRACCIABILITÀ

Un percorso di implementazione che garantisce l'ottenimento di soluzioni efficaci nei processi aziendali e di filiera.

DOCENZA

Indicod-Ecr

DESTINATARI









Responsabili logistica, magazzino, qualità, produzione e sistemi informativi

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
800 € + IVA

Aziende non associate:
900 € + IVA

Comprende:

-  Sessione formativa in Aula (2)
-  Manuale
-  Role Playing (1)
-  Questionario di autovalutazione
-  Scorecard
-  Lunch (2)
-  Coffee break (4)
-  Attestato di partecipazione

OBIETTIVI

- Definire e precisare i contenuti della normativa vigente.
- Conoscere i processi e gli strumenti standard che ne permettono un'efficace gestione e implementazione.
- Comprendere le soluzioni, le opzioni e i vantaggi di una tracciabilità quale processo collaborativo tra gli attori della filiera.
- Valutare l'impatto dell'implementazione sui processi operativi ed i sistemi informativi interni alla propria azienda.

CONTENUTI

- Introduzione e definizioni di base.
- Elementi normativi - I nuovi obblighi per il settore Non Food.
- Gli elementi costitutivi un sistema di tracciabilità di filiera.
- Gli strumenti e i processi abilitanti.
- Il sistema di identificazione e tracciatura: l'unità e l'etichetta logistica.
- Analisi dei flussi di merci e di informazioni in Produzione e in Distribuzione.
- La piattaforma condivisa: le informazioni da trasmettere e le modalità di trasmissione.
- La gestione degli eventi accidentali: manuale operativo per la rintracciabilità, il blocco ed il richiamo dei prodotti.

Durata	Data	Città	Codice
2 giorni	21-22 maggio 2012	Milano	8032089000345-005
	22-23 ottobre 2012	Milano	8032089000345-006



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

DISPONIBILITÀ OTTIMALE A SCAFFALE - OSA

Misurare la mancanza dei prodotti sullo scaffale, comprenderne le cause lungo l'intera catena logistica, individuare le azioni per migliorare il livello di servizio al consumatore finale: sono tutti passi fondamentali per recuperare vendite perse e migliorare i risultati della filiera e della singola azienda.

OBIETTIVI

- Apprendere la metodologia e le logiche per rilevare e misurare le rotture di stock sullo scaffale secondo lo schema condiviso IDM/GDO.
- Definire l'impatto sul servizio al cliente e sulle vendite perse per il Produttore e per il Distributore.
- Valutare gli impatti in relazione alla categoria di prodotti, ai modelli d'acquisto, al tipo d'offerta e alla flessibilità del modello logistico.
- Comprendere gli standard suggeriti da ECR Italia per classificare le cause, rilevare gli indicatori chiave e confrontarsi con le best practice.
- Identificare le aree a maggior potenziale, le azioni e le funzioni coinvolte.

CONTENUTI

- Definizioni e formule per misurare l'OOS (Out-of-Stock) e l'OSA (Optimal Shelf Availability).
- Il modello operativo per la rilevazione fisica (nel punto vendita e, a ritroso, lungo la catena logistica) e per la misurazione informatica (dai sistemi informativi del Distributore o di terzi).
- Le indagini sulle reazioni del consumatore, per categoria e per segmento di prodotti.
- Le esperienze pilota in collaborazione tra Produttori e Distributori.

DOCENZA

Consulente esterno

DESTINATARI

Responsabili customer service, logistica, sistemi informativi, di punto vendita, di Cedi, capi reparto iper e super, category manager

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
400 € + IVA

Aziende non associate:
500 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (1)
- 📖 Manuale
- 🎭 Role Playing (1)
- 📊 Questionario di autovalutazione
- ✅ Scorecard
- 🍴 Lunch (1)
- ☕ Coffee break (2)
- 📄 Attestato di partecipazione

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	25 gennaio 2012	Milano	8032089000352-005
	26 settembre 2012	Milano	8032089000352-006



*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

RIDUZIONE DELLE PERDITE - SHRINKAGE

Misurare le perdite dei prodotti lungo l'intera supply chain, comprendere le responsabilità, guadagnare punti significativi di fatturato, di margine e migliorare il servizio cliente.

DOCENZA

Consulente esterno

DESTINATARI

Responsabili logistica, sistemi informativi, sicurezza, risorse umane, di punto vendita, di Cedi, capi reparto iper e super

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:

400 € + IVA

Aziende non associate:

500 € + IVA

Comprende:

📄 Sessione formativa in Aula (1)

📖 Manuale

🎭 Role Playing (2)

📊 Questionario di autovalutazione

📄 Scorecard

🍴 Lunch (1)

☕ Coffee break (2)

📄 Attestato di partecipazione

OBIETTIVI

- Apprendere la metodologia e le logiche per rilevare e misurare le perdite di prodotti e di valore lungo l'intera supply chain.
- Comprendere e valutare le cause: errori di gestione, danneggiamenti fisici, disguidi, scadenze e obsolescenza, differenze inventariali, furti.
- Valutare l'incidenza in relazione alle categorie di prodotto, ai punti deboli della catena e ai processi gestionali e operativi più sensibili.
- Saper individuare le responsabilità.
- Comprendere e recepire i percorsi per il recupero e i fattori critici.
- Identificare le aree a maggior potenziale, le azioni e le funzioni coinvolte.

CONTENUTI

- Definizione e classificazione delle possibili cause, in buona e in cattiva fede: dagli errori gestionali agli scarti, fino alle azioni fraudolente degli operatori e del consumatore.
- Modello operativo e strumenti per la rilevazione lungo i vari segmenti della supply chain (Cedi, trasporto, punto vendita) e nell'interfaccia tra operatori.
- Le esperienze pilota in collaborazione tra Produttori e Distributori.
- Le metodologie condivise, i fattori critici per il recupero e i risultati ottenibili.
- La sensibilizzazione e il coinvolgimento del personale a tutti i livelli.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	26 gennaio 2012	Milano	8032089000369-005
	27 settembre 2012	Milano	8032089000369-006



EARLY BIRD

*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

SCAMBIO ELETTRONICO DOCUMENTI EDI ED EURITMO



L'adozione di sistemi EDI per lo scambio elettronico dei documenti e di Euritmo, la soluzione semplificata WEB EDI per la comunicazione business to business promossa da Indicod-Ecr, consente di conseguire maggiore efficienza lungo la filiera nella gestione dei processi aziendali (ordini, conferme d'ordine, bolle di consegna, fatture, ecc.), risparmiando costi operativi legati alla gestione manuale dell'intero ciclo dell'ordine, migliorando quindi l'efficienza.

OBIETTIVI

- Fornire i concetti e gli elementi di base del sistema EDI e i suoi principali ambiti di applicazione.
- Apprendere i contenuti e le specificità del linguaggio standard per lo scambio di documenti in formato elettronico.
- Comprendere i vantaggi e i benefici derivanti dall'introduzione di un sistema di scambio elettronico dei documenti nei processi aziendali e di filiera.
- Capire come realizzare nella pratica un progetto EDI all'interno della propria azienda.
- Trasmettere i principi e le generalità inerenti il sistema Euritmo e i suoi principali ambiti di applicazione.
- Comprendere i vantaggi e i benefici derivanti dall'applicazione della soluzione Euritmo nei processi aziendali e di filiera.
- Capire come realizzare nella pratica un progetto Euritmo all'interno della propria azienda.
- Declinare gli aspetti generali attraverso esempi pratici, lo studio e lo sviluppo di casi aziendali.

EDI: CONTENUTI

- Il sistema EDI (Electronic Data Interchange): concetti generali.
- L'EDI applicato ai processi di filiera.
- Gli standard di comunicazione: EDIFACT.
- EDIFACT - Le componenti base dello standard.
- EANCOM - Lo standard EDI di GS1.
- I messaggi e le loro applicazioni nei processi di filiera.
- Applicazioni particolari.
- XLM: concetti di base.

EURITMO: CONTENUTI

- Il progetto Euritmo.
- Le funzionalità applicative.
- Cosa fare per attivarsi.
- La pianificazione e realizzazione di un progetto Euritmo.
- I risultati raggiunti da Euritmo: case history.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	7 maggio 2012	Milano	8032089000383-006
	29 ottobre 2012	Milano	8032089000383-007



Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

DOCENZA

Indicod-Ecr

DESTINATARI

Responsabili tecnici, logistica, acquisti, vendite, amministrazione e sistemi informativi

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
400 € + IVA

Aziende non associate:
500 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (1)
- 📖 Manuale
- 📊 Questionario di autovalutazione
- ✅ Scorecard
- 🍴 Lunch (1)
- ☕ Coffee break (2)
- 📄 Attestato di partecipazione

IL CICLO PERFETTO DELL'ORDINE - FPO

Il Fast Perfect Order (FPO) è una soluzione integrata tra Produttore, Distributore e terze parti che consente di standardizzare e rendere più efficienti i flussi e i processi di scambio delle merci e dei documenti di ordine, conferma d'ordine, avviso di spedizione e fattura con i partner commerciali.

DOCENZA

Indicod-Ecr

DESTINATARI









Responsabili logistica, acquisti, vendite, amministrazione, sistemi informativi

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
400 € + IVA

Aziende non associate:
500 € + IVA

Comprende:

-  Sessione formativa in Aula (1)
-  Manuale
-  Role Playing (1)
-  Questionario di autovalutazione
-  Scorecard
-  Lunch (1)
-  Coffee break (2)
-  Attestato di partecipazione

OBIETTIVI

- Condividere i principi e le logiche di base del Fast Perfect Order.
- Comprendere i vantaggi e i benefici derivanti dall'applicazione del FPO al ciclo dell'ordine.
- Valutare l'impatto dell'introduzione del FPO in termini di condizioni di applicabilità e regole di interazione.
- Sviluppare la capacità di scegliere il punto del processo da cui partire e i partner da coinvolgere.
- Comprendere come monitorare i risultati.
- Capire come realizzare nella pratica un progetto FPO all'interno della propria azienda.

CONTENUTI

- Il flusso delle informazioni: l'approccio tradizionale.
- FPO - Fast Perfect Order: descrizione del processo ottimale.
- Infrastrutture e tecnologie abilitanti: scambio elettronico dei documenti, codifica, etichettatura, catalogo elettronico, allineamento anagrafiche di prodotto.
- Benefici e risultati: il valore aggiunto.
- Il risvolto organizzativo all'interno delle aziende e la misura delle performance.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	21 giugno 2012	Milano	8032089000390-005
	4 dicembre 2012	Milano	8032089000390-006



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

CATALOGO ELETTRONICO GS1 GDSN

Mediamente il 47%⁽¹⁾ degli ordini d'acquisto della distribuzione non sono perfettamente allineati con le fatture: questo comporta notevoli costi per le aziende coinvolte e potenziali disservizi per il consumatore.

Il Catalogo Elettronico GS1 GDSN (Global Data Synchronisation Network) è un sistema che facilita la comunicazione, la condivisione e la sincronizzazione delle informazioni anagrafiche di prodotto, logistiche e di marketing tra Produttori e Distributori. Attraverso il Catalogo Elettronico, è possibile garantire l'allineamento tempestivo di informazioni standardizzate sui prodotti, permettendo di eliminare gli errori nei processi di interfaccia tra i vari partner commerciali e di migliorare l'efficienza della filiera.

⁽¹⁾ Fonte: Food Marketing Institute

OBIETTIVI

Aspetti funzionali

- Comprendere perché realizzare l'allineamento tempestivo e sincronizzato delle informazioni anagrafiche dei prodotti tra Produttori e Distributori.
- Esaminare le caratteristiche principali e i vantaggi dell'adozione del Catalogo Elettronico.
- Capire quali passi intraprendere per implementare un progetto GS1 GDSN.
- Vedere praticamente come funziona.

Aspetti tecnici

- Comprendere i meccanismi alla base della sincronizzazione delle informazioni.
- Capire quali informazioni possono o devono essere sincronizzate.
- Familiarizzare con alcuni esempi di architetture implementative.

CONTENUTI

Funzionali

- Le informazioni che possono essere condivise tra Produttore e Distributore tramite catalogo.
- Descrizione semplificata dei principi di funzionamento del GS1 GDSN.
- Analisi dei passi da intraprendere per implementare un progetto di Catalogo Elettronico.
- Struttura e funzionamento del Catalogo Elettronico.

Tecnici

- Le fasi di pubblicazione, registrazione, sottoscrizione e sincronizzazione dei dati.
- Il Global Registry e i Data Pool.
- Gli attributi obbligatori e opzionali: lo standard internazionale e la realtà nazionale.
- Global Product Classification: il sistema condiviso di classificazione di prodotti.
- Demo di funzionamento.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	20 febbraio 2012	Milano	8032089000406-011
	5 luglio 2012	Padova	8032089000406-012
	22 novembre 2012	Milano	8032089000406-013

DOCENZA

Indicod-Ecr

DESTINATARI

Responsabili logistica, commerciali, sistemi informativi, responsabili della codifica

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
400 € + IVA

Aziende non associate:
500 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (1)
- 📖 Manuale
- 📄 Questionario di autovalutazione
- ✅ Scorecard
- 🍴 Lunch (1)
- ☕ Coffee break (2)
- 📄 Attestato di partecipazione



Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

ETICHETTA ELETTRONICA E RADIOFREQUENZA - CORSO TEORICO

L'etichetta elettronica consente l'identificazione in radiofrequenza. Al fine di massimizzare i benefici associati è necessario comprenderne lo stato di evoluzione tecnologico, le prospettive future e le implicazioni a livello di organizzazione, di processi e di applicazioni che ne derivano.

DOCENZA

Indicod-Ecr e
Politecnico di Milano

DESTINATARI

Addetti delle aree:
logistica, produzione,
sistemi informativi,
organizzazione

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:


400 € + IVA

Aziende non

associate:


500 € + IVA


Comprende:

 Sessione
formativa
in Aula (1)

 Manuale

 Demo

 Lunch (1)

 Coffee break (2)

 Attestato di
partecipazione

SEDE

Il corso si terrà
presso il Lab
di Indicod-Ecr,
a Peschiera Borromeo
(MI) in via
G. di Vittorio, 61.

OBIETTIVI

- Comprendere gli aspetti tecnologici e i campi di applicazione.
- Valutare le opportunità, i vincoli e le barriere offerte dalla tecnologia EPC.
- Capire i vantaggi legati all'utilizzo di un sistema standard di identificazione applicato alla radiofrequenza.
- Analizzare l'impatto sui flussi e sui processi aziendali e sulla supply chain estesa.
- Conoscere lo scenario attuale e i principali business case internazionali.

CONTENUTI

- Introduzione alle tecnologie RFID attive e passive, caratteristiche, peculiarità, standard e legislazione.
- I campi di applicazione.
- I vantaggi degli standard: la strategia collaborativa e il Network EPCglobal.
- La tecnologia RFID/EPC e lo scenario strategico della GDO.
- Implementare l'EPC nella propria azienda: analisi tecnologica e di processo.
- Esempi pratici di applicazioni.
- Stimare gli investimenti necessari grazie al ROI tool sviluppato con il Politecnico di Milano.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	7 marzo 2012	Milano	8032089000413-006



EARLY BIRD

*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

ETICHETTA ELETTRONICA E RADIOFREQUENZA - CORSO PRATICO

Il Lab di Indicod-Ecr nasce nel 2007 come laboratorio di sperimentazione della tecnologia RFID/EPC e viene realizzato da Indicod-Ecr in collaborazione con la School of Management del Politecnico di Milano e con i più importanti partner del panorama nazionale ed internazionale. L'obiettivo è quello di eseguire studi di fattibilità e di testare l'implementazione della tecnologia RFID/EPC nell'ambito dei processi operativi della supply chain e realizzare verifiche pratiche per valutarne prestazioni, potenzialità, limiti e criticità.

OBIETTIVI

La giornata consente di testare concretamente le modalità di funzionamento della tecnologia RFID/EPC e, attraverso prove e simulazioni, di:

- Valutare la leggibilità dei tag RFID/EPC su colli/pallet/prodotti.
- Individuare il posizionamento più efficiente dei tag.
- Garantire la continuità/costanza dei risultati di lettura.
- Testare le diverse fasi del processo di movimentazione merce.

CONTENUTI

Viene simulata l'applicazione delle soluzioni RFID/EPC nei seguenti ambiti della filiera:

- Fine linea produzione.
- Assemblaggio pallets (fine linea produttiva).
- Area stoccaggio/picking (simulazione magazzino produzione/magazzino Cedi).
- Area spedizione/ricezione.
- Area test hardware RFID.
- Area magazzino a punto vendita.
- Punto vendita, suddiviso in area food e area non food.

DOCENZA

Indicod-Ecr e
Politecnico di Milano

DESTINATARI

Addetti delle aree:
logistica, produzione,
sistemi informativi,
organizzazione

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
400 € + IVA

Aziende non
associate:
500 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (1)
- 📖 Manuale
- ! Demo
- 🍴 Lunch (1)
- ☕ Coffee break (2)
- 📄 Attestato di partecipazione

SEDE

Il corso si terrà presso il Lab di Indicod-Ecr, a Peschiera Borromeo (MI) in via G. di Vittorio, 61.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	8 marzo 2012	Milano	8032089000420-006



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).



Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr è la Community costituita da tutti coloro che hanno partecipato ad un corso di quest'area, dell'Industria o della Distribuzione. Essere iscritti alla Community offre la possibilità di partecipare a eventi promossi da Indicod-Ecr, di essere invitati in anteprima ai nostri workshop e di contribuire allo sviluppo di questa comunità con stimoli, suggerimenti e idee. La partecipazione ad un corso dell'area dà diritto a far parte della Community.

DOCENZA

Consulente esterno

DESTINATARI

Product manager e assistenti, buyer e assistenti, trade marketing, key account manager, venditori, imprenditori, brand manager, category manager, responsabili delle vendite, responsabili merchandising

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:

880 € + IVA

Aziende non

associate:

980 € + IVA

Comprende:

📅 Sessione formativa in Aula (2)

📖 Manuale

🎭 Role Playing (4)

🍴 Lunch (2)

☕ Coffee break (4)

👤 Community

📄 Attestato di partecipazione

LE LEVE DEL RETAILING MIX

Il settore retail sta subendo una profonda e rapida trasformazione trovandosi ad operare in un ambito ad elevatissima competitività, che rende necessaria una differenziazione dell'offerta e un suo adattamento allo scenario competitivo locale. Capire le leve del retailing mix, sia per chi lavora nella Distribuzione sia per chi opera nell'Industria, fornisce la possibilità di effettuare scelte strategiche di marketing in linea con i bisogni dei consumatori, costruendo un solido vantaggio competitivo.

OBIETTIVI

- Conoscere le leve del retailing mix.
- Sperimentare i temi trattati con esercitazioni e casi reali.
- Confrontarsi su queste tematiche.

CONTENUTI

- Panoramica del sistema Industria-Distribuzione.
- Il retailing mix: visione d'insieme.
- L'assortimento: modelli di costruzione e analisi; impatti strategici e operativi.
- Il pricing: modelli di gestione e valutazione del pricing.
- Le promozioni: pianificazione e gestione operativa delle promozioni al consumo, misurazione dell'efficacia delle promozioni.
- Il merchandising: implicazioni strategiche e modelli gestionali degli spazi, degli scaffali e della comunicazione in store.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

Durata	Data	Città	Codice
2 giorni	29 febbraio-1 marzo 2012	Milano	8032089000437-012
	2-3 luglio 2012	Milano	8032089000437-013



EARLY BIRD

*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

CRM COLLABORATIVO

LA GESTIONE DELLA RELAZIONE CON IL CONSUMATORE



Il Customer Relationship Management (CRM) è l'approccio strategico per individuare e ottimizzare l'offerta ai diversi segmenti di clienti e per passare progressivamente dal mass marketing al one to one marketing. Il Customer Relationship Management collaborativo crea l'opportunità di generare valore con un consumatore target comune e di sviluppare una relazione reciproca e continuativa tra insegna, prodotti e i target di consumatori condivisi. Migliorare la soddisfazione del consumatore e le performance di Industria e Distribuzione nel tempo, creando valore. Questi gli obiettivi del modello Consumer Relationship Management congiunto messo a punto da ECR Italia.

OBIETTIVI

- Condividere i principi e le logiche di base del Consumer Relationship Management.
- Fornire una visione chiara e completa delle diverse tipologie di CRM per l'Industria e per la Distribuzione.
- Apprendere la metodologia e le logiche del modello di CRM collaborativo elaborato da ECR Italia.
- Capire come realizzare nella pratica un progetto di CRM collaborativo.
- Valutare l'impatto dell'implementazione sui processi operativi e i sistemi informativi interni alla propria azienda.

CONTENUTI

- Il Consumer Relationship Management: concetti generali.
- La nascita del CRM in Europa e in Italia.
- Le tipologie di CRM: Industria, Distribuzione, CRM collaborativo.
- Il CRM nell'Industria e nella Distribuzione.
- CRM collaborativo: definizioni, razionali ed esempi concreti.
- Lo stato dell'arte in Italia.
- Il modello di CRM collaborativo di ECR Italia.
- Le 4 fasi: allineamento, strategie e tattiche, segmentazione del consumatore, indicatori di performance.
- Gli impatti organizzativi.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	20 giugno 2012	Milano	8032089000475-005



*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

DOCENZA

Bain & Company

DESTINATARI

Product manager e assistenti, buyer e assistenti, trade marketing, key account manager, venditori, imprenditori, brand manager, category manager, responsabili delle vendite, merchandising, acquisti, logistica, marketing, sistemi informativi e commerciali

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
600 € + IVA
Aziende non associate:
700 € + IVA

Comprende:

- 📄 Sessione formativa in Aula (1)
- 📖 Manuale
- 🎭 Role Playing (1)
- 📊 Questionario di autovalutazione
- 📄 Scorecard
- 🍽️ Lunch (1)
- ☕ Coffee break (2)
- 🌐 Community
- 📄 Attestato di partecipazione

La normativa antitrust si fonda sul principio cardine che una concorrenza effettiva tra gli operatori sul mercato comporti la fornitura di prodotti e servizi tecnologicamente avanzati, a prezzi competitivi, a vantaggio dei consumatori finali. Il taglio è conciso e pragmatico al fine di permettere la sua immediata fruibilità da parte dei partecipanti.

DOCENZA

Studio legale
Hogan Lovells
o responsabili legali
di Aziende

DESTINATARI

Responsabili
commerciali,
responsabili
vendite e account
manager, responsabili
acquisti e buyer,
responsabili finanziari,
responsabili
marketing e legali

QUOTA DI PARTECIPAZIONE





Aziende associate:

200 € + IVA

Aziende non associate:

300 € + IVA

Comprende:

-  Sessione formativa
in Aula (1/2)
-  Manuale
-  Coffee break (1)
-  Community
-  Attestato di
partecipazione

OBIETTIVI

- Permettere ai dipendenti delle Aziende di riconoscere, nello svolgimento delle loro funzioni, situazioni e aree di rischio che potrebbero avere conseguenze severe per le loro imprese.
- Acquisire una maggiore familiarità con la normativa antitrust contribuirà a relazioni più corrette tra le imprese della Produzione e quelle della Distribuzione dei beni di largo consumo.

CONTENUTI

- Cos'è l'antitrust.
- La corretta relazione Industria/Distribuzione.
- Il divieto di triangolazione Industria/Distribuzione/Industria.
- Il divieto di abuso di posizione dominante.
- Le ispezioni a sorpresa e le sanzioni.
- Quali implicazioni per le imprese.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

Durata	Data	Città	Codice
1/2 giornata	15 marzo 2012	Milano	8032089000499-005
	19 settembre 2012	Milano	8032089000499-006



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

WORKSHOP PRATICO DI MERCHANDISING

A fronte di uno scenario retail sempre più complesso e competitivo è importante conoscere sempre meglio la Distribuzione, nei suoi diversi canali, attraverso una conoscenza pratica e sul campo. Questo workshop è una giornata pratica che ti darà l'opportunità di approfondire sul campo le logiche che guidano i Distributori nella gestione del merchandising, inteso come gestione degli spazi e dei display, e come si integrano queste logiche con la gestione delle categorie e degli acquisti. Il workshop ti darà gli strumenti per costruire un piano di merchandising e ti fornirà l'opportunità di vederlo implementato praticamente al fine di soddisfare le esigenze dei clienti e di far sviluppare le vendite. Ti consentirà di conoscere le criticità, gli aspetti operativi che non consentono una gestione ottimale per il sistema e in ultima analisi per il consumatore finale.

OBIETTIVI

- Inquadrare il merchandising:
 - in linea con i clienti-consumatori
 - integrato con le logiche e i vincoli dei Distributori.
- Imparare a creare un piano di merchandising.
- Conoscere praticamente come lavora un Distributore nel punto vendita e quali sono le criticità incontrate.
- Mettere in pratica sul campo le scelte di marketing effettuate.

CONTENUTI

- Le aspettative emergenti dei clienti di fronte allo scaffale.
- Le sfide del merchandising.
- Come viene gestito il merchandising dal Distributore ospite (intervento del Distributore)
 - obiettivi
 - vincoli e difficoltà
 - fattori di successo
 - caso di successo di merchandising come "servizio".
- Visita guidata nel punto vendita.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

Questa giornata pratica si svolge presso punti vendita.

Consulta il sito <http://indicod-ecr.it/formazione/merchandising> per conoscere le date del corso e la località.

Per i Distributori possiamo organizzare delle sessioni aziendali ad hoc.



*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

DOCENZA

Consulente esterno e Indicod-Ecr

DESTINATARI

Product manager e assistenti, responsabili marketing e trade marketing, category manager, responsabili ricerche di mercato, vendite, merchandising, acquisti e logistica

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate: 600 € + IVA

Aziende non associate: 700 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (1/2)
- 📖 Manuale
- 🔗 Esercitazione
- ✅ Scorecard
- 🍽️ Lunch (1)
- 👥 Community
- 📄 Attestato di partecipazione

INDUSTRIA/DISTRIBUZIONE: CORSO INTRODUTTIVO

In uno scenario complesso è importante acquisire una visione d'insieme, in modo da non limitarsi a conoscere il proprio compito in azienda ma capire che impatto ha il proprio lavoro nell'ambito più esteso della filiera Industria/Distribuzione e quali sono i possibili impatti.

Avere una visione d'insieme della filiera del largo consumo capire come funziona e confrontarsi su questi temi diventa un fattore critico di successo che consente di ampliare la propria visione, di capire meglio le logiche e di dare un contributo più consapevole.

DOCENZA

Consulente esterno
o Indicod-Ecr

DESTINATARI

Junior product manager,
product manager,
personale dell'area
supply chain, assistant
buyer e buyer, junior
category, category,
trade marketing,
apprendisti

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
600 € + IVA

Aziende non associate:
700 € + IVA

Comprende:

-  Sessione formativa
in Aula (1)
-  Manuale
-  Coffee break (2)
-  Lunch (1)
-  Community
-  Attestato di
partecipazione

OBIETTIVI

- Capire come funziona il modello della filiera.
- Far comprendere a chi lavora in ambito commerciale le logiche di chi lavora nella supply chain.
- Far comprendere a chi lavora in ambito supply chain le logiche di chi lavora in ambito commerciale.
- Sviluppare un confronto con i lavori di gruppo.

CONTENUTI

- Il modello di gestione della filiera.
- Le principali aree di lavoro congiunto Industria/Distribuzione.
- Il percorso evolutivo della filiera.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	29 marzo 2012	Milano	8032089000536-007
	13 giugno 2012	Milano	8032089000536-008
	17 ottobre 2012	Milano	8032089000536-009



Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

LIQUIDAZIONE DEGLI INCENTIVI COMMERCIALI E PROBLEMATICHE FISCALI - LINEE GUIDA AMMINISTRATIVE



Una corretta procedura di liquidazione degli incentivi commerciali presuppone una dettagliata conoscenza dei molteplici istituti contrattuali in essere e le implicazioni relative ad un corretto trattamento fiscale.

OBIETTIVI

Fornire le linee guida ECR: indicazioni pratiche in materia di liquidazione degli incentivi commerciali partendo da una analisi del complesso e articolato sistema dei rapporti Industria/Distribuzione e dare esempi di applicazione pratica presso un'Industria di Marca e un Distributore.

CONTENUTI

- Compensi per servizi promozionali.
- Compensi alla Centrale.
- Sconti e premi di fine periodo.
- Definizioni e determinazione dei compensi.
- Trattamento fiscale.
- Informazioni da esplicitare nella documentazione.
- Documenti da conservare ai fini fiscali.
- Applicazione pratica presso un'Industria di Marca.
- Applicazione pratica presso un Distributore.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

DOCENZA

Direttori amministrativi o fiscali di grandi aziende Industriali e Distributive

DESTINATARI

Direttori e responsabili amministrativi e fiscali, responsabili della relazione commerciale, responsabili del controllo di gestione, direttori marketing e commerciali, national key account, buyer

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
200 € + IVA

Aziende non associate:
300 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (1/2)
- 📖 Manuale
- ☕ Coffee break (1)
- 👥 Community
- 📄 Attestato di partecipazione

Durata	Data	Città	Codice
½ giornata	18 ottobre 2012	Milano	8032089000482-006



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

Una categoria è un gruppo ben definito di prodotti/servizi che il consumatore percepisce come tra loro correlati e sostituibili nella soddisfazione di una sua esigenza. Il Category Management è un processo comune tra Produttore e Distributore in cui le categorie sono gestite come Unità di Business, con l'obiettivo di aumentare il fatturato e l'utile attraverso una maggiore soddisfazione dei consumatori. Focalizzarsi sempre più sulle esigenze dei consumatori, imparare a gestire il business per categoria di prodotti, rafforzare la relazione Produttore-Distributore: 3 innovazioni alla base del Modello operativo del Category Management messo a punto da Indicod-Ecr.

DOCENZA

Consulente esterno

DESTINATARI

Product manager e assistenti, buyer e assistenti, trade marketing, key account manager, venditori, imprenditori, brand manager, category manager, responsabili delle vendite, responsabili merchandising, responsabili acquisti, responsabili logistica

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:

880 € + IVA

Aziende non

associate:

980 € + IVA

Comprende:

Sessione formativa in Aula (2)

Manuale

Role Playing (4)

Lunch (2)

Coffee break (4)

Community

Attestato di partecipazione

OBIETTIVI

- Apprendere la metodologia e le logiche alla base del processo di gestione per categoria.
- Fornire una visione chiara ed esaustiva nell'ambito della relazione esistente tra Produttore e Distributore.
- Comprendere il valore aggiunto con il modello di Category Management come pratica congiunta tra Produttore e Distributore.
- Capire come realizzare nella pratica un progetto di Category Management in tutte le sue fasi.

CONTENUTI

- Il Category Management in Europa e in Italia.
- Il modello operativo per il Sistema Italia: visione d'insieme.
- Le 8 fasi del processo di Category Management.
- Le fasi di definizione e allineamento strategico.
- Le fasi di definizione degli obiettivi e valutazione delle performance.
- Le tattiche: contenuti ed elementi chiave.
- Il piano di implementazione.
- La revisione e la messa a regime del processo.
- Gli impatti del Category Management all'interno dell'azienda.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

Durata	Data	Città	Codice
2 giorni	8-9 febbraio 2012	Milano	8032089000444-009
	10-11 ottobre 2012	Milano	8032089000444-010



Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

Per promuovere l'applicazione del Modello operativo di Category Management all'interno delle aziende del largo consumo, ECR Italia ha sviluppato il "Tool-kit di Category Management", un insieme di strumenti e di regole operative per individuare, analizzare e rimuovere le barriere alla corretta applicazione del Category Management. Il corso parte dagli impatti sulle strategie aziendali, prosegue con i cambiamenti organizzativi richiesti e con un modello per la messa a punto dei sistemi informativi di supporto, per concludersi con le aree di interfaccia con i processi operativi (logistica e supply chain management) e un modello di riferimento per l'implementazione.

OBIETTIVI

- Promuovere l'adozione del Modello operativo di Category Management.
- Trasformare i singoli progetti in un processo continuo di Category Management.
- Sviluppare un'integrazione con gli altri processi aziendali, sia all'interno delle aziende sia nel processo collaborativo.
- Comprendere e definire il supporto richiesto ai sistemi informativi.
- Capire come estendere il piano di Category definito a un numero significativo di punti vendita dopo la fase di test.
- Valutare gli impatti logistici del Category Management.

CONTENUTI

- Lo stato dell'arte del Category Management e le priorità di sviluppo.
- Il Tool-kit di Category Management: definizione e aree di integrazione con il processo a 8 fasi di Category Management.
- I prerequisiti strategici, organizzativi e tecnici.
- Il coordinamento con la logistica.
- L'ottimizzazione del percorso di implementazione.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

Durata	Data	Città	Codice
2 giorni	16-17 maggio 2012	Milano	8032089000451-009
	14-15 novembre 2012	Milano	8032089000451-010



*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

DOCENZA

Consulente esterno

DESTINATARI

Product manager e assistenti, buyer e assistenti, trade marketing, key account manager, venditori, imprenditori, brand manager, category manager, responsabili delle vendite, responsabili merchandising, responsabili acquisti, logistica, supply chain, sistemi informativi

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
880 € + IVA

Aziende non associate:
980 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (2)
- 📖 Manuale
- 🎭 Role Playing (1)
- 📊 Questionario di autovalutazione
- ✅ Scorecard
- 🍴 Lunch (2)
- ☕ Coffee break (4)
- 👥 Community
- 📄 Attestato di partecipazione

Il Category Management è il processo comune Industria-Distribuzione che vede le categorie gestite come Unità Strategiche di Business con l'obiettivo di aumentare il fatturato e l'utile attraverso una maggiore soddisfazione del consumatore. Questo workshop avanzato si pone l'obiettivo di proporre le case history più rilevanti e condividerle con i partecipanti, mettendo assieme l'esperienza dei partecipanti al fine di generare confronto e dibattito e di essere fonte d'ispirazione per progetti da svolgere in azienda. È un'importante occasione di confronto che prende in considerazione diversi settori merceologici.

DOCENZA

Bain & Company

DESTINATARI

Buyer, brand manager, trade marketing manager, category manager, direttori commerciali, direttori acquisti, direttori logistica, responsabili di canale, area manager, ispettori, venditori con esperienza significativa, imprenditori, product manager

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:





600 € + IVA

Aziende non

associate:

700 € + IVA

Comprende:

-  Sessione formativa in Aula (1)
-  Manuale
-  Lunch (1)
-  Coffee break (2)
-  Community
-  Attestato di partecipazione

OBIETTIVI

- Aggiornarsi sull'evoluzione dello scenario Industria e Distribuzione in Italia e all'estero.
- Conoscere e confrontarsi sulle case history più rilevanti, recenti e di successo.
- Confrontare le opinioni per un dibattito costruttivo.

CONTENUTI

- Evoluzione del Category: una panoramica su diverse categorie e settori merceologici.
- Illustrazione delle recenti case history più rilevanti e di successo.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

È prerequisite aver partecipato almeno ad un corso di Category o avere una consolidata esperienza aziendale di gestione di progetti di Category.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	17 aprile 2012	Milano	8032089000468-005



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

Il seminario è destinato a personale dell'area commerciale dell'Industria e della Distribuzione ed è stato sviluppato partendo dai risultati di un tavolo congiunto Indicod-Ecr che ha delineato l'universo complesso e articolato dei rapporti commerciali tra Industria e Distribuzione.

Saranno trattate le principali categorie di incentivi commerciali, sia come sconto sia come iniziative promozionali o di servizio e le relative implicazioni fiscali.

OBIETTIVI

- Conoscere e classificare le poste contrattuali.
- Comprendere i rischi legati alla gestione non conforme alla normativa fiscale.

CONTENUTI

- Poste contrattuali: classificazione e modalità gestionali.
- Rischi fiscali relativi a una non corretta attribuzione delle poste contrattuali.
- Implicazioni operative: azioni per una corretta gestione delle poste, con riferimento alle best practice.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

DOCENZA

Consulente esterno

DESTINATARI

Key account e assistenti, venditori, capi area, direttori vendite e acquisti, buyer e assistenti, trade marketing.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:

200 € + IVA

Aziende non

associate:

300 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (1/2)
- 📖 Manuale
- 🕒 Esercitazione
- ☕ Coffee break (1)
- 👥 Community
- 📄 Attestato di partecipazione

Durata	Data	Città	Codice
1/2 giornata	14 marzo 2012	Milano	8032089000550-001
	14 giugno 2012	Milano	8032089000550-002
	27 settembre 2012	Milano	8032089000550-003
	28 novembre 2012	Milano	8032089000550-004



*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

MODELLO DI CREAZIONE DI VALORE INDUSTRIA/DISTRIBUZIONE

La negoziazione legata al rinnovo dei contratti assorbe molto tempo nei rapporti Industria/Distribuzione. Al fine di considerare anche il consumatore nei contenuti della negoziazione, ECR Italia ha identificato un nuovo modello di relazione che focalizza la negoziazione sul miglioramento delle performance, al fine di soddisfare meglio il consumatore e migliorare quindi l'efficienza del sistema Industria/Distribuzione. In questa giornata verranno presentati anche i risultati dei lavori sull'innovazione, che sono un modello condiviso Industria/Distribuzione e che hanno come obiettivo una maggiore efficacia ed efficienza del processo di innovazione.

DOCENZA

Bain & Company

DESTINATARI






Buyer e assistenti, trade marketing, key account manager, venditori, imprenditori, category manager, responsabili delle vendite.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
600 € + IVA

Aziende non associate:
700 € + IVA

Comprende:

-  Sessione formativa in Aula (1)
-  Manuale
-  Esercitazione
-  Lunch (1)
-  Coffee break (2)
-  Community
-  Attestato di partecipazione

OBIETTIVI

- Conoscere il nuovo modello di relazione Industria/Distribuzione.
- Conoscere il modello condiviso Industria/Distribuzione relativo all'innovazione.
- Confrontarsi su queste tematiche.

CONTENUTI

- Nuovo modello di relazione ECR
 - Obiettivo e approccio
 - Confronto tra paesi europei
 - I principi del nuovo modello.
- Nuovo modello di relazione: modello operativo
 - Il modello operativo
 - Condivisione dei risultati dei progetti pilota.
- Processo di Innovazione ECR
 - Obiettivi del progetto e criticità del modello attuale
 - Confronto con paesi europei
 - Linee Guida del nuovo processo
 - Condivisione del rischio.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	26 giugno 2012	Milano	8032089000543-004
	24 ottobre 2012	Milano	8032089000543-005
	29 novembre 2012	Milano	8032089000543-006



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

CONVERSAZIONI CRUCIALI PROPEDEUTICO PER NEGOZIARE MEGLIO

NEW
2012

In uno scenario molto competitivo, dove industria e distribuzione si trovano di fronte a molte sfide e a obiettivi ambiziosi, imparare ad essere sempre più efficaci diventa un fattore critico di successo. Conversazioni Cruciali è un corso di formazione propedeutico allo sviluppo delle skill di negoziazione. Il corso è stato creato per aiutare le persone e le organizzazioni a diventare più efficaci, a ottenere risultati migliori quando la posta in gioco è alta. Esso si basa sull'apprendere e sperimentare tecniche di dialogo consapevole, aperto e costruttivo, anche in presenza di accentuate divergenze di opinione, interessi conflittuali e forte coinvolgimento emotivo. In qualunque ambito, qualunque sia il risultato cui si tende (profitto, volumi di produzione, qualità, soddisfazione del cliente, fatturato, team work, etc.), spesso dietro il mancato raggiungimento di tali risultati, si nascondono delle Conversazioni Cruciali che non gestiamo affatto o gestiamo in modo inefficace. Ci troviamo di fronte, quindi, a una Conversazione Cruciale tutte le volte in cui si presentano contemporaneamente queste tre componenti: punti di vista contrastanti, posta in gioco alta e forte coinvolgimento emotivo. In queste circostanze, dunque, invece di procedere nel raggiungimento dei nostri obiettivi, ci sentiamo bloccati in situazioni di stallo da cui non siamo in grado di uscire perché non sappiamo come gestire adeguatamente le nostre Conversazioni Cruciali.

OBIETTIVI

- Riconoscere le situazioni bloccate o di stallo e le Conversazioni Cruciali che le rendono tali.
- Affrontare con maggiore sicurezza situazioni ad alto rischio.
- Trasformare la rabbia e le emozioni negative in dialogo efficace.
- Mantenere la sicurezza per poter parlare di qualunque argomento.
- Essere persuasivi, non aggressivi o remissivi.

CONTENUTI

- Riconoscere le situazioni in cui siamo bloccati: individuare le Conversazioni Cruciali che le determinano.
- Cominciare dal cuore: comprendere le nostre motivazioni.
- Imparare a guardare: come accorgersi quando la sicurezza è a rischio e si sta entrando in una Conversazione Cruciale.
- Mantenere la sicurezza nel dialogo: come riuscire a parlare di tutto con tutti.
- Gestire le mie storie: come rimanere in dialogo quando sono in gioco forti emozioni.
- Descrivere il mio percorso: come parlare in modo persuasivo, non aspro.
- Esplorare i percorsi degli altri: ascoltare quando gli altri sono in preda alle emozioni.
- Passare all'azione: trasformare le Conversazioni Cruciali in azioni e risultati.

Durata	Data	Città	Codice
2 giorni	21-22 marzo 2012	Milano	8032089000574-001
	23-24 maggio 2012	Milano	8032089000574-002
	7-8 novembre 2012	Milano	8032089000574-003
	11-12 dicembre 2012	Milano	8032089000574-004



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

DOCENZA

Consulente esterno o Indicod-Ecr

DESTINATARI

Product manager e assistenti, buyer e assistenti, trade marketing, key account manager, venditori, imprenditori, brand manager, category manager, responsabili delle vendite, responsabili merchandising, capi area.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
880 € + IVA

Aziende non associate:
980 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (2)
- 📖 Manuale
- 🎯 Esercitazione
- 🍽️ Lunch (2)
- ☕ Coffee break (4)
- 📄 Attestato di partecipazione

Nella relazione Industria/Distribuzione la negoziazione riveste un ruolo fondamentale. Per negoziazione si intende l'interazione tra le due parti al fine di conseguire entrambi i propri obiettivi e soddisfare al meglio il consumatore.

Ma non si limita a questo: tutti i giorni negoziamo molte volte anche all'interno delle aziende, con i nostri clienti interni e anche nella nostra vita privata, poiché nessuna relazione è del tutto priva di negoziazione.

Una negoziazione efficace deve necessariamente apportare valore a tutte le parti in gioco.

L'obiettivo della negoziazione è di permettere alle parti coinvolte di vedere le diverse possibilità al fine di stipulare accordi win-win, per instaurare relazioni personali durature e basate sulla reciproca comprensione e fiducia.

Questo laboratorio di due giornate sull'arte negoziale pone al centro proprio la relazione interpersonale: costruire e alimentare quotidianamente una buona relazione, creare un clima di fiducia, gestire positivamente le obiezioni e costruire l'accordo sugli interessi comuni porta a una negoziazione win-win, nella quale si è entrambi soddisfatti e si costruisce un rapporto professionale di lungo periodo, a vantaggio del consumatore finale.

DOCENZA

Consulente esterno

DESTINATARI






Product manager e assistenti, buyer e assistenti, trade marketing, key account manager, venditori, imprenditori, brand manager, category manager, responsabili delle vendite, responsabili merchandising, capi area

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
880 € + IVA

Aziende non associate:
980 € + IVA

Comprende:

-  Sessione formativa in Aula (2)
-  Manuale
-  Role Playing (4)
-  Questionario di autovalutazione
-  Scorecard
-  Lunch (2)
-  Coffee break (4)
-  Attestato di partecipazione

OBIETTIVI

- Saper guardare alla negoziazione non come a una tecnica ma come a una relazione complessa.
- Imparare a porsi domande sulle aspettative, sugli interessi, sui bisogni dell'interlocutore.
- Imparare a lavorare alla ricerca del buon accordo e non più del compromesso.
- Imparare a gestire le emozioni nella fase negoziale.
- Allenarsi a costruire delle strategie di negoziazione.

CONTENUTI

- Essere convinti per poter convincere.
- La gestione delle obiezioni.
- Gli ingredienti della negoziazione di successo.
- Distinzione tra posizione e interessi, e dunque tra compromesso e accordo.
- Gli approcci possibili alla negoziazione: dalla negoziazione win-lose alla negoziazione win-win.
- L'importanza del linguaggio nelle fasi della negoziazione.
- La gestione delle emozioni nella negoziazione.

Durata	Data	Città	Codice
2 giorni	2-3 febbraio 2012	Milano	8032089000581-001
	4-5 giugno 2012	Milano	8032089000581-002
	3-4 ottobre 2012	Milano	8032089000581-003



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

OSSERVATORIO NON FOOD X EDIZIONE

IL MONDO DEL NON FOOD SOTTO LALENTE DI INGRANDIMENTO DI INDICOD-ECR

Il mondo dei beni durevoli ormai da diversi anni ha raggiunto un'importanza di rilievo nell'economia della Grande Distribuzione Moderna, mostrando le diverse strategie - in continua evoluzione - adottate da Ipermercati e Grandi Superfici Specializzate. L'Osservatorio Non Food di Indicod-Ecr è il punto di riferimento per la misurazione delle performance del comparto Non Food, ormai, dal 2003 e giunge alla sua decima edizione attraverso un processo di consolidamento delle aree tematiche di base senza mai dimenticare di offrire, anno dopo anno, nuovi spunti, riflessioni e approfondimenti. Nell'edizione del 2011, l'analisi si è arricchita di nuovi elementi: continua l'aggiornamento del censimento di tutti i punti vendita specializzati operanti nel mondo del Non Food, mappandoli nelle diverse "agglomerazioni commerciali" (centro commerciale, parco commerciale, centro città, factory outlet...) presenti sul territorio italiano ed evidenziando le nuove tendenze di logistica e sviluppo della rete di vendita nei vari comparti; è stato realizzato uno studio sul Consumatore che va ad arricchire i risultati conseguiti negli anni precedenti: un nuovo tassello su quanto e come gli anni della crisi ne abbiano influenzato il comportamento a seconda del comparto e del canale preferenziale di acquisto (Grande Superficie Specializzata, Ipermercato, Negozio Tradizionale); si apre un nuovo capitolo sugli Ipermercati: le performance nel mondo del Non Food non sono uguali per tutti i punti vendita e scoprire che caratteristiche commerciali hanno gli Ipermercati "best" è solo l'inizio; infine, è stato aggiornato il dossier dedicato al Bricolage che ha esplorato, per il quarto anno di seguito, un comparto del Non Food attraverso un censimento dei punti vendita per localizzazione geografica e metri quadri di vendita. Cosa comprenderà la nuova edizione del 2012? Si confermerà il trend positivo registrato nel 2010 per le performance del mondo del Non Food? Il comparto del Bricolage come affronterà le nuove tendenze dell'associazionismo di "qualità" e del nascente interesse delle GSS alla localizzazione urbana? Perché solo in alcuni Ipermercati e non in tutti, il mondo del Non Food ottiene risultati eccellenti? Cosa ne pensa il consumatore?

IL SEMINARIO

Per presentare i risultati del suo Osservatorio Non Food 2012 Indicod-Ecr organizza un seminario che si terrà a Milano il prossimo giugno.

OBIETTIVI

- Analizzare in modo sistematico il ruolo economico della distribuzione moderna nel mondo del Non Food, differenziando tra le varie forme distributive specializzate e non in cui si articola.
- Fornire un quadro esaustivo delle dinamiche che caratterizzano i diversi comparti merceologici e la rete di vendita.
- Offrire un supporto alla lettura del comportamento del consumatore e delle sue abitudini nell'acquisto di categorie non alimentari.

Per informazioni:

Tel. 02.777212372 • www.indicod-ecr.it • e-mail: samanta.correale@indicod-ecr.it

Durata	Data	Città
½ giornata	19 giugno 2012	Milano



*Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).*

DESTINATARI

Responsabili delle aree marketing e commerciale, studi e ricerche delle imprese della grande distribuzione alimentare, delle grandi superfici specializzate e delle aziende di produzione operanti nel comparto.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate
ADM o IBC:
800 € + IVA

Aziende non associate:
1.000 € + IVA

Società di Servizi -
Consulenza - Altro:
5.000 € + IVA

Comprende:

- 📅 Sessione formativa in Aula (1/2)
- 📄 Documentazione
- ☕ Coffee break (1)
- 🍴 Lunch (1)

LE COMPETENZE TRASVERSALI DELLE DONNE NELL'ORGANIZZAZIONE: ANALISI E VALORIZZAZIONE

NEW
2012

L'Italia sconta uno storico gap nei confronti della maggior parte delle economie sviluppate in termini di impiego femminile. Una maggiore partecipazione delle donne alla forza lavoro del Paese potrebbe attivare un circolo virtuoso atto a favorire sia la crescita del PIL e dei consumi sia l'incremento del numero medio di figli nel nostro Paese.

Una delle iniziative del piano di rilancio presentato da Indicod-Ecr è lo sviluppo dell'occupazione femminile, che porta a un aumento del reddito familiare disponibile e quindi dei consumi del settore.

All'interno di questa cornice di attenzione nei confronti della presenza femminile nel mondo del lavoro, è stato sviluppato il corso di analisi e valorizzazione delle competenze delle donne, la cui finalità generale è quella di aumentare la consapevolezza delle competenze che le donne portano nelle organizzazioni, perché le "giochino" ancor meglio.

La riflessione sulla differenza di genere e sui diversi ambiti della vita che vedono le donne impegnate in numerosi ruoli sarà inoltre di supporto per pianificare modalità per "viverli" in modo migliore.

DOCENZA

Consultante esterno

DESTINATARI

Product manager e assistenti, buyer e assistenti, trade marketing, key account manager, venditori, imprenditori, brand manager, category manager, responsabili delle vendite, responsabili merchandising, tutte le donne inserite nel mondo del lavoro.

QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Aziende associate:
600 € + IVA

Aziende non associate:
700 € + IVA

Comprende:

-  Sessione formativa in Aula (1)
-  Manuale
-  Esercitazione
-  Lunch (1)
-  Coffee break (2)
-  Community
-  Attestato di partecipazione

OBIETTIVI

Utilizzare la lettura della differenza di genere per:

- Riflettere su sé come donna all'interno dell'Organizzazione.
- Riconoscere e dare valore alle competenze delle donne.
- Rinforzare la strutturazione di sé e l'autostima.
- Produrre un piano d'azione per gestire con minor stress le diverse sfere della vita.

CONTENUTI

- Tempi di vita e di lavoro delle donne.
- Evoluzione del rapporto donne/lavoro.
- Le donne all'interno dell'organizzazione: consapevolezza dei propri valori e capacità.
- Analisi delle capacità femminili nelle diverse sfere: personale, sociale e lavorativa.
- Le capacità specifiche delle donne e il valore aggiunto che producono nelle organizzazioni sociali e lavorative.
- Piano d'azione per gestire con maggior equilibrio le diverse sfere della vita.

MARKETING & SALES COMMUNITY DI INDICOD-ECR

La partecipazione al corso dà diritto all'iscrizione alla Marketing & Sales Community di Indicod-Ecr.

Durata	Data	Città	Codice
1 giorno	19 marzo 2012	Milano	8032089000598-001
	28 maggio 2012	Milano	8032089000598-002
	5 novembre 2012	Milano	8032089000598-003



EARLY BIRD

Sconto 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi;
Sconto 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone).

FORMAZIONE IN AZIENDA

Nell'ottica di offrire un servizio che possa essere il più possibile vicino alle esigenze delle aziende, Indicod-Ecr propone la possibilità di richiedere l'erogazione dei corsi previsti dal suo catalogo, direttamente in azienda e di personalizzare i corsi in funzione di specifiche esigenze aziendali. Le aziende possono in questo modo ottenere numerosi vantaggi, tra cui:

- Formare un numero elevato di dipendenti
- Discutere casi aziendali durante i corsi
- Limitare i costi eliminando spese di viaggio e di soggiorno

È possibile pianificare di inserire i nostri corsi nei cataloghi aziendali di formazione, in modo da formare progressivamente tutti i dipendenti sulle tematiche individuate.

FORMAZIONE ON LINE

La formazione on line rappresenta uno strumento per acquisire le conoscenze di base sul sistema GS1 a distanza, in modo flessibile e personalizzato. Per questo è stata sviluppata ad hoc la piattaforma "GS1 LEARN" che Indicod-Ecr mette a disposizione delle imprese per fruire di questi percorsi formativi.

I corsi sono in inglese e toccano diverse aree tra le quali la codifica e il Catalogo Elettronico (GS1 GDSN).

Per informazioni collegati al sito:

<http://www.indicod-ecr.it/corsi-on-line>

DOCENZA

Per ogni corso abbiamo scelto la docenza più qualificata e autorevole.

La docenza dei corsi è curata da personale Indicod-Ecr oppure da consulenti esterni.

I docenti Indicod-Ecr sono le persone che seguono direttamente l'area progettuale specifica a cui è dedicato il corso e i relativi gruppi di lavoro: sono quindi gli esperti Indicod-Ecr maggiormente autorevoli sulle tematiche trattate e i referenti per le aziende sui progetti di competenza.

Le consulenze esterne sono a cura di prestigiose Società, Università o professionisti che affiancano ad un'approfondita conoscenza dei temi trattati una competenza diretta delle materie oggetto dei corsi.

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE

Al termine del corso verrà rilasciato un attestato di partecipazione a chi avrà frequentato il 75% del totale del corso.

ISCRIZIONE E QUOTA DI PARTECIPAZIONE

Quote

L'intera quota va versata in anticipo. Verifica per ogni corso l'importo della quota di partecipazione e i servizi compresi.

La quota non include le spese sostenute per i viaggi e l'eventuale pernottamento del partecipante. Sono previste quote agevolate per il pernottamento negli alberghi sede dei corsi.

Modalità di adesione

Iscriviti on-line collegandoti a <http://indicod-ecr.it/eventi/> oppure chiama il numero 02.777212330.

La quota deve essere versata all'atto dell'iscrizione e comunque prima dell'inizio del corso.

Annullamento

Poiché il numero dei partecipanti è limitato, le iscrizioni verranno accettate secondo l'ordine cronologico d'arrivo. In caso di rinuncia occorre inviare una comunicazione scritta entro 5 giorni lavorativi dall'inizio del corso e verrà addebitato il 25% dell'iscrizione. Per rinunce pervenute successivamente, sarà addebitata l'intera quota d'iscrizione. In caso di cancellazione del corso, per qualsiasi causa, la responsabilità di Indicod-Ecr si intende limitata al rimborso delle quote di partecipazione già versate.

Sede e orario

Sede dei corsi e orari verranno comunicati tramite e-mail.

Per informazioni

Tel: 02.777212330 Fax: 02.76392405

E-mail: formazione@indicod-ecr.it

<http://www.indicod-ecr.it/formazione>

CALENDARIO DEI CORSI 2012

	Gen.	Feb.	Mar.	Apr.	Mag.	Giu.	Lug.	Set.	Ott.	Nov.	Dic.
AREA TECNICA											
Sistema di Codifica GS1	18			19				20		(Pd) 20	
GS1 DataBar									8		
GS1 DataMatrix			12								
Gestione della qualità dei dati			6					25			
AREA SUPPLY CHAIN											
Tracciabilità e rintracciabilità					21 22				22 23		
Disponibilità ottimale a scaffale - OSA	25							26			
Riduzione delle perdite - Shrinkage	26							27			
E-SUPPLY CHAIN											
Scambio Elettronico Documenti EDI ed Euritmo					7				29		
Il ciclo perfetto dell'ordine - FPO						21					4
Catalogo Elettronico - GS1 GDSN	20						(Pd) 5			22	
Etichetta Elettronica e Radiofrequenza corso teorico			7								
Etichetta Elettronica e Radiofrequenza corso pratico			8								
SEMINARI											
Osservatorio non food						19					
Le competenze trasversali delle donne nell'Organizzazione: analisi e valorizzazione			19		28					5	

I corsi per i quali non è specificata la località si tengono a Milano

CALENDARIO DEI CORSI 2012

	Gen.	Feb.	Mar.	Apr.	Mag.	Giu.	Lug.	Set.	Ott.	Nov.	Dic.
AREA COMMERCIALE/MARKETING											
Le leve del retailing mix		29 ↔ 1					2 3				
CRM collaborativo: la gestione delle relazioni con il consumatore						20					
Conformità antitrust nella relazione Industria/Distribuzione			15					19			
Workshop pratico di merchandising Industria/Distribuzione: corso introduttivo	Consulta il sito http://indicod-ecr.it/formazione/merchandising per conoscere le date del corso e la località.										
Liquidazione degli incentivi commerciali e problematiche fiscali			29			13			17		
									18		
CATEGORY MANAGEMENT											
Category Management: il modello ECR		8 9							10 11		
Category Management: corso avanzato					16 17					14 15	
Category Management: senior workshop				17							
NEGOZIAZIONE											
Gestione dei contratti: le poste condivise per Industria e Distribuzione			14			14		27		28	
Modello di creazione di valore Industria/Distribuzione						26			24	29	
Conversazioni Cruciali: propedeutico per negoziare meglio			21 22	23 24						7 8	11 12
L'approccio collaborativo: win-win		2 3				4 5			3 4		

I corsi per i quali non è specificata la località si tengono a Milano



EARLY BIRD Per tutti i corsi in calendario verrà applicato uno sconto del 5% per iscrizioni entro 15 giorni dall'inizio dei corsi e un ulteriore sconto del 5% per iscrizioni multiple (più di tre persone)

INDICOD-ECR

Per informazioni

Indicod-Ecr Servizi s.r.l.
Via P. Paleocapa, 7
20121 Milano
Tel. +39 02 7772121

formazione@indicod-ecr.it - www.indicod-ecr.it