

HDI Assicurazioni

Agente, Leader, Coach: guida il futuro della tua agenzia

Sommario

1. PREMESSA.....	2
2. Perché questo percorso	2
3. Obiettivi del training	2
4. Programma delle 4 giornate.....	3
Giornata 1 — Leadership Autorevole nell’Agenzia HDI	3
Giornata 2 — Da Leader a Leader-Coach	3
Giornata 3 — Elevare la Produttività dell’Agenzia	3
Giornata 4 — Change Management “da Agenzia”	3
5. Il nostro impegno	4
6. Unico nella sua modalità	5

1. PREMESSA

Per raggiungere gli obiettivi richiesti, non basta sviluppare nuove competenze tecniche: è necessario allenare le persone a valorizzare le proprie potenzialità e a gestire con consapevolezza i cambiamenti che caratterizzano la quotidianità lavorativa.

Il percorso non sarà quindi una semplice trasmissione di nozioni teoriche, ma un'esperienza concreta e coinvolgente che lavorerà in profondità sul singolo, stimolando nuove modalità di comunicazione, collaborazione e gestione dei feedback.

L'accento sarà posto sullo sviluppo di comportamenti positivi verso se stessi, il proprio ruolo e i colleghi, così da trasformare le competenze in azioni tangibili capaci di generare risultati reali ed efficaci.

2. Perché questo percorso

Il mercato assicurativo 2026 richiede Agenti capaci di guidare il cambiamento, rafforzare la responsabilità interna e far crescere le persone con metodo.

Questo percorso accompagna gli Agenti in un'evoluzione chiara:

prima Leader → chiari, coerenti, capaci di orientare

poi Coach → capaci di sviluppare autonomia e performance nel team

3. Obiettivi del training

- rafforzare la Leadership Autorevole in Agenzia
- imparare a introdurre e sostenere cambiamenti organizzativi
- imparare a gestire conversazioni difficili con efficacia
- sviluppare collaboratori più responsabili e autonomi
- trasformare l'agente in "attivatore di crescita", non solo gestore
- Potenziare la determinazione e l'automotivazione degli agenti
- Fornire strumenti concreti per il change management e per coniugare qualità e quantità di mercato.
- Creare un percorso esperienziale in cui ogni partecipante sperimenti nella propria agenzia i concetti appresi, con compiti di realtà tra una giornata e l'altra.

4. Programma delle 4 giornate

Giornata 1 — Leadership Autorevole nell’Agenzia HDI

- Le visioni personali come potere potenziale del comportamento
- L’ auto-motivazione
- L’ atteggiamento positivo nei confronti degli altri
- Gli obiettivi concreti e misurabili
- La guida dei collaboratori
- Aumentare l’influsso personale verso gli altri
- Spronare i collaboratori, in modo mirato, ad agire
- comunicazione che attiva (vs. spegne)
- introdurre cambiamenti: senso, piccoli passi, coinvolgimento

Giornata 2 — Da Leader a Leader-Coach

- La preparazione
- Le basi della comunicazione
- domande che attivano pensiero e responsabilità
- L’ascolto consapevole
- Riconoscere i “segnali” dell’altro
- Riconoscere in che modo ottimizzare la comunicazione stimolando il tipo di personalità con cui si comunica
- modello GROW HDI
- Il colloquio motivante, di valutazione, di controllo e di biasimo
- La lode ed il riconoscimento strumenti per il manager di successo
- coaching su casi reali

Giornata 3 — Elevare la Produttività dell’Agenzia

- definire i 2 KPI chiave per l’Agenzia (conversione appuntamenti, cross-sell ecc.)
- Pensatore di problemi o di opportunità?
- rituali settimanali che mantengono vive le nuove abitudini
- LAB “Tagliare il superfluo”: ciò che non genera valore → si elimina
- micro-retroazioni e 1to1 ad alto impatto
- micro-aiuti dell’Intelligenza Artificiale: follow-up, reminder post incontro, preparazione meeting

Giornata 4 — Change Management “da Agenzia”

- come introdurre un cambiamento che le persone seguono (non subiscono)
- Tecniche per assumere un ruolo attivo nel processo di cambiamento
- Leader e coach: Guidare le persone per guidare il cambiamento
- senso – passaggi corti – coerenza = la formula
- come evitare le ricadute

- riti e routine del cambiamento sostenibile
- LAB finale: ogni agente conduce una conversazione di “change coaching” su un caso reale

OUTPUT G4: protocollo di 4 settimane per implementare un cambiamento vero in Agenzia

5. Il nostro impegno

Il nostro training MAVI persegue i seguenti obiettivi:

- 1) Rendere consapevoli i partecipanti delle potenzialità esistenti in loro, non ancora, male, non più utilizzate.
- 2) Provocare nei partecipanti un cambiamento dei comportamenti mediante lo sviluppo dei punti di forza personali (*non sono determinanti le doti innate, ma è determinante come le utilizziamo*).
- 3) Stimolare la riflessione prima dell'azione.
- 4) Stimolare la riflessione, anche in funzione dei risultati conseguiti, sul proprio comportamento dopo aver agito.
- 5) Sviluppare la capacità di comunicare nei rapporti interpersonali anche nelle condizioni più difficili.
- 6) Sviluppare la capacità di comunicare nei rapporti interpersonali anche nelle condizioni più difficili.
- 7) Favorire l'apprendimento “*sperimentando e non solo parlandone*”.
- 8) Rendere consapevole ognuno dei progressivi miglioramenti attraverso la sperimentazione, la verifica e il consolidamento dei risultati.

6. Unico nella sua modalità

1. Una formazione avente un obiettivo all'interno del "gruppo" deve produrre dei risultati non soltanto per l'Azienda, ma anche per i singoli partecipanti.
2. La predetta formazione deve incidere effettivamente sul comportamento dei partecipanti e pertanto il progetto dovrà essere basato su questi tre pilastri:
 - 1) Apprendere "**facendo**" e non solo "parlandone".
 - 2) Personalizzazione del Training.
 - 3) Verifica dei risultati.

Il Training è concepito per valorizzare ogni partecipante come individuo, per questo il gruppo ha un numero limitato di persone.

Il Training è altamente partecipativo, raccoglie credito e risultati perché gran parte di esso si realizza nella pratica quotidiana del lavoro. Questo è il motivo di intervallare le giornate di training con 3-4 settimane.

L'obiettivo è uno sviluppo concreto e visibile dell'efficacia personale di ogni partecipante, attraverso la consapevolezza di sé e l'utilizzo, nella pratica, dei fattori base che governano il comportamento umano.

Se questo è un obiettivo auspicabile, ogni Training diventa uno strumento guida e di conseguenza coerente alla strategia dell'Azienda