

BACHECA

L'organizzazione tecnologica dello studio professionale
di Euroconference Centro Studi Tributari

Euroconference presenta un percorso di
4 incontri della durata di

mezza giornata dedicato alla crescita dello studio professionale.

In una fase storica, quale quella che stiamo attraversando, di profondo mutamento della natura stessa dell'attività professionale, il Professionista deve investire sul Futuro, nella consapevolezza che diventeranno sempre più essenziali strumenti che migliorino l'
organizzazione tecnologica dello studio professionale, l'utilizzo dei
new media, il
controllo di gestione interno, il
marketing per differenziarsi dai competitors sul mercato.

I 4 incontri si terranno a
Milano, presso l'
hotel Michelangelo, nei pressi della Stazione Centrale, con
orario 14-17.30.

Il primo incontro si terrà
venerdì 17 aprile.

E' possibile partecipare al singolo evento, oppure acquisire il pacchetto completo dei 4 incontri previsti dal percorso.

17 aprile 2015

**L'ORGANIZZAZIONE TECNOLOGICA DELLO STUDIO PROFESSIONALE TRA DIGITALIZZAZIONE
DEI DOCUMENTI E FATTURAZIONE ELETTRONICA**

- Opzioni software e hardware
- La scelta della piattaforma operativa e della piattaforma hardware
- La scelta delle soluzioni software e hardware
- Massimizzare l'utilizzo del software e dell'hardware
- Riconoscimento vocale del testo
- Postazioni multischermo
- Palmari e altri personal digital assistants
- Cloud computing e applicazioni su host
- Verso l'ufficio senza

carta. Il passaggio completo al formato digitale (paperless office) • Software di gestione dei documenti • Uso professionale della videoconferenza • L'importanza dell'ufficio virtuale, del lavoro mobile e del telelavoro

Relatore:

Roberto Spaggiari - Dottore Commercialista

8 maggio 2015

L'UTILIZZO STRATEGICO DEI NEW MEDIA NELLO STUDIO PROFESSIONALE - LINKEDIN, SITO WEB, BLOG E SOCIAL NETWORK

• Nuove modalità di comunicazione: perché occuparsene? • I new media e la reputazione del professionista • L'utilizzo dei new media per il reclutamento di collaboratori e professionisti • L'utilizzo dei new media per le relazioni con i colleghi e le comunità di pratica • L'utilizzo dei new media per mantenere e fidelizzare gli attuali clienti • L'utilizzo dei new media per cercare nuovi clienti e promuovere nuovi servizi • Errori da evitare nell'utilizzo dei new media

Relatore:

Michele D'Agnolo - Docente Management dei Servizi e della Consulenza Università Trento

15 maggio 2015

COME MISURARE LA PRODUTTIVITÀ DELLO STUDIO PROFESSIONALE - STRUMENTI E METODOLOGIE UTILIZZABILI

Economia di uno studio professionale: fatturati, redditi, incassi • Rapporti tra economia e struttura dello studio • La formula di Maister • I carichi di lavoro e la loro misurazione • La compatibilità tra risorse e impieghi • Obiettivi, indicatori e traguardi per la gestione • La prospettiva della balanced scorecard

Relatore:

Barbara Borgato - Docente Controllo di Gestione Università Padova

26 maggio 2015

INTRODUZIONE AL MARKETING PER GLI STUDI PROFESSIONALI: RESTYLING E SVILUPPO DI NUOVE PRESTAZIONI PER DIFFERENZIARSI DAI COMPETITORS

Il concetto di marketing, la differenza con la pubblicità e la compatibilità con la deontologia • Vivere il cliente come risorsa anziché come problema • L'analisi e la segmentazione della

clientela • La diffusione del marketing a tutti gli addetti dell'organizzazione • La strutturazione e l'esecuzione di un piano di marketing • lo sviluppo di nuovi servizi professionali e il restyling delle prestazioni tradizionali • Il ciclo di vita del prodotto/servizio • Il restyling della prestazione professionale matura • Come differenziarsi • La lettura delle nuove esigenze dei clienti e la progettazione di servizi innovativi

Relatore:

Michele D'Agnolo - Docente Management dei Servizi e della Consulenza Università Trento