



**Banca Popolare
Volksbank**



Franco Cadore

Il valore della tua miniera d'oro

Manuale pratico per l'efficienza delle organizzazioni



Ingresso libero

Giovedì 14 marzo 2013 ore 18.00
Palazzo dei Servizi, via dei Giardini 17, **Sedico**

Incontro con **Franco Cadore**
per la presentazione del libro
Il valore della tua miniera d'oro
con l'intervento di **Alfio Dalla Gasperina**,
Dottore Commercialista e Revisore Legale

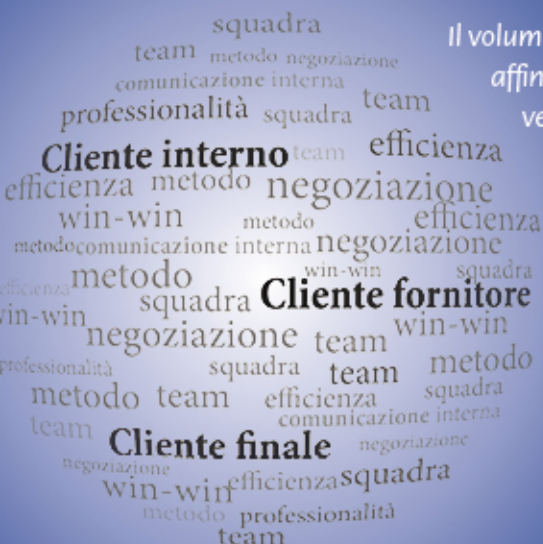
Moderatore **Federico Brancalone**, Giornalista

Seguirà un brindisi

Questo **manuale pratico ed agile** al contempo, si prefigge l'obiettivo, certamente ambizioso, di suggerire alcune modalità per una efficace ed efficiente gestione del cliente interno, del cliente fornitore e del cliente finale.

Questa salvaguardia della propria **miniera d'oro** deve essere costruita giorno per giorno con lungimiranza, costanza e metodo. Ricercare l'efficienza organizzativa e non soltanto l'efficacia del risultato, risulta quindi essere la ricetta giusta per **risparmiare risorse** e per aggredire in maniera propositiva ed intelligente l'attuale crisi economica.

Franco Cadore dopo essersi laureato in Sociologia della Comunicazione ed aver frequentato master in P.N.L. (programmazione neuro linguistica), in Comunicazione Efficace e sulla Crescita Personale, esercita la libera professione nell'ambito della Consulenza, Formazione e Coaching per l'efficienza ed il benessere delle organizzazioni. Ha al suo attivo numerose pubblicazioni.



Il volume si sviluppa sul concetto della catena del cliente e parte dalla considerazione che affinché il cliente sia soddisfatto l'organizzazione deve concentrarsi primariamente verso le dinamiche comunicative e relazionali interne e successivamente lavorare su relazioni di partnership con i propri fornitori basate sulla collaborazione reciproca nella logica del "soci in affari". **Il benessere organizzativo interno deve essere progettato e costruito partendo da una comunicazione interna strutturata e funzionale agli obiettivi prefissati**, che permetta a sua volta di dare forma ad una squadra efficiente e capace di trovare soluzioni innovative e che soddisfano i bisogni e le esigenze del proprio cliente. Un'organizzazione che ha a cuore i propri clienti, non può non considerare determinanti le proprie relazioni con i fornitori in quanto le proprie ed altrui disfunzioni non devono comunque scaricarsi sull'acquirente di prodotti e servizi.