

SINTESI PERCORSO FORMATIVO 2026
AGENZIE HDI
“ ENERGETICA” IL NUOVO ECOSISTEMA
DELL’AGENZIA ASSICURATIVA

TITOLO PERCORSO		“ENERGETICA” IL NUOVO ECOSISTEMA DELL’AGENZIA ASSICURATIVA
PERCORSO e FINALITA’		<p>Perché questa proposta</p> <p>Il mercato assicurativo è in profondo e velocissimo cambiamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • l’età media degli agenti e dei collaboratori è elevata, con ricambio generazionale insufficiente, • i clienti richiedono consulenza personalizzata, digitale e veloce, • i nuovi collaboratori cercano motivazione, crescita e inclusività, non solo provvigioni. • “i vecchi collaboratori” fanno fatica a tenere il passo <p>Le agenzie che non rinnovano il proprio modello organizzativo rischiano di perdere competitività. Questa proposta risponde alla necessità di trasformare la gestione delle reti di collaboratori in modo sostenibile, innovativo e attrattivo.</p>
Docenti		Fabio Luison
Tempistica ed incontri		<p>Tempi e Modalità 10,5 giornate di training in presenza in un periodo di due/tre mesi Formula: (aula, con workshop esperienziali e sessioni di coaching) Partecipanti target: agenti titolari, responsabili di rete, collaboratori a “medio/alto potenziale”</p> <p>Prima e seconda sessione formativa = AGENTI (3gg) Terza sessione formativa= AGENTI E COLLABORATORI(1,5gg) Quarta, quinta e sesta sessione= COLLABORATORI(4,5gg) Settima ed ed ultima sessione= AGENTI E COLLABORATORI(1,5gg)</p>
Destinatari		Agenzie HDI Agenti e Collaboratori

<p>Argomenti Percorso Target AGENTI</p>	<p>Target 1: Agenti / Titolari di Agenzia Obiettivo: sviluppare competenze manageriali e di leadership per guidare la rete. Argomenti prioritari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisi del mercato e dei dati (lavoro di ieri lavoro di oggi lavoro di domani e trend RCA, danni, vita, PMI, abitazioni) • Vision ed employer branding a servizio di collaboratori e clienti • Il quadrante del valore delle agenzie • Sales Transformation – Qual è il collaboratore che funziona? • Perché “qualcuno” dovrebbe lavorare con me? Costruire il PERCHE’, dalla ricerca all’Onboarding di un nuovo collaboratore. • Il BEN-ESSERE organizzativo per aumentare produttività e marginalità • Leadership e coaching (da capo gerarchico a facilitatore da Agente a manager a coach) • La gestione dei conflitti ed il passaggio di competenze in agenzia • Motivazione e Incentivazione multi-generazionale e modelli misti (I bisogni delle diverse generazioni presenti in agenzia) • KPI qualitativi e quantitativi con feedback e monitoraggio delle performance • Gestione del cambiamento digitale (Gestionale Sistemi di Compagnia CRM, analytics, IA a supporto delle decisioni) • Il quadrante del valore dei collaboratori • Ridisegnare i ruoli di vendita: il ruolo del venditore, le nuove attività e le nuove competenze
<p>Argomenti Percorso Target COLLABORATORI</p>	<p>Target 2: Collaboratori (Dipendenti/ Subagenti) Obiettivo: accrescere le competenze tecniche, relazionali e digitali per servire meglio i clienti. Argomenti prioritari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profilo del nuovo consulente assicurativo (trusted advisor) • Sales Transformation -la vendita consulenziale per il front office e per il consulente “esterno” • Un nuovo linguaggio per un nuovo cliente “Comunicare rischi non polizze” • Gestione del cliente multicanale (presenza fisica, social selling, video-call) • Gestionale/CRM e strumenti digitali: uso pratico per organizzare il portafoglio e la relazione con il cliente • Fiducia e collaborazione con il proprio agente/coach • Gestione del tempo e work-life balance (atteso soprattutto da Gen Y e Z)

<p>Argomenti Percorso Target Sessioni Miste (Agenti + Collaboratori)</p>	<p>Target 3: Sessioni Miste (Agenti + Collaboratori) per favorire allineamento e cultura comune:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Simulazioni di colloquio (costruzione e assegnazione di obiettivi, progetti e feedback) • Esercitazioni sulla gestione della fiducia e della delega • Le 7 incapacità di apprendere come intervenire • Laboratori generazionali: “cosa mi aspetto dal mio responsabile/collaboratore” • Discussione di KPI comuni (es. soddisfazione clienti, retention, cross-selling indice di vetustà dei contratti..) • Come costruire, condividere e sviluppare un progetto •
<p>OBIETTIVI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Collaboratori più motivati e fidelizzati • Ridefinire il “FUTURO” della nostra Agenzia • Spingere la produttività non la produzione • Riduzione turnover e miglioramento clima interno, proattività e idee • Agenzia moderna, più digitale, più “giovane” e attrattiva • Maggiore consapevolezza e “controllo” delle azioni e delle attività • Guidare con i dati non con le intuizioni • Una mini-guida per sviluppare il potenziale inespresso delle persone