



**TRAINING RAPIDO PER LA  
COMUNICAZIONE DI BUSINESS**

# CHE COS'È?



**UNA SOLA GIORNATA** DI TRAINING PER CAMBIARE PUNTO DI VISTA, ATTIVARE ENERGIE, IMPARARE COSE NUOVE.



**PER MIGLIORARE** DOCUMENTI, CONTENUTI, PRESENTAZIONI. PER CREARE CONSAPEVOLEZZA E SPIRITO CRITICO SULLA COMUNICAZIONE PROFESSIONALE.

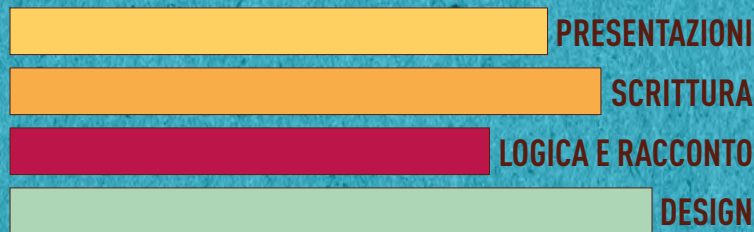
IL CORSO È FRUTTO DI COMPETENZE DI PRIMA MANO, ANNI DI MESTIERE, PASSIONE PER LA CONDIVISIONE E IL CONFRONTO.



**+FORTE, +CHIARO** FATTO PER LE AZIENDE E LE ORGANIZZAZIONI CHE HANNO PERSONE IN CUI CREDONO (E A CUI TENGONO), ESIGENZE DI COMUNICAZIONE

EVOLUTE, UN POSIZIONAMENTO DA SOSTENERE.

## I CORSI



## CORSO: PRESENTAZIONI



### PER IMPARARE A CREARE PRESENTAZIONI EFFICACI

Le presentazioni sono la forma più umana e diretta di contatto tra persone e aziende.

**PER LA PERSONA**, tenere una presentazione vuol dire esporsi, all'interno e all'esterno dell'azienda.

**PER L'IMPRESA** vuol dire mettersi in gioco.

E il risultato non è mai neutro: ogni presentazione mediocre, noiosa, defocalizzata è un'occasione persa, una concreta perdita di valore.

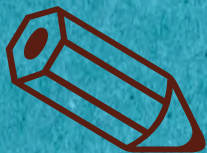
### **OBIETTIVI:** APPRENDERE LE REGOLE

- Riconoscere ed evitare gli errori più comuni
- Interiorizzare i criteri di qualità
- Riconoscere le best practice.

**DESTINATARI:** Tutte le persone che preparano presentazioni, per sé o per altri: manager, formatori, assistenti di direzione, docenti, studenti.

**+** **+**  
**FORTE, CHIARO.**

## CORSO: SCRITTURA



**PER IMPARARE  
A FARSI LEGGERE**

**L'ITALIANO È UNA LINGUA  
DIFFICILE.**

Come evitare i toni  
aulici e burocratici che, soprattutto nella forma scritta,  
la nostra lingua assume? Come restare lontani  
da stereotipi e cristallizzazioni?

Ma, ancora prima, a quale pubblico ci stiamo  
rivolgendo? Quello che abbiamo scritto è chiaro?  
Il nostro interlocutore possiede le competenze  
linguistiche necessarie a capire il nostro discorso?

**OBIETTIVI:** CONTENUTI AD ALTA DEFINIZIONE

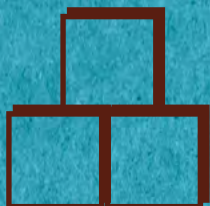
- Intelligibilità: efficacia e chiarezza della comunicazione
- Pertinenza: coerenza rispetto alla situazione comunicativa
- Differenziazione: scarto che determina il posizionamento rispetto ai concorrenti.

**DESTINATARI:** Chi comunica per iscritto contenuti complessi a destinatari non specialisti.



**FORTE, CHIARO.**

# CORSO: LOGICA E RACCONTO



**PER IMPARARE A COSTRUIRE  
LA COMUNICAZIONE**

**IL PENSIERO** coerente e lucido,  
comunicato in modo coinvolgente,  
**È UNO STRUMENTO POTENTE.**

Questa giornata serve a sviluppare logica e storytelling, uscendo da automatismi e abitudini mentali.

Si parte con la piramide di Barbara Minto, e si passa poi all'affascinante mondo delle strutture del racconto: dalla morfologia della fiaba di Vladimir Propp allo storytelling in pubblicità, comunicazione one-to-one, case-history.

**OBIETTIVI:** METTERE A FUOCO GLI OBIETTIVI

- Leggere e interpretare il contesto
- Acquisire la capacità di pensare per modelli logici
- Capire come funziona una storia
- Individuare il racconto d'azienda e di prodotto
- Valorizzare i contenuti (presentazioni, lettere, mail...).

**DESTINATARI:** Manager, consulenti, giovani ad alto potenziale, in generale chi deve comunicare contenuti complessi, all'interno e all'esterno dell'azienda.

**+** **+**  
**FORTE, CHIARO.**

## CORSO: DESIGN



### PER IMPARARE A USARE LA GRAFICA SENZA ESSERE DESIGNER

L'affollamento di dati e informazioni  
che ci circonda porta perdita

di senso e paralisi dell'analisi.

Per le imprese, la visualizzazione dei dati è una leva  
per valorizzare l'offerta e rispondere alla crescente  
domanda di trasparenza.

Per creare attenzione, interesse e nuove prospettive,  
obiettività e chiarezza non bastano: serve un lavoro  
che attiva la parte sinistra del cervello (analisi dei dati)  
e quella destra (creazione di storie da raccontare).

### OBIETTIVI: COME UTILIZZARE GLI ELEMENTI GRAFICI

- Costruire grafici efficaci
- Evidenziare il flusso logico delle idee
- Utilizzare il potere evocativo delle immagini
- Equilibrare testo e grafica: il senso della pagina
- Applicare con discernimento l'animazione
- Principi di infografica.

**DESTINATARI:** Per chi non ha formazione grafica  
ma utilizza elementi visuali nell'attività  
di comunicazione.



**FORTE, CHIARO.**

# CONTATTI

## BIANCA MARIA BISCIONE

Affianca manager e organizzazioni su temi di comunicazione professionale e funzionale.

Formazione umanistica, una laurea in lettere moderne, Bianca è stata editor in società di management consulting e prima ancora copywriter.

Ha progettato e condotto interventi formativi in 3M, il Saggiatore, IULM, LA7, MBS Consulting, Oliver Wyman, PubliKompass, Roland Berger, Seat Pagine Gialle, Telecom Italia, Value Partners.



## BISCIONE ASSOCIATI

TEL 347.1207456  
VIA CACCIANINO 3 20131 MILANO

BIANCA@BISCIONEASSOCIATI.IT  
WWW.BISCIONEASSOCIATI.IT



**BISCIONEASSOCIATI.IT/+FORTE+CHIARO**

Biscione Associati

**CONTENT STRATEGY, DISEGNO DELL'OFFERTA, MARKETING UMANISTICO.**

Buone pratiche per imprese che vivono in mondi complicati.

[WWW.BISCIONEASSOCIATI.IT](http://WWW.BISCIONEASSOCIATI.IT)

Via A. Caccianino, 3 - 20131 Milano