

CORSI IN AZIENDA: SEMPLICI REGOLE PER IL SUCCESSO

Che **#investire** in formazione possa essere un fattore chiave per la **#crescita** aziendale è ormai assodato. Proporre corsi di formazione, aggiornamento, lezioni di **#lingua** e seminari ha ripercussioni positive sia sull'*employee* **#engagement** che sul **#business** di un'organizzazione.

- ✓ Innanzitutto perché aumentano la **#competitività**, permettendo ai dipendenti di acquisire quelle **#competenze** che possono consentire di stare al passo coi tempi se parliamo di formazione a livello tecnologico, e di creare nuove **#opportunità** di **#mercato** per quanto riguarda i corsi di lingue **#straniere**, prima su tutti l'**#inglese** ma a fianco, ormai, di lingue come il **#tedesco**, il **#cinese** e il **#russo**.
- ✓ In secondo luogo l'opportunità di **#interagire** con altri uffici o reparti migliora la **#comprensione** del business, perché il parlare in lingua dei meccanismi aziendali può essere utile ai colleghi per avere un nuovo punto di vista e confrontarsi fra reparti che si conoscono poco o fra colleghi in maniera svincolata dal solito contesto lavorativo, quindi con maggior **#libertà** di **#espressione** e **#scambio**.
- ✓ Offrire ai propri dipendenti la possibilità di migliorarsi ne accresce il **#coinvolgimento**, poiché si sentono valorizzati e tenderanno quindi ad apprezzare maggiormente l'azienda che sta puntando su di loro, ricambiando in termini di **#efficienza** e **#qualità** lavorativa. Ne deriva anche un minor turnover, perché la **#soddisfazione** varrà come leva di **#staff** **#retention**.

Per riuscire in tutto questo è necessario prestare attenzione alle 5W- questions inglesi, e cioè: chi / cosa / dove / quando / perché, delle quali l'ultima è già stata ampiamente discussa in apertura.

- ✓ **#Chi** coinvolgere? Ogni corso nasce da una **#lacuna** oppure da un'opportunità, e in entrambi i casi è possibile individuare le figure chiave cui somministrare il corso. E' stato acquisito un grosso cliente ma il vostro miglior **#commerciale** non ha un livello linguistico sufficiente a consentire di seguirlo al meglio? Il corso si rivolgerà alla **#forza** **#vendita**. Ricevete sempre più richieste telefoniche ma la **#centralinista** parla solo italiano? Ecco dove è necessario agire, con lezioni mirate sulle conversazioni telefoniche.
- ✓ Quanto a **#cosa** proporre si potrebbero suddividere i corsi aziendali di lingua in quattro categorie.
 1. Intendete offrire un corso di lingua come **#benefit** o **#premio** a un intero reparto o a tutti i dipendenti? Un corso di inglese generale farà al caso vostro.
 2. Se l'esigenza è quella di sbrigare attività di **#ufficio** si può incentrare il corso sull'**#accoglienza**, sulle conversazioni telefoniche e sulla **#redazione** di **#e-mail**, sull'organizzazione delle **#trasferte**.
 3. Spesso chi si deve interfacciare con i **#clienti** **#esteri** sono i **#tecnici** commerciali, quindi il corso verrà impostato in dettaglio su **#prodotti**, relazione col cliente e partecipazione alle **#fiere** di settore; a voi la **#terminologia** tecnica, a noi il compito di confezionare il **#contesto** **#linguistico** in cui applicarla.
 4. Da ultimo, può capitare a esponenti del **#management** o alla **#presidenza** di essere coinvolti in grosse **#trattative** o di dover colloquiare con la casa madre in Europa od oltreoceano e allora si darà il via a un corso business.Alla **#strutturazione** del corso ci pensa Lingue dal Mondo dopo aver ascoltato le vostre esigenze.
- ✓ Il **#luogo** in cui svolgere il corso di formazione è molto importante: durante le lezioni non dovrebbero esserci interferenze, dal corriere che deve consegnare un pacco al telefono che continua a squillare al collega che ha bisogno di un'informazione. L'ideale sarebbe una sala **#meeting** libera, piuttosto che un archivio ampio da trasformare in **#aula** con un tavolo, qualche sedia e una lavagna magnetica o a fogli.
- ✓ Il tasto dolente è però la scelta dell'**#orario**. Sebbene i dipendenti non saranno felici di saltare o avere la pausa pranzo ridotta al minimo, questo è forse lo spazio migliore nell'arco della giornata: da un lato consente allo staff di non perdere ore di lavoro, dall'altro non li costringe a restare oltre l'orario di uscita.

Chiedici maggiori informazioni e/o un preventivo di spesa a info@linguedalmondo.it