



CAIMI STUDIO

Consulenza - Formazione - Coaching

Formazione per le Aziende

2011



*Personalizzare la formazione per rispondere
alle reali esigenze di imprese e manager*



Quello dell'imprenditore o del manager è certamente un ruolo che oggi esige l'elaborazione di modelli comportamentali che vanno al di là delle personali predisposizioni ed abilità; modelli che si integrano nel sistema azienda in modo sempre più funzionale quali elementi distintivi e determinanti sia nell'ambito strategico che operativo del proprio business.

In questo contesto e seguendo un orientamento di supporto allo sviluppo delle risorse aziendali per il rinnovamento e l'innovazione, proponiamo una serie di percorsi formativi che rispondono, nelle modalità e nei contenuti, all'esigenza indispensabile di aggiornamento e rafforzamento delle competenze manageriali.

Indice corsi formazione:

MANAGEMENT 3

CARISMA VOCALE Come essere persuasivi, convincenti e motivare chi vi ascolta 3

SMART BUSINESS MIND© Come rinnovare il pensiero per essere innovativi e creativi 4

KNOWLEDGE MANAGEMENT Energia vitale per la crescita e la consapevolezza delle imprese 5

LEADERSHIP CARISMATICA Come rafforzare le capacità manageriali con lo sviluppo di una leadership efficace. 6

EMPOWERMENT La delega come strumento di sviluppo e di crescita per le imprese 7

ESSERE DONNA E MANAGER Gestire il tempo, organizzare il lavoro, condurre team e famiglia 8

MARKETING E COMMERCIALE 9

4x4P = THE NEW MARKETING WAY© Il marketing che porta al successo grandi e piccole imprese 9

PERSUADING MARKETING MIND© Entrare nella mente del consumatore, persuaderlo e condurlo all'acquisto 10

THE NETWORK SELLING Come diventare un abile venditore e creare una ricca rete di relazioni 11

LA SCRITTURA PERSUASIVA per il MARKETING 6 Step per comunicare in modo efficace a clienti e prospect 12

SOCIAL NETWORK MARKETING Come fare marketing con Facebook, LinkedIn e Twitter 13

GOOGLE MARKETING Come fare marketing sui motori di ricerca senza essere degli esperti 14



MANAGEMENT

CARISMA VOCALE

Come essere persuasivi, convincenti e motivare chi vi ascolta

Quando parliamo con qualcuno la voce ha indubbiamente effetti sul nostro interlocutore perfino a livello corporeo. Imparando quindi a controllare il tono, il timbro, il volume e la velocità della nostra voce, possiamo veramente coinvolgere chi ci ascolta. La capacità di “narrare” con una voce che sappia emozionare è strategicamente importante per il ruolo che occupiamo nel lavoro ma lo è altrettanto anche nella vita quotidiana; le parole così come il “groove vocale” hanno un impatto fondamentale sulla nostra capacità relazionale ed un corretto utilizzo della voce può veramente consentirci di essere persuasivi, convincenti e motivanti, in pratica di possedere un vero e proprio carisma vocale.

Destinatari:

- Imprenditori, Dirigenti, Responsabili di Funzione, Commerciali, Venditori.

Obiettivi:

- Fornire ai partecipanti gli elementi necessari a comprendere l'importanza della propria voce e del modello comunicativo utilizzato
- Identificare gli aspetti caratteristici del carisma vocale per utilizzarli nella gestione della relazioni

Contenuti:

- Il carisma vocale nella vita e nel lavoro
- La voce del leader
- La carta d'identità della tua voce
- Empatia vocale e coinvolgimento
- Le variazioni di tono e timbro e volume
- Comunicare, parlare, convincere
- Evitare le cantilene e la mono-tonia
- Esprimere stati d'animo usando la voce
- Formulazione di messaggi vocali mirati
- Creare link vocali ed ancoraggi in chi vi ascolta
- Esercitazione vocali, registrazioni ed ascolto

Durata del corso:

- Programma 1 giornata

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni ed utilizzo del role play.

Vantaggi per il cliente:

- > Riconoscere le caratteristiche vocali che ti appartengono
- > Usare la voce dando enfasi ai tuoi discorsi
- > Trasferire emozioni interpretando i tuoi pensieri



SMART BUSINESS MIND©

Come rinnovare il pensiero per essere innovativi e creativi

Essere creativi ed innovativi, riuscire a modificare le situazioni, reinventare e proiettarsi verso il futuro. Per tutto questo è necessario ridefinire i modelli di pensiero utilizzati in azienda basati sull'argomentare piuttosto che sullo sperimentare. L'argomentare è un sistema crudo ed inefficiente per esplorare un soggetto e c'è troppo ego coinvolto nel provare l'errore di qualcun altro. Cosa possiamo fare invece che argomentare? Usare un sistema di pensiero diverso, mirato e "pilotato" al raggiungimento degli obiettivi, questo consente di generare molte più idee, di essere innovativi, di risparmiare tempo e velocizzare la realizzazione dei nuovi progetti.

Destinatari:

- Imprenditori, Imprenditrici, Dirigenti, Responsabili di Funzione

Obiettivi:

- Fornire ai partecipanti gli elementi necessari ad introdurre lo Smart Business Mind in azienda
- Identificare gli aspetti caratteristici del pensiero creativo come modello per lo sviluppo del business e degli skills aziendali

Contenuti:

- Argomentare VS Pensare
- Creare una mappa del pensiero
- Pensare per creare valore
- Pensare per innovare
- Pensare per essere creativi
- Creatività e pensiero laterale
- La gestione dell' ego nelle discussioni
- Challenge, Concept e Provocazioni
- Pensare per obiettivi
- Isolare il pensiero e mantenere la concentrazione
- La Smart Business Mind in azienda
- Case History

Durata del corso:

- Programma in 1 giornata

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni ed utilizzo del role play.

Vantaggi per il cliente:

- > Utilizzare il sistema di pensiero per obiettivi
- > Evitare discussioni inutili e perdite di tempo
- > Usare le mappe mentali ed i pattern del pensiero laterale
- > Usare la creatività per prendere decisioni e migliorare il tuo business



KNOWLEDGE MANAGEMENT

Energia vitale per la crescita e la consapevolezza delle imprese

La conoscenza o per meglio dire la gestione di asset intangibili come il capitale intellettuale, consente di attingere ad illimitate potenzialità per il successo e la crescita economica delle imprese. La capacità innovativa passa attraverso la condivisione delle informazioni e la creazione di conoscenza. Questo percorso di knowledge management è stato pensato e realizzato per le imprese che puntano sulla qualità della relazione tra gli individui e sulla gestione dell'informazione come momento indispensabile alla crescita ed alla realizzazione di una consapevolezza aziendale forte e consolidata. Lo abbiamo condiviso più volte con le aziende ottenendo sempre un grande riscontro.

"Noi sappiamo più di quanto sappiamo dire"

Michael Polanyi in The Tacit Dimension

Destinatari:

- Imprenditori, Imprenditrici, Dirigenti, Responsabili di Funzione

Obiettivi:

- Favorire il processo cognitivo dell'azienda nell'auto-comprensione di sé stessa attraverso il patrimonio esperienziale ed i contenuti di valore di ogni persona
- Introdurre la consapevolezza del ruolo
- Costruire una interfunzionalità della comunicazione ed elaborare una comunicazione finalizzata al ruolo
- Apprendere l'influenza del contenuto esperienziale individuale nella conduzione del ruolo

Contenuti:

- Strutturare interventi a supporto della direzione aziendale basati sugli strumenti di KM per velocizzare il rafforzamento di performance individuali e di ruolo in funzione dei cambiamenti organizzativi.
- Sviluppare competenze di KM nell'ambito manageriale in relazione dell'applicazione nei moderni modelli aziendali.
- Attivare processi di accesso e condivisione di conoscenze, esperienze e competenze per creare nuove capacità, permettere migliori risultati, incoraggiare l'innovazione e accrescere il valore del capitale umano.

Durata del corso:

- Programma in 1 giornata

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni ed utilizzo del role play.

Vantaggi per il cliente:

- > Attivare nel tuo contesto aziendale azioni per la diffusione della conoscenza e della Knowledge Management
- > Utilizzare le competenze acquisite rispetto alla rivalutazione del capitale umano ed intellettuale dei tuoi collaboratori



LEADERSHIP CARISMATICA

Come rafforzare le capacità manageriali con lo sviluppo di una leadership efficace.

Chiunque viva in un gruppo ha bisogno di una “guida” e se il gruppo è l'impresa, la leadership si trasforma in “funzione” aziendale. Questo percorso formativo, analizza il nuovo concetto di leader il cui successo non dipende da chi si è ma dal modo in cui questa persona si comporta, come gestisce una situazione, come si relaziona con gli altri.

Destinatari:

- Imprenditori, Imprenditrici, Dirigenti, Manager e Responsabili di Funzione.

Obiettivi

- Apprendere l'evoluzione del concetto di leadership e le teorie innovative
- Analizzare i vari stili di leadership e riconoscere il proprio
- Integrare il proprio modello di leadership nella cultura aziendale/scolastica
- Acquisire modelli comportamentali efficaci nella gestione dei collaboratori
- Incrementare le capacità di controllo situazionale in condizioni critiche

Contenuti

- Gli elementi della psicologia del leader ed evoluzione dei modelli comportamentali
- La leadership nel contesto aziendale/professionale/scolastico
- Leader di risultato, leader di relazione
- L'approccio situazionale
- L'approccio comportamentale
- Integrazione del proprio stile di leadership nel modello organizzativo
- Il potere della posizione
- Il potere personale
- Come riconoscere atteggiamenti ostativi ed il "contro-leader"
- Come gestire da leader premi e punizioni
- Comunicare da leader nella gestione del conflitto
- Intelligenza emotiva e competenza emotiva del leader
- Strumenti di miglioramento continuo

Durata del corso:

- Programma in due giornate

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni ed utilizzo del role play.

Vantaggi per il cliente:

- > Riconoscere gli aspetti psicologico-comportamentali in un gruppo
- > Analizzare i vari stili di leadership e riconoscere il tuo
- > Integrare il tuo modello di leadership nella cultura aziendale
- > Utilizzare modelli comportamentali efficaci nella gestione dei collaboratori
- > Incrementare le capacità di controllo situazionale in condizioni critiche



EMPOWERMENT

La delega come strumento di sviluppo e di crescita per le imprese

Il processo di delega è un fattore critico di successo per le imprese che per essere attuato necessita della conoscenza degli aspetti relazionali, emotivi ed organizzativi che lo coinvolgono per poter divenire strumento di miglioramento continuo.

Delegando si acquisisce una straordinaria competenza oggi più che mai necessaria: saper vedere le cose da più punti di vista in un'ottica di cambiamento e miglioramento continui.

Destinatari:

- Imprenditori, Imprenditrici, Dirigenti, Manager e Responsabili di Funzione.

Obiettivi:

- Comprendere la differenza tra delega ed incarico
- Apprendere tecniche e metodi per delegare efficacemente
- Riconoscere le variabili esogene ed endogene che ostacolano la delega
- Utilizzare la delega come strumento di miglioramento continuo

Contenuti

- Le basi concettuali della delega
- Misurare la propria capacità di delega
- Elementi indispensabili per attuare con successo un processo di delega
- Convinzioni e coinvolgimento emotivo: fattori critici della delega
- Aspetti psicologici e comportamentali nell'accoglimento della delega
- Come gestire gli effetti della delega nelle relazioni interpersonali

Durata del corso:

- Programma in 1 giornata

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni di gruppo ed utilizzo del role play.

Vantaggi per il cliente:

- > Analizzare le difficoltà comportamentali nell'accogliere ed attuare una delega
- > Riconoscere la pseudo-delega e gli errori da evitare
- > Impostare correttamente un processo di delega
- > Comprendere le leve motivazionali che influenzano l'accoglimento di una delega



ESSERE DONNA E MANAGER

Gestire il tempo, organizzare il lavoro, condurre team e famiglia

L'equazione "donna manager-famiglia" è sempre di stretta attualità e spesso causa di "malesseri" dell'identità femminile in rapporto alla dimensione lavoro verso vita privata. Scopriamo insieme come gestire al meglio questa condizione riconducendo al proprio valore l'essere donna manager, sottolineando quali sono i reali rapporti di interazione con gli altri, quali i limiti autoimposti e come attraverso modelli comportamentali e decisionali si possa vivere al meglio questo contesto situazionale.

Destinatari:

- Imprenditrici, Responsabili di funzione, Donne, Giovani neo laureate.

Obiettivi

- Analizzare gli aspetti psicologici e comportamentali della leadership femminile e dei meccanismi decisionali al femminile e al maschile
- Gestire il proprio ruolo tra capacità professionale e "capacità" emotiva
- Armonizzare qualità della vita e successo professionale
- Come dare quotidianamente sostenibilità alla propria leadership

Contenuti

- Donna, quale leadership?
- Sensi di colpa e motivazione
- Programmazione ed attuazione
- Delegare e dare compiti
- Armonia lavoro-vita privata
- Concigliare i bisogni degli altri con i tuoi
- Sei una persona, una imprenditrice, una mamma, non una factotum
- Tempi per decidere e tempi per pensare

Durata del corso:

- Programma una giornata

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni di gruppo ed utilizzo del role play.

Vantaggi per il cliente:

- > Comprendere il tuo comportamento nel gruppo ed in famiglia
- > Comprendere i tuoi meccanismi decisionali
- > Armonizzare vita e lavoro
- > Dare forma alla tua leadership



MARKETING E COMMERCIALE

4x4P = THE NEW MARKETING WAY©

Il marketing che porta al successo grandi e piccole imprese

Conosci veramente il tuo mercato? Sai quali sono i vantaggi del marketing non convenzionale? Hai mai sentito parlare di marketing relazionale, di "Guerrilla Marketing", del "Codice Nascosto" o di come creare un "rapport" con il tuo cliente? Il marketing oggi parla un linguaggio moderno, nuovo, diretto, "scientifico". Un percorso di approfondimento sulle competenze indispensabili per aderire alle nuove tendenze del marketing moderno ed applicarlo con successo nella propria azienda; una via per conoscere e comprendere come agisce chi compera e perché lo fa.

Destinatari:

- Imprenditori, Dirigenti, Manager, Responsabili di Funzione, Commerciali e Marketing.

Obiettivi

- Fornire ai partecipanti gli elementi necessari a comprendere l'importanza degli strumenti del marketing moderno oggi a disposizione delle imprese
- Identificare gli aspetti comunicativo-relazionali ed implementarli per il proprio sviluppo aziendale e nella gestione della relazione con il mercato.

Contenuti

- Oltre le 4P, i nuovi tools che rivoluzionano il marketing mix
- Il concetto di marketing non convenzionale
- Dalla mucca viola al codice nascosto: i segreti del successo
- Diffondere l'idea virus
- Il digital marketing
- Il guerrilla marketing
- Il marketing polisensoriale
- Il marketing tribale
- Internet ed il nuovo concetto di marketing
- Social network e business
- Marketing emozionale: le leve strategiche per aprire il mercato
- Esercitazione di gruppo, esempi pratici ed analisi di case history

Durata del corso:

- Programma in due giornate

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni di gruppo ed analisi di case history.

Vantaggi per il cliente:

- > Ottenere una visione aggiornata sugli strumenti del marketing moderno
- > Utilizzare in modo profittevole e concreto il marketing all'interno ed all'esterno della tua impresa
- > Analizzare le motivazioni ed il processo decisionale di acquisto dei tuoi clienti e di quelli prospect



PERSUADING MARKETING MIND®

Entrare nella mente del consumatore, persuaderlo e condurlo all'acquisto

Una serie di strumenti innovativi (tools del persuading marketing mind) per dialogare direttamente con la mente del consumatore. Conoscerai come interagire e come sia possibile attivare un "ancora" per creare una relazione duratura ed efficace, imparerai ad utilizzare una forma linguistica marketing penetrante ed apprenderai come sia facilmente utilizzabile anche per te.

Destinatari:

- Imprenditori, Manager e Responsabili di Funzione, Commerciali e Marketing

Obiettivi

- Comprendere come funziona la mente
- Analizzare stimoli e comportamenti di acquisto
- Apprendere tecniche di comunicazione persuasiva
- Imparare ad utilizzare gli strumenti del Persuading Marketing Mind

Contenuti

- Mente e persuasione, dialogare con la mente
- Modelli comportamentali e comunicativi del cliente
- Senza l'esperienza emozionale non si vende nulla
- Funzionamento del sistema decisionale
- Strategia comunicativa e tattica espressiva
- Come creare un "rapport" con clienti e prospect
- Penetrazione e profondità del messaggio
- Ancoraggio del messaggio e richiamo delle memoria
- Coerenza e stile aziendale
- Strategie e tattiche
- La psicologia della comunicazione: uso del colore e della forma
- Esempi e casi da replicare

Durata del corso:

- Programma in una giornata

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni di gruppo ed analisi di case history.

Vantaggi per il cliente:

- > Comunicare con la mente conscia ed inconscia dei clienti
- > Identificarne i modelli comportamentali/relazionali del cliente
- > Scrivere, parlare e comunicare in modo corretto (persuasivo)
- > Utilizzare gli strumenti per fare campagne di Persuading Marketing Mind



THE NETWORK SELLING

Come diventare un abile venditore e creare una ricca rete di relazioni

Come per ogni attività professionale, anche per il venditore è fondamentale mantenere un continuo aggiornamento rispetto alla metodologie ed alle innovazioni di pensiero che coinvolgono la relazione con il mercato ed i clienti.

Oggi non basta essere un abile venditore, bisogna essere anche un grande "conversatore" e gestire una rete di conoscenze e relazioni che consentono di sviluppare ed ampliare il proprio business. Come spesso ripeteva Dale Carnegie "Puoi concludere più affari in due mesi interessandoti agli altri che in due anni cercando di far sì che gli altri si interessino a te".

Destinatari:

- Imprenditori, Manager e Responsabili di Funzione, Commerciali e Marketing

Obiettivi

- Fornire ai partecipanti gli elementi necessari a comprendere la figura del venditore nell'attuale contesto
- Identificare gli aspetti caratteristici della relazione di vendita nei confronti di clienti, prospect e mercato

Contenuti

- Non sei solo un semplice venditore
- Capacità relazionale ed empatia
- Come creare una rete di conoscenze per trovare clienti
- Comunicare e saper convincere
- Creare un rapport con il cliente
- Psicologia e tecniche persuasive
- Come matura il processo di acquisto nella mente del cliente
- Cosa fare dopo la vendita
- Come mantenere "caldo" il rapporto con il cliente
- Come riconquistare i clienti persi

Durata del corso:

- Programma in 1 giornata

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni di gruppo ed analisi di case history.

Vantaggi per il cliente:

- > Migliorare ed aumentare le tue abilità e tecniche di vendita
- > Utilizzare modelli comportamentali persuasivi e convincenti
- > Ampliare la tua rete di conoscenze e di clienti
- > Gestire le informazioni ed il patrimonio di conoscenze per aumentare le vendite



LA SCRITTURA PERSUASIVA per il MARKETING

6 Step per comunicare in modo efficace a clienti e prospect

Oggi più che mai la capacità comunicativa è una delle “armi” più potenti a disposizione dei marketer, dei commerciali ma anche di chi fa della parola uno strumento di lavoro quotidiano. Comprendere i meccanismi e le modalità per scrivere un messaggio che sappia fare breccia, che coinvolga e dialoghi con la mente del nostro interlocutore è un vantaggio che consente di fare la differenza con i nostri competitors.

Destinatari:

- Imprenditori, Dirigenti, Manager e Responsabili di Funzione, Commerciali Marketing ed addetti.

Obiettivi

- Comprendere come funziona la mente del cliente
- Analizzare stimoli e comportamenti di acquisto
- Acquisire gli strumenti necessari per scrivere messaggi efficaci
- Conoscere le modalità per comunicare nel rispetto della privacy e del permission marketing

Contenuti

- Mente e persuasione
- Modelli comportamentali e messaggi coerenti
- Dalla sfera emotiva alla sfera esperienziale
- Strategia comunicativa e tattica espressiva
- Scrivere per chi ti legge
- Composizione del messaggio
- Espressione, forma, colore della comunicazione
- Coerenza e stile aziendale

Durata del corso:

- Programma in 1 giornata

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni di gruppo ed analisi di case history.

Vantaggi per il cliente:

- > Comprendere come funziona la mente del cliente
- > Ideare e scrivere un messaggio corretto e che sappia mettersi in relazione con il mercato



SOCIAL NETWORK MARKETING

Come fare marketing con Facebook, LinkedIn e Twitter

I social network sono una grande opportunità per fare marketing, ma ne va assolutamente capita la dinamica relazionale e l'interazione che coinvolge chi li frequenta. L'interazione web sta modificando i modelli comunicativi di interi popoli e le aziende stanno rivoluzionando le loro modalità comunicative verso il mercato. Le imprese che si distinguono sul profilo del marketing pongono oggi la massima attenzione ai sistemi d'informazione, di analisi e di interfaccia con la clientela attraverso il WEB e comunicano utilizzando messaggi e canali mirati (matching marketing) ad ogni occasione di contatto con il cliente.

Destinatari:

- Imprenditori, Dirigenti, Manager Commerciali e Marketing

Obiettivi

- Fornire ai partecipanti gli elementi necessari alla comprensione del web 2.0
- Acquisire elementi per il marketing relazionale
- Comprendere come emergere e distinguersi nel mercato "on line"
- Conoscere strumenti e modalità per l'attuazione di iniziative strategiche mirate
- Capire come attivare campagne marketing con i Social Network

Contenuti

- L'evoluzione della rete nell'era del Web 2.0
- Dal sito web alle community on line
- Struttura e caratteristiche dei Social Network
- Il Social Network per l'azienda
- Modelli comunicativi per la relazione nei Social Network
- Il blog aziendale e la condivisione dell'esperienza on line
- Come relazionarsi con i clienti attraverso i Social Network
- Come creare una community on line per la propria azienda
- Modelli di marketing per i Social Network

Durata del corso:

- Programma in una giornata

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni di gruppo ed analisi di case history.

Vantaggi per il cliente:

- > Comprendere i modelli comunicativi del web 2.0
- > Organizzare ed attuare iniziative strategiche mirate on line
- > Dare il via all'attivazione di una proficua relazione con clienti e prospect
- > Utilizzare i Social Network per il tuo marketing



GOOGLE MARKETING

Come fare marketing sui motori di ricerca senza essere degli esperti

Chiunque oggi cerchi un prodotto, un servizio, un fornitore o un partner utilizza i motori di ricerca. Per l'azienda il posizionamento su Google, in principal modo, e sugli altri "contenitori" come Yahoo e MSN, è divenuto un fattore critico di successo. Fare campagne "pay per click" da alti rendimenti a fronte di spese molto contenute ed il ROI è spesso molto più elevato dei tradizionali media.

Destinatari:

- Imprenditori, Manager e Responsabili di Funzione, Commerciali Marketing ed addetti, interessati alla materia.

Obiettivi

- Fornire gli elementi necessari a comprendere l'importanza di un corretto posizionamento dell'impresa sui motori di ricerca
- Conoscere le tecniche per migliorare il sito web
- Verificare il page rank, le keywords e gli elementi utili al dialogo con gli spider dei motori di ricerca
- Apprendere le modalità per il pay per click e la sponsorizzazione di Google

Contenuti

- Score card per la valutazione del sito web
- Come funzionano i motori di ricerca
- Dove, come e su quali motori di ricerca essere presenti
- Ottimizzare il sito web per dialogare con i motori di ricerca
- Trucchi che aiutano e manovre scorrette che penalizzano
- Utilizzo delle keywords e dei metatags
- Titolo e descrizione del sito
- Pay per click e campagne marketing sui motori di ricerca
- Come attivare in pochi minuti una campagna su Google
- Come calcolare il ROI (ritorno dell'investimento)

Durata del corso:

- Programma in una giornata

Modalità didattica:

- La metodologia didattica prevede esercitazioni di gruppo ed analisi di case history.

Vantaggi per il cliente:

- > Utilizzare le tecniche per fare SEO (ottimizzazione del sito per i motori di ricerca)
- > Sfruttare le possibilità del SEM (marketing con i motori di ricerca) per espandere il mercato
- > Attivare da subito una campagna pay per click



CAIMI STUDIO

Via Schio, 32 - San Vito di Leguzzano 36030 (VI) tel +39 0445 670.003
Bologna Via Murri, 24 - 40137 - tel. 393 944.50.80

www.caimistudio.com - e-mail: info@caimistudio.com