Structogram®

The Power of Your Brain

ASCOLTO

Dall’esperienza professionale e da un’intensa attività di “ascolto” ed interpretazione di ruoli di responsabilità esecutiva nelle funzioni strategiche Aziendali come Gestione del Personale, Organizzazione e Controllo dei Processi Produttivi, dalla Comunicazione Editoriale e di Relazioni con il Pubblico, alla Partecipazione nei Board Strategici del Consiglio di Amministrazione ed inoltre nella Formazione per la Gestione di Reti Commerciali, nella valutazione dell’impatto della Formazione-Sistema e Sistema-Uomo, Gestione del Valore Relazionale, abbiamo sentito la necessità di trovare un modello formativo che soddisfacesse il bisogno di attenzione e di ottimizzazione del Capitale Umano

Il Marketing Relazionale

Il Valore del Marketing Relazionale

La Produttività

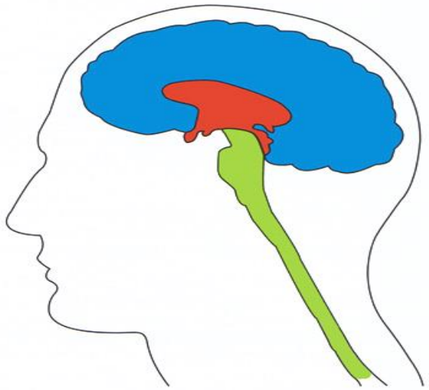
✓**Obiettivo Personale**(dalla dipendenza all'indipendenza)

✓**Obiettivo pubblico**(dall'indipendenza all'interdipendenza)

✓**Piena espressione di sé** (autorealizzazione)

- ✓**Progetto Internazionale**
- ✓**35 anni di Storia**
- ✓**Metodo Scientifico**

Il metodo STRUCTOGRAM® è presente in 28 Paesi del Mondo, tradotto in 21 lingue, e ad oggi più di un milione di partecipanti, provenienti da oltre 1.000 aziende, hanno seguito i seminari STRUCTOGRAM®.



Area Europa Occidentale	Area Europa Orientale	Area Asia	Area Africa	Area America
Austria	Russia	Korea	South Africa	Stati Uniti
Germania	Turchia	Giappone		Canada
Italia	Bulgaria	Singapore		Repubblica Dominicana
Belgio	Polonia	Malaysia		Mexico
Spagna	Repubblica Ceca	Thailandia		
Olanda	Finlandia	Australia		
Svizzera	Svezia	Nuova Zelanda		
Francia	Stati Baltici			

Dove è utilizzato lo Structogram®

- Industria
- Banche e Assicurazioni
- Forze Armate
- IT Information Technologies
- Istituti di Ricerca & Università
- Medico e Farmaceutico
- Enti ed Istituti di Qualità
- Cosmetica e luxury
- Food & Beverage Industry
- Ministeri ed Enti Pubblici

Chi ha utilizzato lo Structogram®

- Microsoft
- Peugeot
- Volkswagen
- Siemens
- General Motors

- Ritter Sport
- IBM
- UBS
- L’Oreal
- American Express

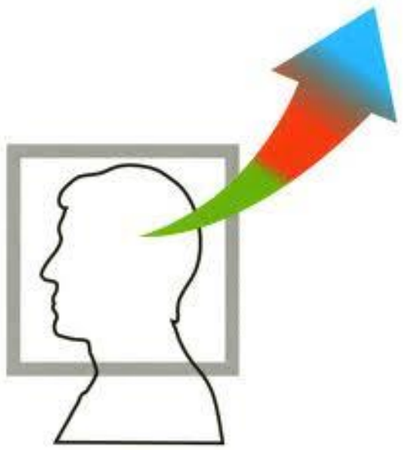
Il Gruppo Volkswagen Germania ha contribuito alla messa a punto del piano didattico Structogram testandolo per 5 anni in un progetto afferente il Customer Index Satisfaction. Tale progetto ha coinvolto qualche migliaia di concessionari. L'esito della somministrazione ha visto l'incremento della soddisfazione del 30% ed ha stabilizzato la capacità relazionale degli addetti.

LO STRUCTOGRAM®

Lo Structogram definisce in maniera precisa e stabile la differenziazione tra il tratto della personalità, predisposto a livello genetico e quindi immutabile, e lo "stato" della personalità, influenzato dall'educazione, dalla cultura, dall'ambiente …

Ci sono innumerevoli teorie riguardo al segreto per raggiungere il successo.
La maggior parte di esse sono fondate sul concetto idealistico che esista il ‘manager perfetto’ o il ‘perfetto venditore’ e che quindi ci sia la ‘tecnica ottimale di vendita’ o lo ‘stile corretto di leadership’.

Ciò che le persone di successo hanno davvero in comune è che sono ‘**autentiche**’: hanno uno stile personale e applicano le tecniche e i metodi che più si adattano alla loro personalità. Non cercano di adattare se stessi ad un inesistente ‘modello’ ma adattano ciò che apprendono in modo che dia i massimi frutti con la loro personalità.



È stato scientificamente provato che importanti caratteristiche delle persone dipendono dalle loro individuali strutture cerebrali.

Il neurologo americano Paul MacLean dimostrò che il cervello umano consiste di tre parti che differiscono per la diversa storia evolutiva e le diverse funzioni che controllano. L'influenza di ciascuna delle tre parti è diversa da persona a persona e rappresenta il fattore determinante dei suoi tratti personali. Nonostante le loro differenze queste tre sezioni cerebrali devono lavorare assieme nel '**cervello tripartito**' come lo chiamò MacLean, e comunicare tra di loro.

Pur cooperando ciascuna parte rimane fedele alle proprie specifiche 'regole del gioco».

Lo Structogram®

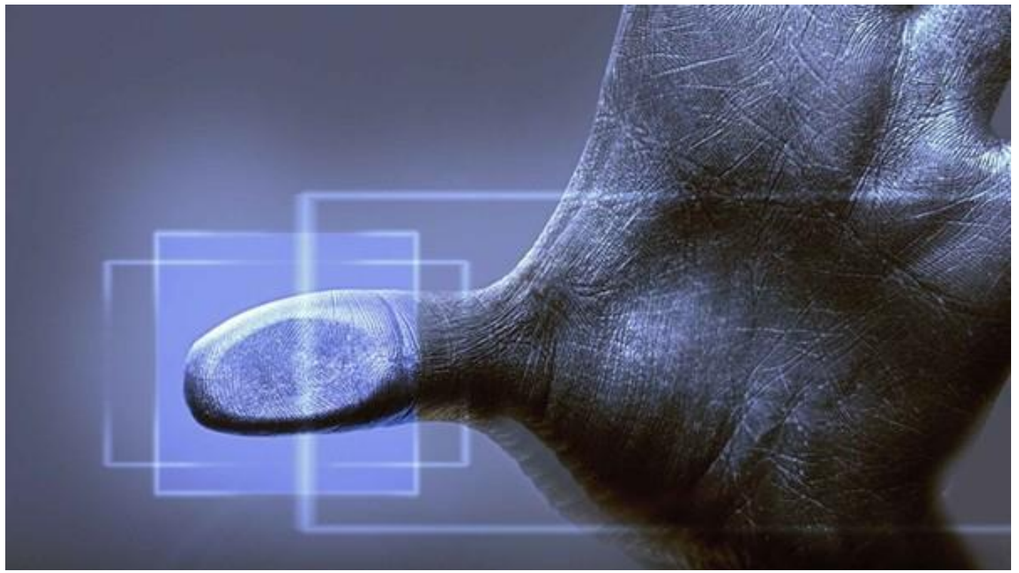
✓ definisce la struttura caratteriale unica e irripetibile

✓ aiuta la persona ad evolversi senza snaturarsi

✓ agevola comportamenti autentici e congruenti

Obiettivi principali dello Structogram®

- ✓ Definire la sintonia tra Temperamento e Comportamento
- ✓ Essere se stessi e autentici nei comportamenti



VANTAGGI DELLO STRUCTOGRAM® COME METODO

Pur essendo uno strumento derivato dall'ambito scientifico, i punti di forza dello Structogram™ sono:

- ❑ la semplicità
- ❑ la rapidità di comprensione
- ❑ l'immediatezza dell'utilizzo in pratica
- ❑ l'incisiva visualizzazione dei risultati.

VANTAGGI DELLO STRUCTOGRAM® PER LA PERSONA

- ✓ Ciascuno rileva ed analizza la proprio struttura geneticamente acquisita della personalità
- ✓ Conosce le opportunità e i punti vulnerabili collegati alla propria struttura.
- ✓ Costituisce l'opportunità concreta e pratica di conoscere se stessi e gli altri, diventando consapevoli del perché sono come sono e del perché si comportano come si comportano, ben oltre la lettura e le influenze del contesto
- ✓ Comprensione e utilizzo consapevole delle proprie potenzialità

VANTAGGI DELLO STRUCTOGRAM® PER L'AZIENDA

- Costituisce una solida base per attivare processi di apprendimento (lo Structogram consolida e rafforza i temi più noti della formazione)
- Migliora l'adattamento della persona ai compiti prescritti e correlati ad ogni pratica lavorativa e di mansione
- La risorsa viene autenticamente valorizzata

VANTAGGI DELLO STRUCTOGRAM® PER L'AZIENDA

- **Si consolida l'efficienza relazionale**:

1. In relazione a Colleghi e Collaboratori (Gestione Organizzativa e di Comunicazione Interna)
2. In relazione ai Superiori, (Gestione della Leadership e del Management)
3. In relazione ai Clienti, (Gestione di Servizi e Prodotti attraverso il Marketing Relazionale)
4. In relazione ai Fornitori (Gestione e Consolidamento delle Condizioni d'acquisto)

Campi di applicazione Structogram®

Structogram®

viene impiegato nelle principali discipline formative, le completa in modo innovativo e può essere adattato alle esigenze dell'azienda:

- Training sulla Leadership e sull' Orientamento;
- Training sul Management e sull' Efficacia Relazionale;
- Gestione dell' Efficienza dei processi di comunicazione all'interno dell'organizzazione, con il cliente esterno, nella vendita
- Qualificazione delle Risorse Umane
- Mappatura delle Risorse e loro valorizzazione