

### **5.1.2.5.2 Venditori a distanza**

*Le professioni comprese in questa unità sollecitano ordini di merci o di servizi contattando i possibili clienti attraverso telefono, canali internet o raggiungendoli con appositi programmi televisivi.*

#### **Evoluzione del ruolo professionale nel settore Bancario Assicurativo**

Le professioni del comparto assicurativo e bancario comprese nell'unità operano con procedure standardizzate, in cui il margine di autonomia è definito dalle procedure o dai vincoli prescrittivi. Tali, professioni, tuttavia, dovranno essere in grado di valorizzare la relazione con il cliente gestendone le esigenze; in particolare perché la strategia aziendale porrà sarà sempre più attenzione all'orientamento al cliente di tutti i processi organizzativi dell'azienda. La contenuta o bassa autonomia delle professioni determina la necessità di integrare le azioni individuali all'interno di processi organizzativi inter-funzionali, sebbene le attività siano svolte in prevalenza in strutture o aree aziendali specializzate nell'operatività attraverso canali telefonici e/o telematici con il supporto della tecnologia informatica. Le competenze tecniche proprie del comparto assicurativo o bancario saranno limitate, per converso dovrà essere spiccata la capacità di comunicazione interpersonale efficace in situazione mediata dal telefono e dalla tecnologia. L'attività di vendita comporta l'uso di tecniche di vendita base, soprattutto attraverso la conversazione telefonica, ma non è escluso che sia sempre più integrato a strategie di marketing proprie del canale internet.

#### **Compiti innovati**

- Cogliere, a seguito del contatto telefonico/internet con il cliente, quali sono le opportunità di offerta che esulano dal proprio obiettivo di vendita per trasformarle in informazioni aziendali utili per un processo di servizio o vendita integrato

#### **Compiti nuovi**

Non emergono compiti nuovi dallo scenario 2020 per le professioni banche-assicurazione comprese nell'UP. Tali professioni continueranno ad essere utili ai settori banche-assicurazioni anche qualora i possibili cambiamenti delineati prendessero forma operativa nel medio periodo. Tuttavia, si evidenzia l'importanza di approfondire una migliore fungibilità delle mansioni/funzioni *Inbound* e *Outbound*, ma ciò è subordinato ad aspetti contrattuali. Per il comparto assicurazioni, tale complessità, è anzitutto legata alla collocazione delle attività dei call center nella parte terza del contratto. Le sole caratteristiche tecnico/professionali dei compiti non paiono influenzate dai trend e drivers individuati dallo studio di scenario, anche se potrebbe verificarsi una più spinta integrazione tra canale telefonico ed internet.

A fronte delle innovazioni e delle novità che si prevede saranno introdotte nell'esercizio della professione, l'intero sistema di competenze subirà dei cambiamenti. In particolare, nel medio periodo, sono 10 le competenze individuate come caratterizzanti il comparto bancario e quello assicurativo. Queste potranno rivelarsi molto importanti, mediamente importanti, scarsamente

importanti o non influenti rispetto all'esercizio del ruolo professionale. Lo schema che segue riepiloga in forma sinottica il quadro delle 10 competenze per il comparto bancario e quello assicurativo indicando la rilevanza o meno, di ognuna di esse, per l'unità professionale dei venditori a distanza.

### 5.1.2.5.2 Venditori a distanza

C O M P E T E N Z E

1	Essere in grado di valutare elaborazioni prospettive non standardizzate	X	
2	Essere in grado di interpretare l'evoluzione di contesto attraverso le indicazioni strategiche aziendali e strumenti informativi esterni	C	
3	Essere in grado di presidiare, interpretare e gestire l'evoluzione normativa	X	
4	Essere in grado distinguere e valutare i dati rilevanti nelle varie fasi della profilazione del cliente esterno	C	
5	Essere in grado di integrare le azioni individuali all'interno di processi organizzativi inter-funzionali	C	
6	Essere in grado di recepire le esigenze della clientela per lo sviluppo di prodotti/servizi	C	
7	Essere in grado di valorizzare la relazione con il cliente esterno gestendone le esigenze	A	
8	Essere in grado di agire proattivamente in fasi di cambiamento	X	
9	Essere in grado di operare nell'ottica della prevenzione del rischio economico-finanziario	X	A molto importante
10	Essere in grado di presidiare la strategia distributiva di servizi/prodotti	X	B mediamente importante
			C scarsamente importante
			X non rilevante rispetto al ruolo

## Tendenze del cambiamento rispetto alla rappresentazione attuale della Unità Professionale<sup>1</sup>

CONOSCENZE	IMPORTANZA		COMPLESSITÀ	
Commercializzazione e vendita	76	↑	68	↑
Lingua italiana	73	→	63	→
Servizi ai clienti e alle persone	65	↑	60	↑
Lingua straniera	21	↑	27	↑
Informatica ed elettronica	17	→	20	→
Geografia	5	→	6	→
Psicologia	5	↑	7	↑
Legislazione e istituzioni	5	→	6	→
Comunicazione e media	5	→	6	↑
Matematica	3	→	3	→

SKILL	IMPORTANZA		COMPLESSITÀ	
Parlare	87	↑	70	↑
Ascoltare attentamente	78	↑	70	↑
Persuadere	65	↑	64	↑
Comprendere testi scritti	60	→	55	→
Negoziare	60	↑	57	↑
Senso critico	57	↑	54	↑
Orientamento al servizio	57	↑	57	→
Comprendere gli altri	52	↑	48	↑
Adattabilità	52	↑	47	↑
Scrivere	51	→	46	→

### Indicazioni per il sistema dell'education

I cambiamenti previsti nel medio termine nell'ambito del settore Banche-Assicurazioni comporteranno il continuo ricorso alle vendite a distanza attraverso telefono e canali internet. I Venditori a distanza nei Call Center (o di un'area aziendale dedicata) potranno esercitare al meglio la loro professione solo dopo una previa formazione specifica (in ingresso e continua) strettamente collegata alle attività aziendali e ai servizi/prodotti di una determinata banca e/o assicurazione. Il sistema dell'education potrà offrire competenze più generali e trasversali su cui integrare le conoscenze e competenze specifiche. Tali conoscenze riguardano la lingua straniera, l'informatica, elementi di marketing e nuovi media. Più in generale sarà importante sviluppare le capacità di apprendimento attivo e le capacità di comunicare a livello interpersonale in situazione

<sup>1</sup> Ci si riferisce agli esiti della seconda edizione della indagine campionaria sulle professioni condotta da Isfol e Istat terminata nel 2013. I risultati sono disponibili sul sito <http://professionioccupazione.isfol.it/>. Dei 10 descrittori utilizzati per indagare la struttura professionale, nell'ambito della anticipazione dei fabbisogni professionali sono stati selezionati come benchmark gli esiti rilevati rispetto a Conoscenze e Skill in quanto aree sensibili per gli interventi di istruzione/formazione. Nel quadro dell'indagine le conoscenze - sono insiemi strutturati di informazioni, principi, pratiche e teorie necessari al corretto svolgimento della professione. Si acquisiscono attraverso percorsi formali (istruzione, formazione e addestramento professionale) e/o con l'esperienza; le skills - sono insiemi di procedure e processi cognitivi generali che determinano la capacità di eseguire bene i compiti connessi con la professione. Si tratta, in particolare, di processi appresi con il tempo e che consentono di trasferire efficacemente nel lavoro le conoscenze acquisite.

L'**importanza** - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 5 livelli, da Non importante ad Assolutamente importante

La **complessità** - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 7 livelli con ancoraggi esemplificativi del livello di complessità crescente ed esemplificative delle conoscenze o skills che l'UP deve possedere.

mediata da telefono integrato alle funzionalità internet. Le conoscenze e le capacità di comunicazione e l'impiego di tecniche di ascolto attivo, proposizione della domanda, comprensione e persuasione dovranno comunque essere compiute o specialistiche. A tali competenze è necessaria una finalizzazione alle tecniche di vendita, negoziazione e web marketing. Completa la formazione la conoscenza di modelli e procedure organizzative orientati all'erogazione di servizi centrati sul cliente.