

## PROGETTO SVILUPPO COMMERCIALE IN BANCA

La presente iniziativa agendo in forte sintonia con la Direzione Commerciale ha come obiettivo quello di potenziare le capacità commerciali della Banca, contestualizzando le attività Formative d'aula con le diverse caratteristiche degli utenti e la funzione da loro svolta in seno all'azienda.

La proposta si articola su due interventi realizzabili anche singolarmente in ragione delle specifiche esigenze della Banca:

- 1. Gestione della Leadership in area commerciale;**
- 2. Sviluppo Rete Commerciale.**

L'obiettivo è quello di far acquisire ai partecipanti nuove conoscenze e abilità, agendo sui seguenti punti:

1. Superare la standardizzazione della formazione d'aula canonica; si impara a risolvere i problemi reali e non ad apprendere questioni generali.
2. Secondo una logica Top down, il cambiamento oggetto dell'intervento parte dall'alto (team manageriale) per distribuirsi, nella fase applicativa, a cascata su tutte le persone dell'organizzazione.
3. Potenziare le abilità di LEADERSHIP di chi occupa ruoli di responsabilità all'interno dell'impresa, intervenendo in particolare sulle abilità relazionali al fine di comprendere, motivare e comunicare efficacemente con i propri collaboratori.
4. Dare continuità al consolidamento dei nuovi comportamenti formando al *coaching* le Figure dei Responsabili a cui fa capo la gestione operativa della Rete Vendita (Responsabile Gestore Imprese e Responsabile Gestori Privati), per raggiungere una maggiore autonomia nel promuovere processi di miglioramento della rete vendita.
5. Migliorare la Comunicazione interna come strumento di efficienza del sistema organizzativo, favorendo l'ottimizzazione del clima interno, incidendo sul loro livello di partecipazione ed appartenenza all'organizzazione.
6. Professionalizzare il personale della rete vendita potenziandone le abilità di comunicazione, al fine di saper gestire la relazione commerciale in maniera efficace in tutte le sue fasi, dall'analisi dei bisogni fino ad arrivare alla chiusura della trattativa.
7. Parte integrante del progetto sarà un'attività di ASSESSMENT, attraverso la somministrazione uno strumento per la valutazione delle potenzialità commerciali.

### **ATTIVITA' 1: GESTIONE DELLA LEADERSHIP CON DESTINATARI FIGURE DI RESPONSABILITA' E COORDINAMENTO**

**Destinatari:** La proposta progettuale coinvolgerà le FIGURE CHIAVE presenti in azienda, che svolgono un ruolo di coordinamento, in particolar modo quelle figure chiamate a gestire il cambiamento e a favorire l'incremento motivazionale della forza vendita, (es: Responsabile Gestore Imprese – Responsabile Gestori Privati) sia in ambito Operations per la gestione del processo operativo di filiale (Preposti e Vicari).

Tali figure, attori chiave del cambiamento (le cd figure di cerniera) saranno coinvolte nella formazione in quanto, per le mansioni direttive che svolgono, devono saper esprimere una LEADERSHIP capace di coinvolgere e motivare le persone verso il cambiamento.

**Obiettivi:** Nello specifico le finalità delle attività progettuali sono quelle di potenziare alcune fondamentali competenze di Team Management, ossia: potenziare le abilità di LEADRESHIP, intervenendo in particolare sulle abilità relazionali al fine di comprendere, motivare e comunicare più efficacemente con i propri collaboratori.



Per quelle figure che rivestono un ruolo di particolare responsabilità nella gestione della Rete Vendita, può essere prevista anche un'attività di *Coaching one to one* finalizzata a potenziare ulteriormente le aree critiche nella gestione dei gruppi di lavoro. Tale attività potrà prevedere anche l'affiancamento degli stessi nel lavoro quotidiano (es: conduzione di una riunione commerciale) con l'obiettivo di applicare i metodi e le strategie acquisite, seguito da *debriefing* per massimizzare la ricaduta formativa, e il raggiungimento dei risultati desiderati.

## ATTIVITA' 2: SVILUPPO RETE COMMERCIALE CON DESTINATARI I CONSULENTI DELLA BANCA

**Destinatari:** La proposta progettuale coinvolge le figure che svolgono un ruolo commerciale in Banca e ha come obiettivo fornire ai partecipanti nuove conoscenze e competenze sia di tipo tecnico che relazionali utilizzabili nell'esercizio della propria professione e spendibili nella relazione con il Cliente.

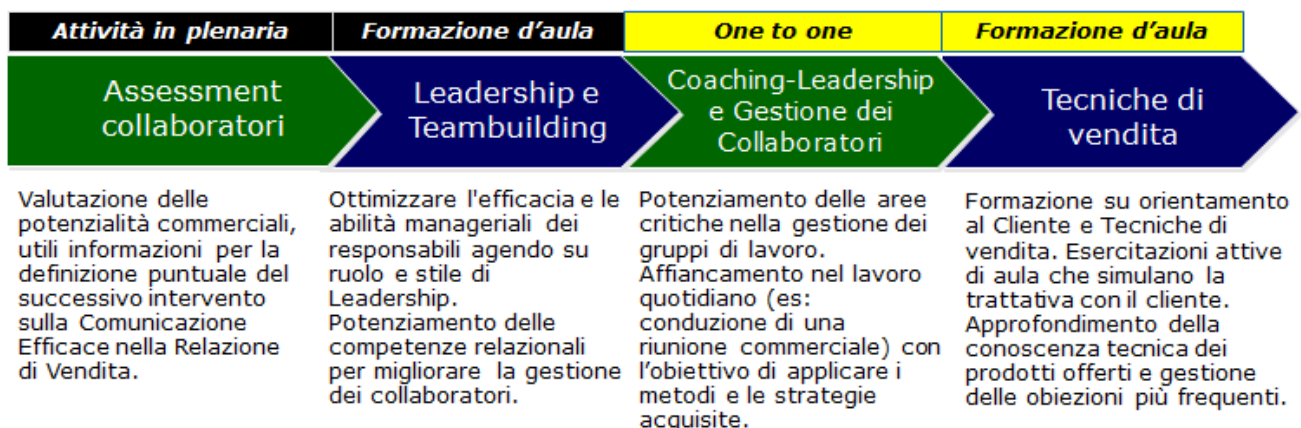
**Obiettivi:** L'intervento ha l'obiettivo di Illustrare ai partecipanti la necessità di evolvere l'approccio relazionale e commerciale alla luce del mutato contesto di mercato. Con il passare del tempo, gli intermediari hanno a disposizione prodotti molto eterogenei e completi, pertanto il valore aggiunto lo fanno lo stile relazionale e la qualità del servizio di consulenza.



L'obiettivo è quindi quello di potenziare le strategie commerciali di vendita su prodotti specifici ad alta marginalità, con esercitazioni attive di aula che simulano la trattativa con il cliente, al fine di imparare ad adottare stili di comportamento corretti nei confronti dei diversi soggetti, saper presentare e condividere la proposta commerciale con il cliente e gestire nel modo più efficace le obiezioni più frequenti.

Attraverso esercitazioni attive di aula che simulano la trattativa con il cliente, si intendono quindi analizzare i metodi in grado di ottimizzare da un lato il processo commerciale, dall'altro la posizione finanziaria dell'investitore il quale, senza supporto professionale, dimostra di incorrere in frequenti e dannosi errori.

### FASI DI SVILUPPO DEL PROGETTO IN AREA COMMERCIALE



## **METODOLOGIA OPERATIVA**

Il necessario inquadramento teorico degli argomenti affrontati nei percorsi è sempre supportato da esemplificazioni e dalla contestualizzazione alla realtà professionale. Vengono proposti esercitazioni, simulazioni, analisi di casi, idonei ad orientare il partecipante nella gestione pratica della tematica.

Il progetto si caratterizza, quindi, per un approccio interattivo, fondato da un lato su simulazioni ed esercitazioni, dall'altro sul confronto e la condivisione delle esperienze che i partecipanti hanno maturato.

Il fine principale di tale metodologia è quello di consentire ai partecipanti di sperimentare già nella fase di aula quanto appreso nella teoria, al fine di rientrare nell'attività lavorativa quotidiana con degli strumenti immediatamente spendibili ed applicabili al contesto lavorativo reale.



## **ASSISTENZA PER UTILIZZO DI FINANZIAMENTI DEDICATI ALLA FORMAZIONE**

Ecomatica offre anche l'opportunità di finanziare interamente il progetto attraverso il Fondo Interprofessionale Fon.Coop., nei limiti delle risorse disponibili sul Conto Aziendale, seguendo per le fasi di presentazione e monitoraggio del progetto e rendicontazione delle spese sostenute per la sua realizzazione.