

Certificazione Universitaria (CAS), 84 Ore

CAS Relationship and Communication Management in Finance & Banking

In collaborazione con:



Tematica

Management & Digital Transformation

Periodo

Da ottobre 2019 a maggio 2020

Termine d'iscrizione

27/09/2019

Prezzo

Membro ABT,FTAF,HRTicino,STRP: CHF 6470

Altri: CHF 6890.0

Il corso si rivolge a

- Agente/Consulente assicurativo
- Compliance
- Consulenza clientela Wealth Management
- Fiduciario finanziario
- Legal
- Revisione interna
- Risk management/Risk control
- Risorse umane

Presentazione

Da un lato, l'offerta di formazione per gli operatori finanziari deve considerare le esigenze specifiche di ogni profilo professionale, dall'altro, relazione e comunicazione sono competenze trasversali che caratterizzano tutte le attività. Per fornire un concreto supporto agli operatori della piazza, Centro Studi Villa Negroni e la Facoltà di scienze della comunicazione dell'Università della Svizzera italiana, sulla base della collaborazione iniziata lo scorso anno, ripropongono, in versione rivista e aggiornata, il Certificate of Advanced Studies (CAS) che affronta i principali argomenti legati alla relazione e alla comunicazione, calandoli nella realtà del settore finanziario e bancario per rispondere a diffuse esigenze espresse da importanti profili professionali. La trattazione delle diverse tematiche viene sempre introdotta da un business case per garantire un approccio didattico efficace, fortemente orientato alla pratica.

La maggior parte dei moduli costituenti il CAS sono riconosciuti per il mantenimento della certificazione di consulente alla clientela bancaria della Swiss Association for Quality (SAQ), per quanto attiene alle competenze comportamentali.

Obiettivi

Al termine dei percorsi formativi il partecipante:

- ha ottenuto strumenti per affinare tecniche di comunicazione efficaci che consentano di articolare il proprio messaggio in maniera corretta sfruttando al meglio i canali comunicativi opportuni
- ha acquisito spunti per costruire una value proposition consistente rispetto alla propria attività professionale
- è in grado di valutare e comprendere la comunicazione altrui (clienti, competitor)
- utilizza le competenze acquisite quale "trusted advisor"

Programma

Il percorso formativo del CAS è composto da 15 moduli per complessive 84 ore articolati in un periodo di otto mesi.

In uno spirito di massima flessibilità e per permettere ai fruitori di scegliere le tematiche da approfondire in funzione delle proprie esigenze, è data anche la possibilità di seguire uno o più moduli a scelta.

Introduzione

M1. Comunicazione e fiducia sostenibile (8 ore)

1. Analisi del business case
2. Dinamica psicologica della fiducia
3. Componenti "etiche" dell'affidabilità: competenza, integrità e benevolenza
4. Storytelling sostenibile e insostenibile nella consulenza finanziaria
5. Tre componenti della comunicazione dialogica: informazione, interazione e relazione
6. Verifica delle proprie competenze comunicative tramite simulatore di un dialogo critico di consulenza

Argomentazione e persuasione

M2. Argomentazione e persuasione nella comunicazione e nella consulenza finanziaria (8 ore)

1. Analisi del business case
2. Argomentazione, ragionamento e decisione
3. Argomentazione, persuasione e manipolazione
4. Argomentazione e storytelling nella comunicazione finanziaria (il caso "Juicero")
5. Argomentazione e dibattito nella comunicazione finanziaria (il caso "Herbalife")
6. La buona argomentazione: plausibilità e rilevanza
7. La buona argomentazione: attenzione al contesto
8. La buona persuasione: argomentazione orientata all'altro
9. Argomentazione e crisi della fiducia: argomentare competenza, integrità e benevolenza
10. Simulazione: argomentare in un dibattito mediatizzato (preparazione e svolgimento)

M3. Strategie argomentative, reputazione e fiducia (4 ore)

1. Analisi del business case
2. La compliance nella comunicazione
3. L'argomentazione come elemento chiave della comunicazione strategica
4. Issues management: aspetti organizzativi e comunicativi
5. Riconoscere e definire una issue
6. Analizzare il contesto di una issue
7. Costruire argomenti intorno a una issue
8. Esempi ed esercitazioni

M4. Tecniche di presentazione (4 ore)

1. Preparazione e struttura di una presentazione (business case)
2. Impiego degli strumenti multimediali ai fini comunicativi (punti di forza, debolezza, rischi, opportunità)
3. Comprensibilità del discorso e capacità di rendere sempre viva l'attenzione
4. Utilizzo di grafici e immagini al posto del testo, etc.
4. Comunicazione non verbale
5. Persuasione quale forte valore aggiunto all'efficacia della comunicazione

Comunicazione e media

M5. Media e mercati finanziari (4 ore)

1. Analisi del business case
2. Introduzione su rapporto tra media e mercati finanziari
3. I media sono informativi o producono "rumore"?
4. Casi in cui i media sono efficaci verso i mercati pur non veicolando informazione nuova
5. Diversa interpretazione dei media da parte di diversi soggetti con gradi di alfabetizzazione finanziaria diversa. Perché la stessa notizia viene letta diversamente dall'investitore retail e dall'investitore istituzionale
6. I media come watchdog sui mercati: studio di caso

M6. Gestione della relazione con i media (8 ore)

1. Analisi del business case
2. Rischio comunicativo con i media e tutela degli interessi degli stakeholder aziendali
3. Gestione del rapporto con i giornalisti: raccolta informazioni, preparazione
4. Gestione del rapporto con i giornalisti: le sei regole di base (cosa dire, come dirlo, formalità, etc.)
5. Comunicazione in caso di crisi
6. Ripresa del business case introduttivo
7. Classificazione dei media
8. Modalità di funzionamento dei media principali
9. Differenze e diverso approccio con agenzie di stampa, TV, quotidiani, periodici, siti internet, social media
10. Applicazioni pratiche ed esempi

M7 Tecnologie di comunicazione e ruolo dei social media (4 ore)

1. Analisi del business case
2. Rapporto del manager con i social media: rischio comunicativo legato ai nuovi strumenti
3. Comunicazione e social media: utilizzo in situazioni professionali vs. situazioni private da parte del manager
4. La trasformazione digitale e il ruolo della comunicazione
5. Un approccio olistico: l'Online Communication Model
6. Canali "owned", "earned" e "paid": progettare una comunicazione di qualità
7. Ascoltare online

Creare valore dalla relazione

M8. Value proposition efficace nella consulenza finanziaria (8 ore)

1. Breve presentazione del business case
2. Value proposition aziendale e personale, strumenti
3. Consulenza olistica: competenze / visione del cliente
4. Ruolo del consulente quale catalizzatore di esigenze: ascolto e fiducia / scouting esigenze e opportunità di business
5. Organizzazione del lavoro e rischio frammentazione della relazione col cliente: deployment / quality control
6. Generazione di una value proposition che permetta di differenziarsi: quali elementi includere?
7. "Start with why" secondo Simon Sinek: rilevanza e applicazione in un ambito private banking
8. Attività "speed dating" - perfezionamento della propria value proposition
9. Ruolo delle emozioni nell'interazione con i clienti / clienti target e come costruire un rapporto di fiducia
10. Ripresa del business case ed esercitazione

M9. Networking professionale per il consulente finanziario (4 ore)

1. Analisi del business case
2. Creazione di una pipeline di client target - da quali fonti?
3. Gestione sistematica nel tempo della propria pipeline di clienti target
4. Generazione e utilizzo ideali di un profilo nei media sociali/professionali (Linkedin, ecc.)
5. "Touch points" - opportunità di contatto con clienti/clienti target e come beneficiarne
6. Regole e fattori di successo in un evento private banking
7. Business case e workshop

M10. Customer relationship management e marketing: un approccio conversazionale

1. La gestione delle relazioni con i clienti: sfide e opportunità
2. La costruzione di approccio di CRM e il suo contributo alla creazione del valore aziendale
3. L'analisi del portafoglio delle relazioni con i clienti

Gestire le relazioni e la comunicazione interpersonale

M11. Comunicazione interpersonale nel contesto bancario e finanziario (8 ore)

1. Analisi del business case
2. La comunicazione interpersonale e il suo ruolo nel contesto bancario e finanziario
3. La gestione della relazione come cardine della consulenza
4. Costruire relazioni di fiducia attraverso la comunicazione interpersonale
5. Il dialogo strategico: concetti e strumenti
6. Approccio consulenziale vs. vendita
7. Ruolo delle emozioni nella relazione
8. Ascolto ed empatia
9. Tecniche di interviewing: esercizi e applicazioni pratiche
10. Gestione delle resistenze e delle obiezioni del cliente/collega

M12. Comunicazione interculturale (4 ore)

1. Analisi del business case
2. Cultura e asimmetrie culturali
3. Le dinamiche del pensiero nell'incontro interculturale: pensieri lenti e pensieri veloci (Kahneman)
4. Rilevanza e attualità del "fattore cultura" nella comunicazione interpersonale in tempi di globalizzazione senza omologazione: il fenomeno del retrenchement culturale e del sovranismo
5. I criteri generali per la comunicazione efficace nella relazione interpersonale con il cliente in ambiente di banca e finanza
6. La "sensibilità culturale" (cultural awareness): caratteristiche
7. L'approccio al cliente di servizi finanziari proveniente da diversa cultura. Il paradigma olistico
8. L'apprezzamento del gap culturale e l'efficace porsi rispetto all'interlocutore
9. Lingua, linguaggio e lessico
10. La quotidianità nella comunicazione interpersonale eteroculturale in piazze multietniche-multiculturali
11. Il rischio degli stereotipi
12. Orientarsi nel labirinto delle culture: come funziona il COM (Cultural Orientation Model; Walker e Schmidt)
13. Confrontarsi con i profili COM essenziali delle principali aree culturali: Occidente europeo, Est europeo, Occidente non europeo, Vicino Oriente e universo semita
14. La comunicazione verbale nei profili COM considerati la comunicazione cerimoniale (buone maniere/cattive maniere) nei profili COM considerati

M13. Gestire gli aspetti psicologici nella consulenza finanziaria (4 ore)

1. Analisi del business case
2. Segmentazione degli investitori sulla base degli atteggiamenti profondi verso il denaro
3. Psicologia del denaro nella sua articolazione cognitiva e affettiva/emotiva
4. Ciclo di vita del cliente e rapporto col denaro
5. Gestione psicologica professionale del cliente a partire dai vissuti sul denaro del professionista - casistica e tecniche
6. Casi pratici

M14. Negoziazione in banca e finanza (8 ore)

1. Analisi del business case
2. La «Negoziazione»: cosa significa negoziare
3. Caratteristiche e specificità della negoziazione nel contesto bancario e finanziario
4. Il metodo «Harvard»: principi e tecniche applicative
5. Dalla negoziazione sulle posizioni alla negoziazione sugli interessi
6. Il ju-jitsu negoziale
7. La negoziazione come strumento di creazione di valore
8. Esercitazioni

M15. Gestione e risoluzione dei conflitti: la mediazione come approccio dialogico e

comunicativo (4 ore)

1. Analisi del business case
2. Cosa è il conflitto e come ci avviciniamo ad esso? Profili di approccio al conflitto
3. Cosa possiamo imparare dal dialogo argomentativo collaborativo?
4. La mediazione trasformativa
5. Strumenti comunicativi della mediazione di conflitti che possono essere applicati nella vita professionale: domande e reframing

Al termine del sopra descritto percorso formativo è previsto un esame che, se superato, porta all'ottenimento della Certificazione CAS e dei rispettivi 10 crediti formativi di livello accademico ECTS (1 ECTS corrisponde a 25/30 ore di lavoro).

Oltre alla partecipazione al percorso intero, gli argomenti oggetto di trattazione danno vita a tre precorsi formativi distinti, con parti comuni, rivolti a tre distinti profili professionali:

- Consulenti (Percorso 1), con focus sulla relazione e la comunicazione con il cliente;
- Specialisti delle funzioni di controllo, legal, HR, etc. (Percorso 2), con focus sulla necessità di comunicare internamente con il management e con la linea;
- Manager (Percorso 3), con focus sul bisogno di comunicare con l'esterno (pubblico, mass media, etc.).

Combinando, infatti, a seconda del profilo professionale cui si rivolgono, moduli scelti tra quelli sopra elencati si propongono una formazione executive (CAS) e due corsi di perfezionamento indipendenti con parti comuni rivolte alle suddette categorie di destinatari:

Percorso 1 - CAS Relationship and Communication Management in Finance & Banking per consulenti (moduli: 1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15; 72 ore)

Percorso 2 - Comunicazione interna per le funzioni di controllo, legal, HR, etc. (moduli: 2, 3, 4, 11, 14, 15; 36 ore)

Percorso 3 - Comunicazione esterna per manager (moduli: 2, 3, 4, 5, 6, 7; 32 ore)

Coloro che hanno frequentato i tredici moduli del percorso 1 Relationship and Communication Management in Finance & Banking per consulenti possono ambire a una Certificazione CAS ad hoc previa preparazione e presentazione di un case report integrativo dell'esame, secondo quanto stabilito nel Piano di studi.

I due Certificati CAS sono rilasciati dall'USI congiuntamente con il CSVN.

Negli altri casi sono rilasciati dal CSVN gli Attestati di partecipazione.

Esami

Al termine del percorso formativo è previsto un esame che, se superato, porta all'ottenimento della Certificazione CAS e i rispettivi crediti formativi (10 ECTS) di livello accademico. Il Certificato viene rilasciato dall'USI congiuntamente con il CSVN. L'esame ai fini della certificazione è riservato sia a coloro che hanno frequentato l'intero percorso formativo, composto da tutti i corsi (C1 - C13), sia a coloro che hanno frequentato gli undici moduli del

percorso "Comunicazione verso il cliente". A questi ultimi è richiesto, in aggiunta all'esame, la preparazione e la presentazione con successo di un case report, secondo quanto stabilito nel Piano di studi. L'organizzazione e la preparazione dell'esame è affidata ad un'apposita Commissione d'esame del CSVN e dell'USI. L'esame scritto, in formato multiple choice e della durata complessiva di 2 ore, si terrà nel mese di giugno 2020 secondo data e orario indicati nel calendario.

Docenti

Docente: Claudio Allievi

Ing., Consulente e formatore bancario, Executive coach, K-REV SRL, Como

Docente: Antonio Bova

PhD, Assistant Professor of Social Psychology of Communication Department of Psychology Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Adjunct Professor of Psychology, Franklin University Switzerland, Lugano

Docente: Lorenzo Cantoni

Professore, Facoltà di scienze della comunicazione, Direttore dell'Istituto di Tecnologie per la Comunicazione Università della Svizzera italiana, Lugano

Docente: Antonio Costanzo

Ing., Docente al Centro Studi Villa Negroni, Vezia

Docente: Gabriela Cotti Musio

Responsabile Comunicazione, Credit Suisse (Svizzera) SA, Lugano

Docente: Maurizio Di Feo

HR Manager, Direzione Risorse Umane, BPER Banca, Gruppo Bper, Modena

Docente: Giancarlo Dillena

Docente e collaboratore scientifico, Facoltà di scienze della comunicazione, Università della Svizzera italiana, Lugano, già Direttore del "Corriere del Ticino"

Docente: Luigi Ferrari

Professore di Psicologia delle condotte finanziarie e di Psicologia economica e del lavoro, Università degli Studi di Milano - Bicocca, Milano

Docente: Sara Greco

PhD, Professore assistente, Facoltà di scienze della comunicazione, Università della Svizzera italiana, Lugano

Docente: Rudi Palmieri

Dr., Interim Head - Department of Communication and Media, Senior Lecturer in Strategic Communication, Università di Liverpool, UK, Docente, Facoltà di scienze della comunicazione,

Università della Svizzera italiana, Lugano

Docente: Roberto Pirola

Consulente e formatore aziendale, Fondatore della Roberto Pirola Communication GmbH, Bellinzona

Docente: Carlo Raimondo

PhD, Docente, Facoltà di scienze della comunicazione, Università della Svizzera italiana, Lugano

Docente: Renato Ramella

Responsabile sviluppo e gestione delle vendite, Zurigo Compagnia di Assicurazioni SA, Zurigo

Docente: Andrea Rocci

Professore e Decano, Facoltà di scienze della comunicazione, Direttore dell'Istituto di argomentazione, linguistica e semiotica, Università della Svizzera italiana, Lugano

Docente: Lino Terlizzi

Giornalista economico, Editorialista, Corriere del Ticino, Collaboratore de Il Sole 24 Ore per la Svizzera

Docente: Giovanni Vergani

Dr., Docente presso la Facoltà di scienze economiche, Università della Svizzera italiana e presso il Centro Studi Villa Negroni, Vezia, Direttore Addwise SA, Lugano

Contatto

Valentina Lucheschi

091 9616551

vlucheschi@csvn.ch

Ultimo aggiornamento: 27/06/2020

Centro Studi Villa Negroni - Via E. Morosini 1 - www.csvn.ch - info@csvn.ch