



LA BANCA

EDUCARE è VIVERE...
Comenius

by Elia Contoz



INDICE

Scenario	pag.	3
Obiettivi	pag.	4
Profili Professionali	pag.	5
Aree intervento formativo	pag.	6
Obiettivi percorso formativo	pag.	7
Intervento formativo	pag.	8
Metodologia	pag.	9
Proposta	pag.	10



Scenario

Il mercato bancario italiano è composto da numerosi soggetti, diversi gruppi di grandi dimensioni e realtà locali che devono competere per conquistare il mercato di riferimento. L'offerta di servizi semplici e complessi è molteplice, i prodotti bancari sono numerosissimi e le conseguenze conoscenze richieste agli operatori sono complesse e in continuo cambiamento.

La concorrenza su una parte dell'offerta delle Compagnie Assicuratrici rende ancora più complicato il mercato in cui i soggetti bancari si devono muovere e del quale devono analizzare le dinamiche per impostare le strategie corrette.

Gli operatori delle Compagnie Assicuratrici sono per natura e per loro specificità più propensi ad un approccio aggressivo al Cliente e per attività di comunicazione e marketing.

In questo scenario i Gruppi Bancari che intendono conquistare e mantenere quote di mercato devono supportare i loro collaboratori nello sviluppo di competenze specifiche di comunicazione, marketing e gestione dei rapporti interpersonali.

Emergere in un mercato dei servizi complesso e sovraffollato richiede personale qualificato, motivato e competente.

Le competenze tecniche sui servizi e sui prodotti offerti sono certamente fondamentali, ma l'approccio ai rapporti interpersonali ed al Cliente consentono di trasmettere tutte le proprie professionalità e di instaurare un rapporto di fiducia fondamentale.



Obiettivi

Gestione Interna:

- Efficienza ed efficacia
- Gestione picchi di lavoro
- Gestione Risorse Umane
- Motivazione
- Clima positivo

Gestione verso il mercato:

- Atteggiamento Customer Oriented
- Motivazione
- Fidelizzazione clientela
- Capacità di aggressione al mercato
- Differenziazione dai concorrenti

STRATEGIA

Ritrovare e/o consolidare l'“allineamento” di dirigenti e lavoratori ai **valori morali** e alle politiche di **comportamento** orientati al Cliente.

COMPETENZE

Incrementare il patrimonio di competenze del singolo e, contemporaneamente, stimolarne la trasformazione in **patrimonio dell'intero Gruppo**.

GUIDA

Offrire delle linee guida, sia pure sintetiche, per lo sviluppo di una vera **leadership**.

ORGANIZZAZIONE

Introdurre metodi e strumenti che implementino **Efficacia e Efficienza**.

RISORSE UMANE

Avere ricadute positive su tutti i livelli, migliorando risultati, diminuendo i **conflitti e lo stress**.

CULTURA

Diffondere la **cultura del risultato** come metro di valutazione del proprio lavoro, uscendo dalla logica tradizionale di valutazione del solo impegno profuso.



Profili professionali

AGENZIA	Attività	Competenze
Front-office	Esecuzione di Servizi e vendita di prodotti semplici	Capacità di gestire rapporti interpersonali, gestione stress e picchi di lavoro.
Back-Office	Funzioni di supporto. Essenzialmente rapporti con colleghi	Capacità di gestire rapporti interpersonali, gestione stress e picchi di lavoro, organizzazione del proprio lavoro
Funzionari con responsabilità	Coordinatori risorse umane	Capacità di gestire rapporti interpersonali, gestione stress e picchi di lavoro, organizzazione del proprio lavoro e del lavoro altrui
Referenti Clientela Imprese e referenti Clientela Privata	Funzioni di consulenza, fornitura di servizi e prodotti, vendita	Capacità di gestire rapporti interpersonali, vendita, orientamento al Cliente, comunicazione e marketing

SERVIZI CENTRALI	Attività	Competenze
Operatori	Esecuzione di Servizi e collaborazione con Agenzie	Capacità di gestire rapporti interpersonali, gestione stress e picchi di lavoro.
Funzionari con responsabilità	Coordinatori risorse umane	Capacità di gestire rapporti interpersonali, gestione stress e picchi di lavoro, organizzazione del proprio lavoro e del lavoro altrui



AREE INTERVENTO FORMATIVO

		Front-office	Back office	Funzionari con resp.	Operatori servizi	Referenti Clientela
Risorse Umane	Leadership			X		
	Team Building			X		
	Comunicazione interpersonale	X	X	X	X	X
	Motivazione	X	X	X	X	X
	Gestione collaboratori			X		
	Gestione conflitti	X	X	X	X	X
	Gestione riunioni			X		
Tempo	Gestione Tempo e Stress	X	X	X	X	X
	Pianificazione tempo		X	X	X	X
Cliente	Comunicazione non personale (mail, telefono,..)	X	X	X	X	X
	Negoziazione	X		X		X
	Rapporti con la Clientela	X		X		X
	Atteggiamento Customer Oriented	X	X	X	X	X



OBIETTIVI PERCORSO FORMATIVO

Front-Office

1. Offrire un servizio allo sportello che soddisfi la clientela,
2. Ottimizzare i tempi di lavoro e l'organizzazione delle attività e dei picchi non sempre prevedibili.

Back -Office

1. Offrire un servizio alla propria Clientela: Clienti della Banca che non si interfacciano direttamente e Clienti interni (altri collaboratori, funzionari,..)
2. Ottimizzare i tempi di lavoro e l'organizzazione delle attività e dei picchi non sempre prevedibili.

Funzionari con responsabilità

1. Offrire un servizio alla propria Clientela
2. Pianificare e coordinare le attività di cui si è responsabili
3. Coordinare e gestire i collaboratori

Operatori Servizi centrali

1. Offrire un servizio alla propria Clientela: Clienti interni (altri collaboratori, funzionari,..)
2. Ottimizzare i tempi di lavoro e l'organizzazione delle attività e dei picchi non sempre prevedibili.

Referenti Clientela

1. Offrire un servizio che soddisfi la clientela,
2. Ottimizzare i tempi di lavoro e l'organizzazione delle attività e dei picchi non sempre prevedibili.

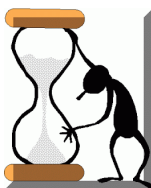
INTERVENTO FORMATIVO

**A
R
E
E**



Risorse Umane

- ✿ Sviluppo Risorse Umane
- ✿ Valorizzazione singoli
- ✿ Team e Leadership
- ✿ Capacità di relazione e collaborazione



Tempo

- ✿ Lo stress in Agenzia
- ✿ Pianificazione delle attività



Cliente

- ✿ Atteggiamento Customer Oriented
- ✿ Il Cliente – panoramica e categorizzazione
- ✿ Il rapporto con l'Agenzia
- ✿ La comunicazione nei vari momenti di interazione
- ✿ Creazione del rapporto



METODOLOGIA

ASPETTI GENERALI

L'attività poggia sull'interattività tesa a favorire il confronto e a rispondere con approcci teorico pragmatico a quesiti, dubbi/perplessità che nascono dai partecipanti.

Particolare attenzione viene posta a suggerire e, soprattutto a cogliere gli agganci con l'attività quotidiana e con le esperienze di ciascun partecipante.

Per il consolidamento dei risultati, si prevede una successiva fase di feedback da parte dei partecipanti, eventualmente integrata da un'azione di supporto, anche on-line.

ATTIVITA' PRE-FORMAZIONE

- Analisi della struttura organizzativa
- Analisi dei fabbisogni formativi in base alle prospettive di sviluppo di servizi, prodotti, mercati
- Analisi dei fabbisogni formativi in base alle professionalità dei singoli collaboratori e alle loro prospettive professionali
- Pianificazione della Proposta formativa in base anche ad eventuali percorsi formativi tecnici
- Ricerca di finanziamenti

SCHEMA OPERATIVO

Lezioni frontali

- trasmissione di informazioni teoriche a sostegno dell'esperienza professionale

Attività individuali ed in gruppo

- trasferimento dell'appreso dal teorico al pratico

Question time e problem solving

- confronto sulle criticità quotidiane e analisi delle soluzioni



PROPOSTA

FORMED ha sviluppato una proposta per il Settore Bancario maturata dalla sua esperienza e dalla sua conoscenza del settore; per offrire un Servizio personalizzato FORMED ritiene si debba analizzare la reale situazione di ogni Gruppo, dei suoi Collaboratori e le esigenze di crescita professionale e professionale di ogni soggetto.

Il Progetto formativo proposto, inoltre, non comprende le tematiche specifiche e tecniche del settore che possono essere incluse su indicazione del Cliente per strutturare un progetto personalizzato che consenta al Gruppo Bancario di pianificare l'intero percorso di formazione conoscendo a priori costi, tempi, soggetti coinvolti ed argomenti.

In sintesi la proposta deve essere personalizzata in base a:

- ✘ struttura organizzativa del singolo cliente,
- ✘ caratteristiche personali dei collaboratori e loro percorsi di crescita professionale,
- ✘ necessità di formare i collaboratori su tematiche tecniche del settore,
- ✘ opportunità di usufruire di risorse economiche dei Fondi Interprofessionali.

FINANZIAMENTI

FORMED può supportare l'Azienda nell'individuazione di eventuali possibilità di finanziamento dell'attività formativa e nella gestione delle pratiche conseguenti.

Generalmente i finanziamenti intervengono nella copertura di tutti i costi per la realizzazione della formazione, lasciando a carico dell'Azienda solo il costo del personale partecipante.