

# Progetto DigitaLearning IamaSP



**AGGIORNAMENTO  
IVASS**

**ESERCITARSI ED  
APPRENDERE**



# Contenuti DigitalLearning - Aggiornamento IVASS 2020

## ESERCITAZIONE E RIPASSO



Con la logica della «palestra» e dell'allenamento, si riprendono i seguenti temi:

- mercato,
- Tecnica
- Normativa

e, con la logica del debrief e della difficoltà crescente si porta il fruitore ad uno sforzo sempre maggiore di apprendimento

## Contenuti DigitalLearning - Aggiornamento IVASS 2020

### ESERCITAZIONE E APPROFONDIMENTO



**CIRCA 30 PERCORSI SIMULATIVI DI  
TRATTATIVE**

**DEBRIEFING E APPROFONDIMENTI**

## Contenuti Digital Learning: debriefing e approfondimenti



### OBIETTIVI

- Definire il “mestiere del Consulente”: complessità operativa e complessità relazionale
- Aumentare la consapevolezza dell’ importanza di un stile relazionale di tipo consulenziale con i clienti della filiale
- Sviluppare abilità relazionali attraverso il rinforzo e la sperimentazione dei principi della comunicazione (capacità di analisi e sintesi, precisione di linguaggio, empatia)
- Incrementare la propria flessibilità comportamentale in funzione delle caratteristiche del cliente
- Saper valutare le comunicazioni emesse monitorandone i ritorni.
- Consolidare le capacità e fornire soluzioni assicurative efficaci a tutela del cliente

## Percorso logico



**TRASFORMARE GLI OSTACOLI IN OPPORTUNITÀ:** trovare una strada efficace tra la normativa, le convinzioni del consulente e i bias del cliente

**COMPRENDERE IL CONTESTO DEL CLIENTE:** quali informazioni, come reperirle e come utilizzarle

**ADOTTARE VERO APPROCCIO CONSULENZIALE PER ACCREDITARCI CON IL CLIENTE:** individuare spazi di azione per gestire al meglio la relazione con le diverse tipologie di cliente

## Contenuti Digital Learning: debriefing e approfondimenti



### CONTENUTI

#### Elementi di contesto

- La consulenza come elemento tangibile del servizio assicurativo offerto dalla banca
- I clienti della banca: caratteristiche, peculiarità, necessità di coperture assicurative.
- La capacità di adottare linguaggi e modalità relazionali diverse in funzione delle reali attese e caratteristiche personali dei "clienti": un modo per migliorare la soddisfazione professionale e ridurre significativamente ansia e stress.

#### Il modello di comunicazione di riferimento

- Le tecniche per condurre la relazione con il cliente e guidarne le aspettative: struttura e dimensione della comunicazione, il modello linguistico di precisione e di persuasione, le barriere nella comunicazione.
- La flessibilità come modello di gestione dei problemi di relazione in un contesto negoziale

#### Conoscere il proprio stile di comunicazione e i propri bisogni relazionali

- Ripresa del Test di diagnosi DISC sul proprio stile di relazione sociale e di percezione del contesto
- Gli effetti del proprio stile di comportamento in diverse situazioni, la valorizzarne dei punti di forza, l'identificazione dei punti di attenzione

## Contenuti Digital Learning: debriefing e approfondimenti



### CONTENUTI

#### La gestione della dinamica relazionale con il cliente

- Come comprendere il comportamento del cliente, individuarne lo stile di relazione e introdurre il tema del rischio
- Analisi delle aree di rischio del cliente ed individuazione delle specifiche soluzioni assicurative.

#### Le motivazioni che determinano il successo o l'insuccesso della relazione con il cliente

- Le strategie di relazione consulenziale coerenti con le aspettative del cliente
- Come stabilire velocemente relazioni soddisfacenti
- Rileggere i principi e logiche alla base della relazione positiva efficace, in funzione della tipologia del cliente
- Applicare strategie di comunicazione e di negoziazione efficaci in relazione alle specificità dei clienti nella proposta consulenziale delle soluzioni assicurative offerte dalla banca.

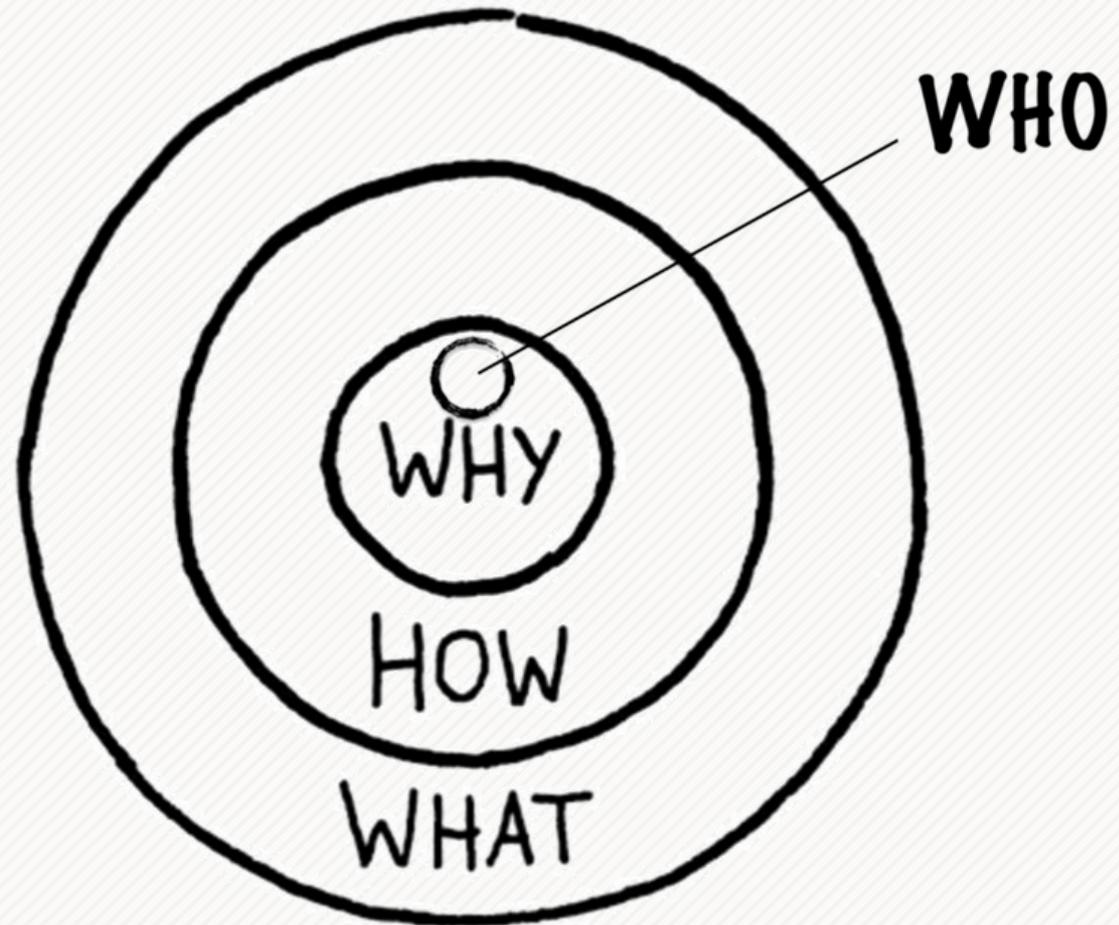
# Il mestiere del consulente assicurativo



Da **COSA** offro al cliente

A **COME** lo propongo

Fino a **PERCHE'** il cliente ha bisogno di advising



## Comportamenti e criteri di acquisto

- Da parte dei Clienti nei confronti della consulenza emergono in modo evidente due poli opposti:

### CHERRY PICKERS

- Rappresenta il 35% del Mercato
- Acquista solo coperture obbligatorie
- Valuta e acquista sia su canali fisici che virtuali

### RISK SENSITIVE

- Valuta e acquista coperture accessorie (20,5% del Mercato)
- Valuta soprattutto il servizio di consulenza
- Desidera una forte relazione con il consulente

Nel 2020 oltre il 60% dei clienti assicurativi italiani sarà ibrido. La gestione e la cura della relazione sono fattori chiave di successo per mantenere i risk sensitive e non farli diventare cherry pickers.

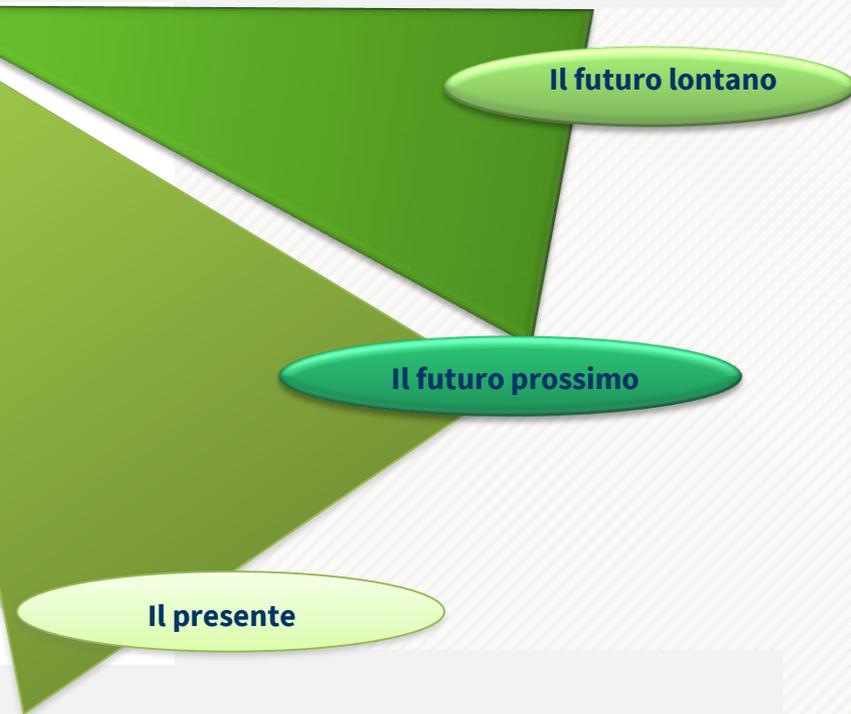
Fonte: Deloitte

## Il ciclo di vita del cliente

Ciò che determina la prospettiva del cliente sono le sue esperienze, dirette o indirette (fatte dai familiari, dai conoscenti..)



Aiuta il tuo cliente a progettare il suo futuro...



# CONOSCI E RICONOSCI ... IL CLIENTE



**relazioni efficaci**

- sorridi
- sii accogliente
- mostra interesse
- sii sincero
- fai domande
- ascolta
- usa un linguaggio semplice
- ricorda
- dedica tempo
- sii attento
- verifica
- chiama per nome
- osserva
- condividi
- prova emozioni

# Conoscere il cliente

## RACCOGLIERE I DATI NECESSARI A STABILIRE:

- Le sue esigenze

Conoscere il cliente è fondamentale per poter proporre delle soluzioni che siano per lui vantaggiose, e più profondo sarà il livello di conoscenza maggiori saranno le possibilità di presentare una soluzione che lo stesso percepirà come vantaggiosa per lui.

Per conoscere il cliente la sua realtà e i suoi programmi futuri, gli strumenti che abbiamo a disposizione sono l'osservazione dei suoi comportamenti e le domande.

Diversi sono i tipi di domanda che si possono fare:

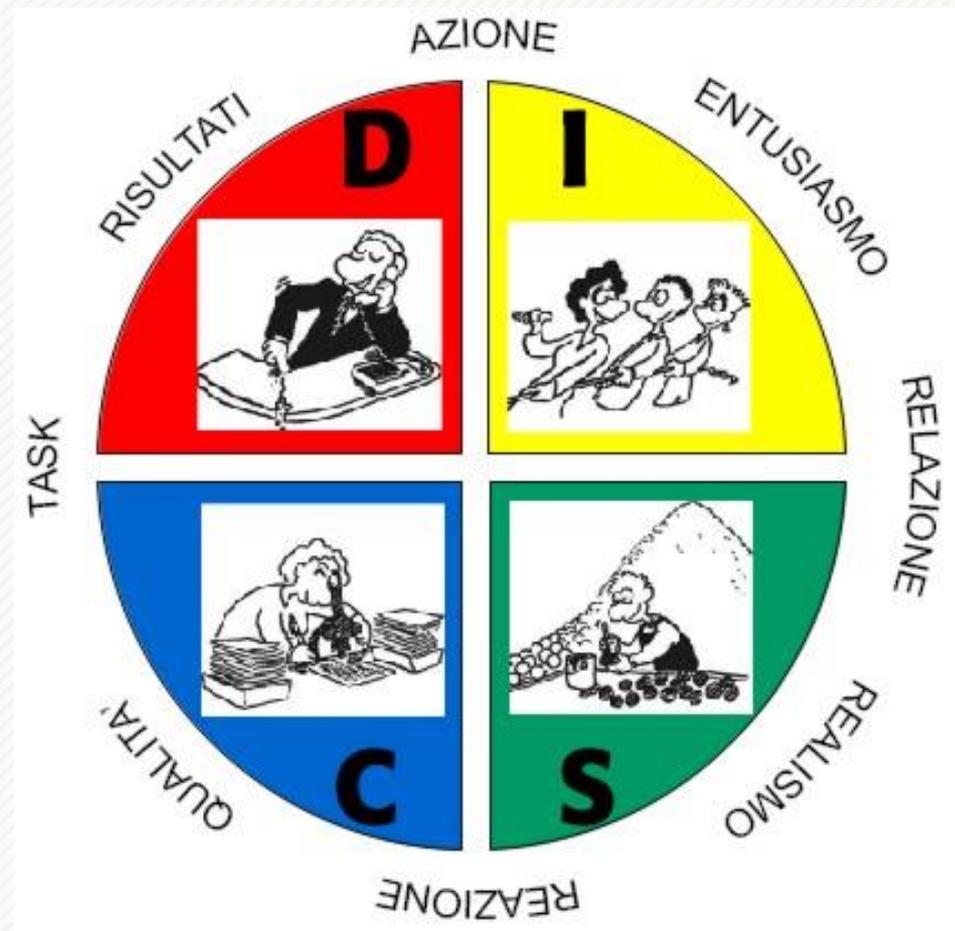
- Domande chiuse
- Domande aperte
- Domande di precisione

Più difficile è individuarne i comportamenti (il modello **DISC** ci può essere d'aiuto)

# Conoscere il cliente: i passaggi chiave di questo approccio

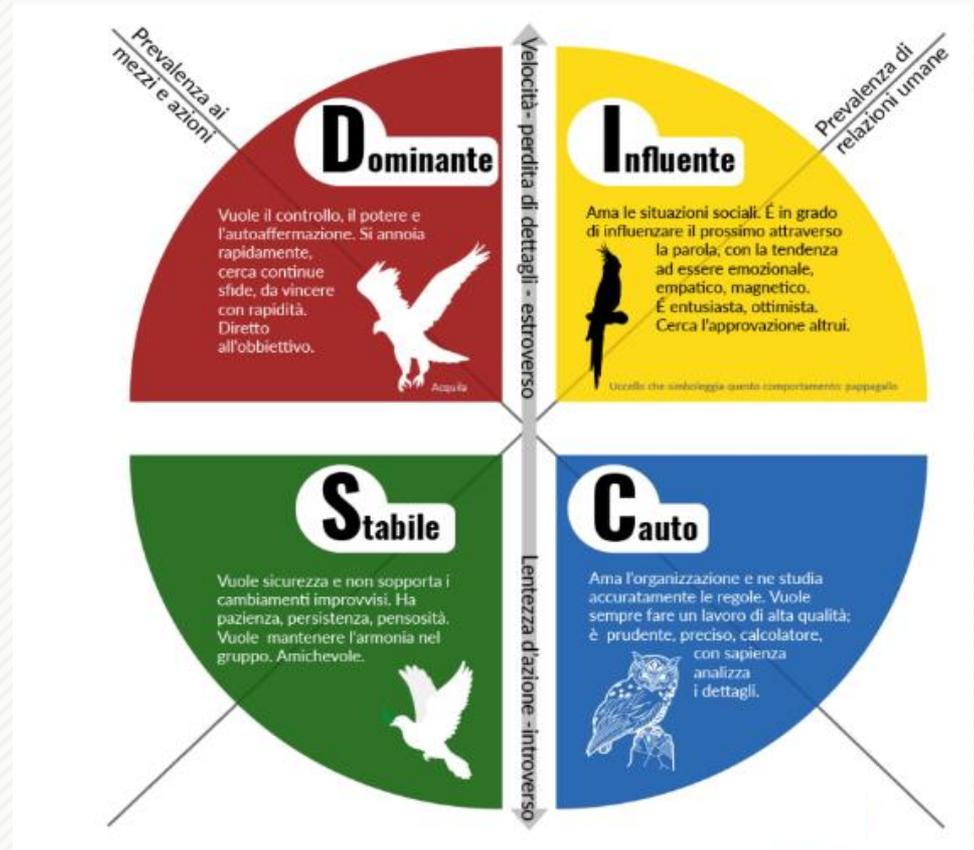
## Il modello D.I.S.C.

Conoscere il proprio stile relazionale



# Conoscere il cliente: i passaggi chiave di questo approccio

Il DISC è un acronimo ed è spesso visualizzato con quattro quadranti, ognuno dei quali rappresenta uno stile comportamentale: Dominanza, Influenza, Stabilità e Cautela. Ogni persona ha uno di questi stili più accentuato, a seconda delle situazioni che ricopre.



## Il modello DISC: come gestire la relazione col cliente

Invertiamo le parti: tu sei il cliente, metti a dura prova il consulente.  
Trenta casi di simulazione di gestione della relazione



**CONTATTI**





## CONTATTI SOCIETÀ



**IAMA Sales Professional S.r.l.**  
*Via Cesare Battisti 4*  
*Milano (MI)*



**Telefono**  
*+39 02 89 36 72 59*



**Sito Web**  
[www.iamasp.it](http://www.iamasp.it)



**E-mail**  
[info@iamasp.it](mailto:info@iamasp.it)



**Referenti**  
Sergio Pollini  
Partner  
[sergio.pollini@iamasp.it](mailto:sergio.pollini@iamasp.it)

+39 347 87 93 698

