



PROGRAMMA AVANZATO DI SVILUPPO STRATEGICO PER GLI AGENTI ASSICURATIVI

SVILUPPARE IL PROPRIO MODELLO
DI BUSINESS E DI LEADERSHIP

MILANO - TRIESTE

1^ EDIZIONE | LUGLIO 2017 - FEBBRAIO 2018

*Il nuovo percorso per la crescita degli imprenditori
della distribuzione assicurativa*



UN CONTESTO IN CAMBIAMENTO

Il settore assicurativo è sempre più oggetto di profonde trasformazioni competitive, tecnologiche e dei modelli di *business*. Sul fronte distributivo, nuovi modelli e piattaforme stimolano e impegnano gli intermediari tradizionali, mentre la crescente *digital transformation* pervade i processi a tutti i livelli. I cambiamenti regolamentari e le nuove strategie degli operatori finanziari contribuiscono alla creazione di uno scenario denso di minacce ma anche di opportunità. L'agente assicurativo è chiamato a raccogliere la sfida del cambiamento, da un lato affiancando le compagnie lungo nuovi percorsi di sviluppo, dall'altro lato muovendosi con autonomia entro gli spazi concessi dai mandati, per cogliere appieno tutte le potenzialità di crescita offerte da un contesto ad alta incertezza.

UN PROGRAMMA PENSATO PER I LEADER DELLE AGENZIE ASSICURATIVE

Il Programma Avanzato di Sviluppo Strategico degli Agenti Assicurativi è concepito per rafforzare la capacità di titolari e *manager* delle Agenzie assicurative di affrontare con efficacia il nuovo scenario, adottando nuovi modelli strategici e di leadership.

In particolare, il programma si rivolge ai *leader* delle Agenzie assicurative che:

- Desiderano comprendere consapevolmente i cambiamenti di scenario futuri.
- Cercano nuove leve per incrementare produttività e competitività della propria attività.
- Intendono rafforzare la propria capacità di elaborazione delle scelte strategiche.
- Desiderano ottimizzare metodologie e strumenti di gestione per fronteggiare situazioni complesse e caratterizzate da incertezza.
- Avvertono la necessità di adeguare la propria organizzazione e le proprie risorse umane alle sfide della crescita.
- Sentono l'esigenza di sviluppare la propria *leadership* in ogni sua dimensione: operativa, di innovazione e di cambiamento.
- Vogliono assicurare continuità inter-generazionale alla propria azienda.

IL PROGRAMMA IN BREVE

DURATA	9 giornate d'aula dalle 9.00 alle 18.00
INIZIO	7 luglio 2017
FINE	febbraio 2018
SEDI	Milano e Trieste
CALENDARIO	3 sessioni MILANO (venerdì - sabato) 7 - 8 luglio 2017 20 - 21 ottobre 2017 19 - 20 gennaio 2018
	1 sessione TRIESTE (giovedì - sabato) 31 agosto - 2 settembre 2017



UN PROGRAMMA IDEATO E SVILUPPATO DA MIB E IAMA

MIB e IAMA hanno individuato nel canale distributivo agenziale uno dei nodi fondamentali per lo sviluppo moderno dell'assicurazione sul mercato italiano. Valorizzando le proprie complementarità, MIB e IAMA hanno concepito un programma che integra tra formazione e azione, fortemente personalizzato sulle esigenze delle Agenzie. Un percorso full immersion che renda estremamente produttivo il tempo che un imprenditore dedica alla propria formazione. A tal fine, un team di professionisti di diverse estrazioni saranno dedicati, per tutta la durata del programma, ai partecipanti e al loro sviluppo.

MIB Trieste School of Management è una delle principali Business School italiane con un mercato standing anche a livello internazionale. La Scuola è attiva nei corsi MBA full-time e part-time accreditati dai principali certificatori a livello nazionale e mondiale, e nei programmi corporate ed executive di formazione manageriale e imprenditoriale. In particolare, la Scuola svolge una consolidata attività formativa e di ricerca nel campo assicurativo e finanziario, realizzando vari programmi specialistici, come il Master in Insurance & Risk Management (MIRM) - giunto alla XVIII edizione - e l'Executive Master in Insurance & Finance (EMIF), arrivato alla VII edizione.

IAMA Consulting nasce nel 1974 da un gruppo di consulenti aziendali specializzati nel business dei servizi finanziari, con l'intento di contribuire all'evoluzione di questo mercato così da creare più valore per le aziende che vi operano. La focalizzazione sul business assicurativo e bancario ha permesso a IAMA Consulting di proporsi come partner dell'innovazione per le più significative Aziende del settore. IAMA supporta il business partendo dall'osservazione del mercato e dalla conoscenza dei clienti per arrivare fino alle reti e al coinvolgimento trasversale delle persone.

"Dall'aula all'Agenzia: non ci fermiamo all'attività in aula, ma quello che fa la differenza è come portiamo la teoria nelle dinamiche quotidiane di Agenzia e supportiamo il partecipante a trasformarla in risultati."

MIB Trieste School of Management
IAMA Consulting



I CONTENUTI DELLE AREE TEMATICHE

AREA 1

COMPRENDERE E PROGETTARE IL MODELLO DI BUSINESS

Vengono fornite le metodologie e gli strumenti necessari per l'assessment della propria Agenzia, con particolare attenzione alla lettura economico-finanziaria. Vengono inoltre esaminate le opzioni disponibili per la progettazione del modello di business evolutivo di Agenzia.

TEMI PRINCIPALI:

La definizione del Modello di Business

La lettura economica dell'Agenzia

La lettura e l'interpretazione degli aspetti finanziari

La valutazione degli indicatori di efficacia/efficienza e competitività

Il Business Model canvas

AREA 2

DEFINIRE L'APPROCCIO AL MERCATO

Attraverso il confronto dei partecipanti con la lettura dell'evoluzione dell'ambiente esterno, si intende favorire l'identificazione delle opportunità e minacce per la propria Agenzia. Vengono inoltre forniti gli strumenti manageriali necessari per sviluppare la propria strategia di marketing e vendita.

TEMI PRINCIPALI:

Gli scenari economici e di mercato

Gli scenari normativi: IDD e POG

Il cliente nell'era digitale: nuove tecnologie e customer journey

Gli scenari competitivi e l'evoluzione delle formule distributive

Le strategie di posizionamento strategico: valutazioni ed elementi decisionali

La strategia di marketing e vendita dell'Agenzia assicurativa

AREA 3

SVILUPPARE LA LEADERSHIP DEL CAMBIAMENTO

Vengono fornite le metodologie e gli strumenti di autovalutazione e di azione volti a mettere a fuoco il proprio stile di leadership e a sviluppare le capacità di governo strategico della propria Agenzia.

TEMI PRINCIPALI:

Le diverse componenti della leadership

Gli stili di leadership: tipologie e impatti operativi

La leadership in azione: lo sviluppo delle proprie soft skills

Il piano di sviluppo personale

AREA 4

VALORIZZARE LE RISORSE UMANE

Vengono fornite metodologie e strumenti per la progettazione e gestione di un sistema di servizio eccellente, con particolare attenzione all'approfondimento delle conseguenti tematiche della gestione delle risorse umane.

TEMI PRINCIPALI:

L'organizzazione dell'Agenzia: i modelli centrati sul cliente

La progettazione del servizio: touch points e service design

L'ingaggio e la motivazione del personale di Agenzia

I modelli e strumenti per lo sviluppo del personale di Agenzia

SUPPORTO INDIVIDUALE E OUTPUT DI PROGRAMMA

Al termine di ogni sessione residenziale, i partecipanti saranno chiamati a dare applicazione pratica alle conoscenze acquisite attraverso l'utilizzo di strumenti e documentazione messi a loro disposizione dai docenti.

Con la costante presenza del team di programma, che svolgerà una funzione di supporto a distanza programmato a livello individuale, i partecipanti potranno elaborare il percorso di sviluppo strategico della propria Agenzia declinandolo nei seguenti **strumenti operativi**:

ANALISI ECONOMICO-FINANZIARIA E BUSINESS MODEL CANVAS DELL'AGENZIA

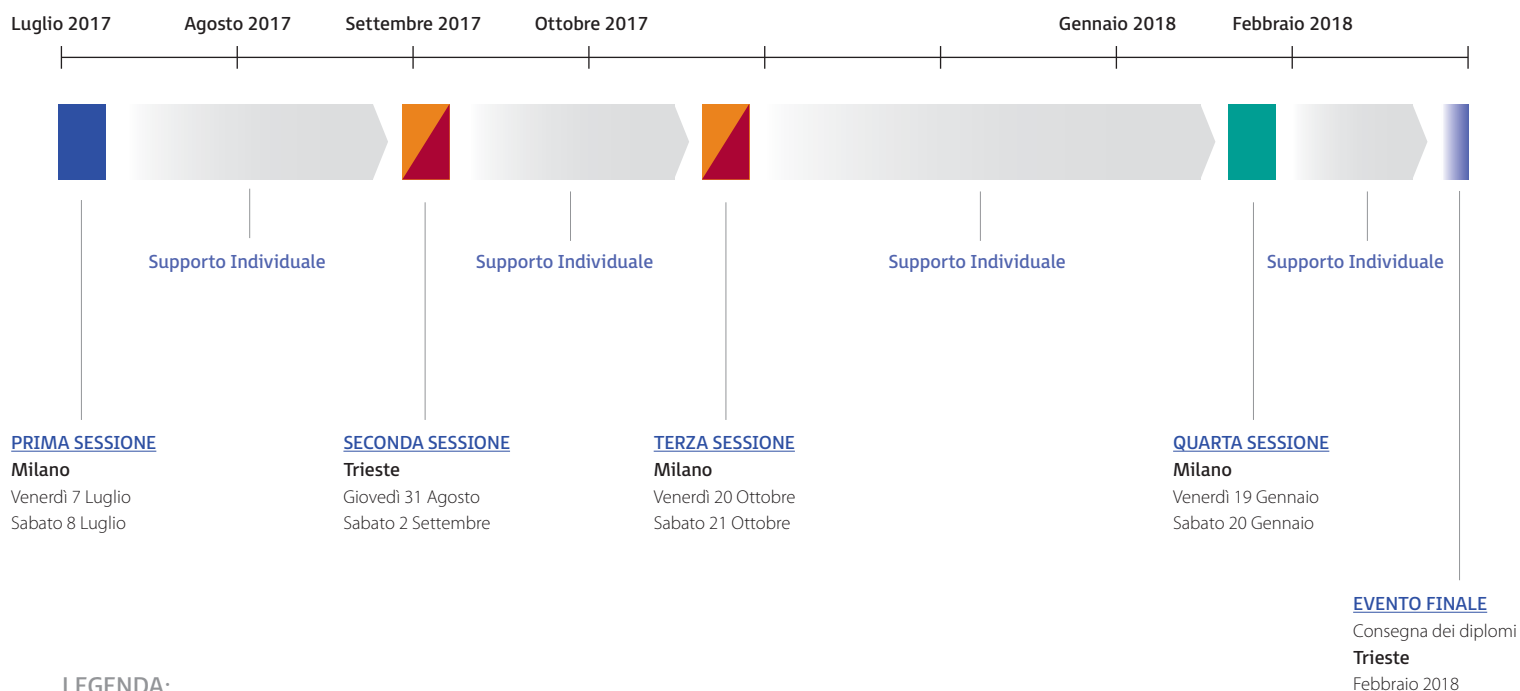
IL PIANO DI SVILUPPO DELLA LEADERSHIP

IL PIANO DI MARKETING E VENDITA DELL'AGENZIA

IL PIANO DEL PERSONALE DI AGENZIA



IL CALENDARIO



LEGENDA:

- COMPRENDERE E PROGETTARE IL MODELLO DI BUSINESS
- DEFINIRE L'APPROCCIO AL MERCATO
- SVILUPPARE LA LEADERSHIP DEL CAMBIAMENTO
- VALORIZZARE LE RISORSE UMANE

IL TEAM



Andrea Ampò
Area Marketing e Vendite,
MIB Trieste School of Management

È direttore del Master in Insurance e Risk Management realizzato da MIB per Allianz Spa. È anche docente di marketing e strategia nei programmi Master e nei corsi di formazione manageriale e imprenditoriale della Scuola.



Claudio Pitilino
Area Marketing e Vendite,
MIB Trieste School of Management

Docente di Marketing al MIB e all'Università di Bologna. Co-fondatore e Partner Apricot. Svolge attività di consulenza e sviluppo organizzativo, con particolare riferimento alle aree del marketing, channel e sales management. Le aree di interesse e studio sono legate all'evoluzione dei modelli di go-to-market e alle problematiche della effective execution.



Tim Baxter
Area Leadership,
MIB Trieste School of Management

È Condirettore dell'MBA in International Business e docente di Leadership Dynamics. Si divide tra le attività al MIB e quelle di formazione a livello Executive per conto di imprese multinazionali, con particolare riferimento a progetti di cambiamento organizzativo. Le sue aree di specializzazione sono le dinamiche dei gruppi di lavoro, i processi di cambiamento e di transizione aziendale e la gestione interculturale.



Francesca Protopapa
Area Customer e Digital Marketing,
IAMA Consulting

Ha una lunga esperienza di marketing maturata nel settore del largo consumo (Nestlé) e consolidata nel settore finanziario/assicurativo (ING Direct e AXA). È esperta di marketing digitale e di nuovi comportamenti di acquisto con focus sui mercati assicurativi. In quest'ambito, sta sviluppando un osservatorio Customer e un approccio di consulenza basato su Empathy Map e Small Data, in qualità di Marketing Leader di IAMA Consulting



Alberto Dreassi
Area Contabilità e Finanza,
MIB Trieste School of Management

Docente di Insurance Accounting al MIB e di Economia degli Intermediari Finanziari e Tecnica Bancaria all'Università di Trieste. I suoi interessi si rivolgono soprattutto alla vigilanza e alla disciplina di bilancio degli intermediari finanziari, in particolare quelli assicurativi.



Alessandra Scotton
Area Leadership, People Management,
Customer Management, IAMA Consulting

Dopo aver ricoperto diversi ruoli manageriali in ambito HR e Commerciale nel Gruppo Generali, è approdata per scelta e vocazione alla consulenza, e oggi è Managing Director di IAMA Consulting. È esperta di sviluppo e cambiamento organizzativo, sia in ambito dei processi, sia sul lato delle risorse umane. Dedita alla costante ricerca per lo sviluppo manageriale in contesti complessi ed innovativi. Per il Mercato Retail, sta sviluppando in Italia l'approccio Customer Diversity Based.



Enrico Marra
Area Organizzazione e Modelli di business,
IAMA Consulting

Dopo una consolidata esperienza nei settori Automotive e Farmaceutico entra nel settore Assicurativo prima come consulente, poi ricoprendo ruoli di responsabilità in Vittoria Assicurazioni. Ritorna alla consulenza in qualità di Head of Distribution Lab di IAMA Consulting per diffondere e mettere in pratica modelli distributivi che coniugano capacità relazionale e sistemi informativi di customer interaction management.



Andrea Tracogna
Area Strategia,
MIB Trieste School of Management

Vice Direttore della Scuola, dirige i Master specialistici in Insurance che MIB realizza per Allianz e per Generali. È docente di Strategia al MIB e all'Università di Trieste. Il suo interesse principale è rappresentato dai percorsi strategici di sviluppo dimensionale e internazionale delle piccole e medie imprese, sia nel campo dei servizi che nel settore manifatturiero.



Franca Lorizio
Area Marketing e Vendite, IAMA Consulting

Ha maturato una profonda conoscenza del settore delle business information e credit services e del mondo bancario in contesti multinazionali. Attualmente è Head of Market Lab di IAMA Consulting e coordina l'attività di monitoraggio del mercato assicurativo con un focus sulle nuove tendenze in termini di innovazione tecnologica e di prodotto, di approccio commerciale dei canali distributivi e degli impatti che le normative possono avere sullo sviluppo del business.

LE SEDI

Il programma si svolgerà a **Milano** (prima, terza e quarta sessione) e **Trieste** (seconda sessione). A Milano, le attività si svolgeranno in location simbolo del cambiamento in atto. A Trieste, il programma si svolgerà presso la storica sede di MIB, il palazzo Ferdinando, dove si terrà anche la cerimonia finale di consegna dei certificati.



ISCRIZIONI

Inizio corso	7 luglio 2017
Termine iscrizioni	20 giugno 2017
Quota di partecipazione	€ 6.500 + IVA

La quota comprende:

- Frequenza delle attività in aula.
- Materiali didattici su carta e in digitale, con accesso alla piattaforma on-line.
- Supporto individuale durante tutto il programma.
- Coffee break e pranzi durante le giornate di formazione.

A richiesta del partecipante, la fatturazione e il pagamento della quota di partecipazione possono essere rateizzati in due quote pagabili l'una nel 2017 e l'altra nel 2018.

AGEVOLAZIONI

Nel caso di più partecipanti della stessa azienda, sono previste le seguenti riduzioni:

- **Sconto del 10%** per il secondo partecipante
- **Sconto del 15%** per gli ulteriori partecipanti

DIPLOMA E CREDITI

La partecipazione al programma e il superamento delle prove di verifica dell'apprendimento danno titolo all'ottenimento di un Certificato Avanzato (Advanced Certificate) di Sviluppo strategico degli Agenti Assicurativi, conferito da MIB e corrispondente a 20 crediti formativi europei.

La partecipazione al programma dà anche titolo al riconoscimento dell'aggiornamento professionale IVASS di 45h per il 2017 e 15h per il 2018.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI CONTATTA LO STAFF DEL PROGRAMMA:



Antonella Boscolo

T +39 040 9188 129
+39 040 9188 111
boscolo@mib.edu

MIB Trieste School of Management
Largo Caduti di Nasiriya 1
34142 Trieste, Italy
www.mib.edu



Valentina Vantellini

T +39 02 722531
F +39 02 72253200
valentina_vantellini@iama.it

IAMA Consulting
Via Victor Hugo 4
20123 Milano
www.iama.it

