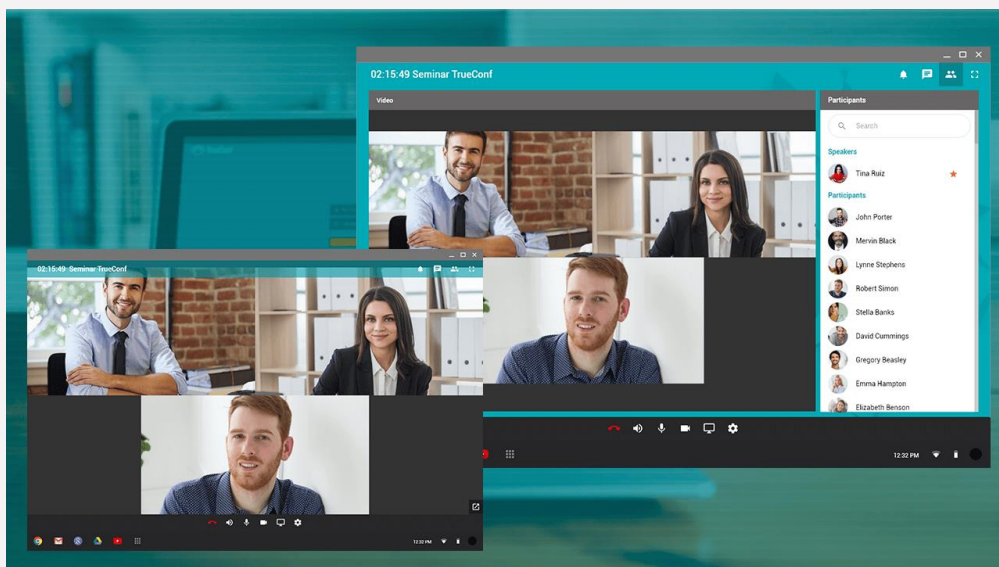




Finextra Consulenza e Formazione

Corsi e Percorsi di formazione

Aggiornato a gennaio 2024

01

L'ATTUALE PROPOSTA FORMATIVA

02

I WELFARE MEETING CON I CLIENTI

03

CHI È FINEXTRA E PERCHÈ SCEGLIERCI

04

CONTATTI

L'ATTUALE PROPOSTA FORMATIVA



LA NOSTRA IDEA DI FORMAZIONE

Le tematiche, di cui FINEXTRA Consulenza e Formazione si occupa da anni, per le maggiori Compagnie di Assicurazione, possono essere raggruppate in tre macroaree, tra loro fortemente correlate:

- ❖ **Welfare** (vita, previdenza, risparmio, salute, protection) sia per il cliente retail che con contraente l'Azienda o il libero professionista
- ❖ **Commerciale** (pianificazione, comunicazione, negoziazione, monitoraggio)
- ❖ **Manageriale** (in particolare nell'ambito dell'organizzazione e della gestione delle reti di vendita, degli intermediari e delle relative risorse)

All'interno di queste aree, in costante aggiornamento, è possibile scegliere due diverse modalità di formazione:

- **singoli interventi monografici**
- **percorsi** che si articolano su più giornate e che consistono in un progetto formativo più completo e continuativo

Oltre ai corsi/percorsi proposti, siamo disponibili ad offrirvi supporto su attività complementari che possono spaziare in base alle esigenze: incontri e meeting con i clienti, coaching a distanza, esercitazioni sull'impostazione delle diverse trattative, video-pillole, newsletter, l'esperto risponde, ecc.; tutto questo nell'ottica di realizzare il più efficace trait d'union tra i momenti di formazione, la crescita professionale degli intermediari e gli obiettivi commerciali.



I PERCORSI FORMATIVI

Tutti i corsi o i “percorsi” possono essere adattati alle esigenze della Compagnia, dell’Agenzia o del gruppo Agenti sia per gli aspetti logistici che per quelli strategici (necessità di approfondire determinate tematiche e non altre, interazione con le peculiarità dei propri “prodotti”, complementarietà con altri progetti in corso).

Vi presentiamo, nelle pagine seguenti, alcuni potenziali argomenti di approfondimento, che possono essere effettuati sia a distanza che in presenza. Possono essere scelti singolarmente o aggregati andando a costruire un percorso di crescita più ampio e completo.

Selezionando e concatenando i moduli formativi delle pagine seguenti, ad esempio, possiamo proporvi percorsi di formazione completi che prevedano:

- 1, 2, 3 (o più) approfondimenti tecnici sulle tematiche welfare (salute/protection/previdenza), finalizzati alla vendita
- 1 incontro commerciale sullo sviluppo del portafoglio, delle tecniche di vendita e delle attività di comunicazione
- 1 project work finalizzato a «mettere a terra» quanto acquisito nei moduli formativi e relative best practice.



MODALITÀ DI FRUIZIONE

Le modalità di erogazione degli incontri di formazione possono essere di 2 tipi:

A DISTANZA, IN VIDEOCONFERENZA:

Incontri della durata di di 2,5-3h, con utilizzo delle piattaforme di formazione/meeting della compagnia o attraverso nostra piattaforma. L'utilizzo di collegamenti con webcam e chat offre la possibilità di ottenere sessioni di formazione il più possibile partecipate e interattive con un buon coinvolgimento, anche durante le fasi di esercitazione.

IN PRESENZA, presso location organizzata dalla Compagnia/Agenzia

Gli incontri possono essere di ½ giornata o di una giornata intera, a seconda del piano formativo scelto.

SVILUPPARE L'OFFERTA RETAIL

- | | |
|---|---------|
| 1. Le scoperture della previdenza obbligatoria in ambito INPS | pag. 10 |
| 2. Sviluppare l'offerta «Protection» con lavoratori e famiglie | pag. 11 |
| 3. Proporre polizze «Salute» nello scenario attuale | pag. 12 |
| 4. Proporre con efficacia polizze «Long Term Care» | pag. 13 |
| 5. Offrire «Previdenza Integrativa»: novità e chiavi commerciali | pag. 14 |
| 6. Pianificare le iniziative commerciali e sviluppare il portafoglio in ambito previdenza/protection/salute | pag. 15 |
| 7. Conduzione delle iniziative commerciali e condivisione delle stesse | pag. 16 |

LE OPPORTUNITÀ CON CONTRAENTI LE IMPRESE

- | | |
|---|---------|
| 8. Il «Welfare Aziendale: strategie di approccio e di negoziazione per la proposta di soluzioni vita/infortuni/salute/servizi con contraente l'Impresa: «percorso in più puntate» | pag. 18 |
| 9. Approfondimenti sulla fiscalità di lavoratori e imprese | pag. 19 |
| 10. Le opportunità in ambito protection e previdenza per le imprese | pag. 20 |
| 11. L'offerta di tutele sanitarie nel welfare aziendale | pag. 21 |

LE OPPORTUNITÀ CON CONTRAENTI I LIBERI PROFESSIONISTI

12. La proposta Welfare ai Liberi Professionisti	pag. 23
12 bis. La proposta Welfare ai Liberi Professionisti più focus avvocati	pag. 24
12 ter. Le scoperture e i limiti della previdenza obbligatoria dei professionisti in area tecnica e dei commercialisti	pag. 25
12 quater. Organizzare l'offerta ai liberi professionisti e focus sui medici	pag. 26

SUPPORTO ALLA FORMAZIONE E ALL'ATTIVITÀ COMMERCIALE

13. Darsi un metodo: IL CRM e la pianificazione delle iniziative in ambito assicurativo	pag. 28
14. Miglioramento efficienza Front-Office e personale «a Sportello»	pag. 29
15. Gestione dei collaboratori e sviluppo del TEAM (base + avanzato)	pag. 30

SVILUPPARE L'OFFERTA RETAIL



Obiettivi



Contenuti

- 1) Fare il punto sull'evoluzione del sistema previdenziale **INPS**, **definendone i principali limiti attuali e prospettici**.
- 2) **Approfondire le scoperture e le necessità dei lavoratori** e delle famiglie nei casi più gravi (morte, inabilità, invalidità), per essere in grado di proporre le più idonee soluzioni assicurative **muovendo da una analisi puntuale e circostanziata delle esigenze/necessità**.

L'INPS DI OGGI E DI DOMANI E LE PROSPETTIVE PENSIONISTICHE DEI LAVORATORI

- Il sistema previdenziale Italiano
- L'evoluzione delle regole dell'INPS e le sue implicazioni per il futuro previdenziale dei lavoratori
- La contribuzione dovuta dalle diverse categorie
- Le regole dell'INPS per il pensionamento: vecchiaia; anticipata; quota 103; le principali eccezioni
- Le regole dell'INPS sul calcolo delle pensioni
- Il calcolo del GAP per dipendenti e autonomi

REGOLE, CALCOLO E SCOPERTURE SU CASO MORTE E INVALIDITA' PERMANENTE

- le scoperture della famiglia in caso morte e invalidità permanente;
- le principali regole e le debolezze delle tutele INPS/INAIL;
- Il GAP ed il suo calcolo

SVILUPPARE L'OFFERTA PROTECTION CON LAVORATORI E FAMIGLIE

(1 INCONTRO ½ GIORNATA IN PRESENZA O 3H A DISTANZA)



Obiettivi

- 1) Approfondire le scoperture e le necessità dei lavoratori** e delle famiglie nei casi più gravi (morte, inabilità, invalidità), per essere in grado di proporre le più idonee soluzioni assicurative **muovendo da una analisi puntuale e circostanziata delle esigenze/necessità.**
- 2) Confrontarsi sulle modalità di proposta più adeguate per questa tipologia di polizze, **fornendo spunti commerciali sulla scelta dei target e sulle modalità di approccio al cliente**



Contenuti

- 1. La quantificazione delle esigenze assicurative:**
 - le scoperture della famiglia in caso morte e invalidità permanente;
 - le regole e le debolezze delle tutele INPS/INAIL;
 - esempi su come calcolare con il cliente, anche senza alcun software, il livello delle scoperture
- 2. Esercitazione** con un esempio di un lavoratore e **calcolo delle tutele/scoperture familiari** (calcolare quanto prenderebbero dall'INPS...); commento del lavoro svolto
- 3. La consulenza** sulle caratteristiche delle coperture da proporre al cliente;
 - **come elaborare un'offerta adatta alle peculiarità del cliente;** di quali coperture avrebbe più bisogno?
 - come aiutarlo a determinare la durata?
 - come aiutarlo nel determinare il capitale assicurato?
- 4. Potenziali target di offerta** in tema di coperture caso morte e i.p. da infortuni e malattia. Esercitazione



Obiettivi

- 1) **Approfondire le caratteristiche ed i limiti del SSN**
- 2) Definire **il ruolo delle diverse tipologie di polizze sanitarie** (Rimborso Spese Mediche; Diarie; Assistenziali), quale risposta alle variegata esigenze dei cittadini in questo ambito
- 3) **Fornire una «mappa» delle diverse opzioni dell'offerta** e confrontarsi, con esercitazioni ed esempi, su **cosa/come proporre ad ogni target**



Contenuti

- Il SSN: la sua struttura, la sua evoluzione ed i suoi limiti
- Le principali esigenze dei cittadini in ambito sanitario: perché/come spendono in sanità privata
- Le conseguenze della «Crisi-Covid» sulla sanità pubblica e sulla domanda/offerta di sanità integrativa/assicurativa
- I punti nodali nella trattativa relativa alle polizze sanitarie
- Come segmentare la proposta a seconda delle esigenze e delle caratteristiche dei diversi target: esempi ed esercitazioni (target; leve; cross-selling; etc.)



Obiettivi

Sono sempre più evidenti le criticità del nostro sistema di welfare nel tutelare le persone non autosufficienti.

Per proporre le polizze LTC è necessario **conoscere il mercato, le esigenze, le polizze, a chi proporle e soprattutto come proporle** (scelta del target; pianificazione della iniziativa; conduzione della trattativa).

L'obiettivo del corso è approfondire tutti questi temi in modo da **consentire agli intermediari la possibilità di raggiungere risultati importanti in questo segmento d'offerta.**



Contenuti

- Il modello di **stato-sociale italiano** e la (poca) tutela alla non autosufficienza: evoluzione; normativa; diritti dei cittadini; lo scenario «post-covid» e gli sviluppi del nostro welfare -state
- **La non autosufficienza in Italia:** i numeri; i motivi; le diverse logiche assistenziali; la spesa delle famiglie; le prospettive
- **L'evoluzione ed i benefici della normativa fiscale delle polizze L.T.C.**
- **Caratteristiche e punti di forza** delle diverse tipologie di polizze L.T.C.
- **Condurre una trattativa mirata al tema L.T.C.:** le leve da toccare; i vantaggi da prospettare; la risposta alle principali obiezioni
- **Organizzare una campagna commerciale:** scelta dei target; modalità di approccio; pianificazione della trattativa; possibilità di cross-selling

OFFRIRE PREVIDENZA INTEGRATIVA: NOVITÀ E CHIAVI COMMERCIALI

(1 INCONTRO ½ GIORNATA IN PRESENZA O 3 H A DISTANZA)



Obiettivi

- 1) Fare il punto sull'evoluzione del sistema previdenziale **INPS, definendone i principali limiti attuali e prospettici.**
- 2) Identificare i vari **target commerciali** per la proposta di soluzioni di previdenza integrativa, confrontandosi sulle più efficaci **leve commerciali dedicate ai diversi casi, anche nell'ottica di poter mettere a punto delle iniziative ad hoc.**



Contenuti

L'INPS DI OGGI E DI DOMANI E LE PROSPETTIVE PENSIONISTICHE DEI LAVORATORI

- Il sistema previdenziale Italiano
- L'evoluzione delle regole dell'INPS e le sue implicazioni per il futuro previdenziale dei lavoratori
- La contribuzione dovuta dalle diverse categorie
- Le regole dell'INPS per il pensionamento: vecchiaia; anticipata; quota 103; le principali eccezioni
- Le regole dell'INPS sul calcolo delle pensioni
- Il calcolo del GAP per dipendenti e autonomi

LA PROPOSTA DI PREVIDENZA INTEGRATIVA E LE CHIAVI COMMERCIALI

- La «trattativa previdenziale» e la «trattativa fiscale»
- Esercitazione sulle chiavi commerciali
- La RITA, i nuovi riscatti e come sfruttare questi cambiamenti nella proposta
- Il calcolo sul risparmio fiscale alla luce delle novità degli ultimi anni: come valorizzarlo in autonomia o in abbinata con altre polizze
- Target «in pensione prima»: come proporre la previdenza integrativa funzionale a programmare il pensionamento anticipato
- Il target dipendenti e l'utilizzo del TFR
- Il PIP come investimento per i pensionandi e l'abbinamento con la LTC
- Il target «PIP ai minori» finanziato da genitori e/o nonni
- La previdenza integrativa in ambito di pianificazione successoria

«PIANIFICARE LE INIZIATIVE COMMERCIALI E SVILUPPARE IL PORTAFOGLIO IN AMBITO PREVIDENZA/PROTECTION/SALUTE»

(1 GIORNATA IN AULA FISICA O 2 INCONTRI DA 3H A DISTANZA)



Obiettivi

- L'importanza di darsi un **metodo nella programmazione dell'attività commerciale**: il portafoglio e le relative opportunità, il target e gli obiettivi, la programmazione delle iniziative, come comunicare alla clientela, monitorare i risultati
- Focalizzarsi su come sviluppare una proficua azione di **cross-selling**
- Elaborare le diverse possibilità per generare **clienti prospect**
- **Pianificare le future iniziative commerciali**



Contenuti

1. La segmentazione della clientela e le relative opportunità

- La segmentazione dei clienti sulla base dei dati anagrafici, del possesso assicurativo e degli altri dati a nostra disposizione
- La pianificazione dei contatti nel tempo sulla base della segmentazione effettuata
- Analisi di tutte le possibili azioni di cross-selling

2. La ricerca di clienti prospect

- Esercitazione: come fate?
- Le 3 diverse tipologie di referrals: come attivarle
- Sfruttare le convenzioni attuali e potenziali
- Dal «welfare meeting» al «salotto del welfare, periodico»

3. Organizzare iniziative commerciali

- Scelta degli obiettivi e della tempistica
- Scelta del target
- Messa a punto delle modalità di contatto
- Conduzione dell'iniziativa
- Monitoraggio dei risultati



Obiettivi

- **Passare dalla teoria alla pratica**, mettendo a punto delle iniziative commerciali
- **Sviluppare la raccolta**
- Lavorare in gruppo
- Imparare a **realizzare una presentazione e a illustrarla**
- Condividere e **confrontarsi sulle esperienze**
- **Acquisire e poter poi replicare le best practices**

NOTA: si tratta di un modulo integrativo per percorsi che prevedono più sessioni dedicate agli approfondimenti tematici e allo sviluppo del portafoglio.



Contenuti

Lancio del Project work:

Nel modulo precedente l'incontro dedicato ai project work sarà introdotto il lavoro da sviluppare negli n. giorni (90?) successivi.

1. Project work:

- Pianificazione di una azione commerciale, sui clienti attuali e/o sui clienti prospect
- Definizione di tutti gli strumenti utili all'azione commerciale
- Conduzione dell'iniziativa
- Monitoraggio dei risultati
- Realizzazione di una presentazione su quanto realizzato

2. Condivisione in aula dei Project Work

LE OPPORTUNITÀ CON CONTRAENTI LE IMPRESE



Obiettivi

- Fare il punto sull'**attuale quadro normativo in tema di “Welfare Aziendale”** e connessa offerta assicurativa di coperture **vita/salute/infortuni/l.t.c./servizi** a carico dell'azienda, sulla base dell'evoluzione legislativa degli ultimi anni
- Approfondire **le logiche del mercato** che si è venuto a creare e degli spazi commerciali per le Compagnie e per gli Intermediari Assicurativi
- Mettere in luce **i principali vantaggi da prospettare ad aziende e lavoratori**
- Confrontarsi su come **essere efficaci e credibili nella proposizione di queste opportunità** indirizzate alle imprese (PMI ma anche micro-imprese) già clienti e a quelle potenziali (scelta del target; modalità di approccio; analisi dei bisogni e delle opportunità; evidenziazione delle leve d'acquisto)



Contenuti

- **Introduzione al mercato e alle sue opportunità:** i deficit del welfare-state e la crescita del welfare-aziendale; i numeri del mercato e della sua evoluzione; l'offerta assicurativa; le piattaforme di flexible benefits; le casse ed i fondi sanitari; il ruolo della contrattazione collettiva; lo spazio per gli intermediari
- **L'evoluzione della legislazione fiscale:** la fiscalità della persona fisica; la fiscalità nell'ambito d'impresa; l'evoluzione della fiscalità degli strumenti assicurativi con contraente (o contribuente) l'impresa
- **I benefit assicurativi pagati dall'azienda:** in quali casi e con quali modalità è possibile proporre soluzioni assicurative a carico dell'azienda e a beneficio dei lavoratori, massimizzando i vantaggi fiscali
- **L'offerta di polizze salute:** il mercato in crescita delle tutele salute tramite le casse di assistenza; come offrire coperture salute erogate dall'azienda a favore di dipendenti e amministratori con forti benefici fiscali
- **Le coperture protection:** la fiscalità e gli spazi per l'offerta T.C.M./L.T.C./I.P.
- **I servizi e le piattaforme di flexible benefits:** la normativa, i vantaggi, le modalità
- **La previdenza, il TFR e i fondi pensione:** le più recenti evoluzioni di legge; vantaggi e svantaggi per le imprese e per i lavoratori nelle scelte relative al TFR; gli accordi collettivi e la previdenza integrativa
- **IL TFM:** la normativa e le sue novità; le modalità per rispettare la “data certa”; la proposta della soluzione assicurativa per l'accantonamento; tutti i vantaggi da proporre a società e amministratore/i
- **Le tutele del Key-Man:** come e perché un'impresa dovrebbe assicurare i propri “uomini chiave”; la fiscalità di riferimento; le aziende target per queste soluzioni
- **Le strategie di offerta:** i target, i vantaggi, l'approccio, il check-up; la negoziazione



Obiettivi

- Conoscere le principali regole della fiscalità dei lavoratori e delle imprese
- Imparare a quantificare i vantaggi fiscali del welfare aziendale e delle diverse soluzioni assicurative che possano comportare dei benefici economici di questa natura



Contenuti

- Il sistema fiscale italiano: cenni di carattere generale
- I contributi previdenziali
- Le imposte a carico delle diverse tipologie di impresa
- Come si determina il reddito d'impresa
- La fiscalità del lavoratore: calcolo IRPEF e addizionali
- Calcolo IRES
- Esempio tassazione S.n.c.
- Esempio tassazione S.r.l.
- Quantificazione dei benefici fiscali del welfare aziendale lato impresa
- Quantificazione dei benefici fiscali del welfare aziendale lato lavoratori
- Esercitazione su quantificazione vantaggio fiscale personale welfare amministratori

LE OPPORTUNITÀ IN AMBITO PROTECTION E PREVIDENZA PER LE IMPRESE

(UN MODULO DI 1 GIORNATA IN AULA FISICA O 2 SESSIONI DA 3,5 H A DISTANZA)



Obiettivi

- Approfondire gli aspetti normativi/assuntivi/commerciali utili a supportare la proposta di polizze «protection» con contraente l'impresa a vantaggio dei lavoratori
- Valutare gli spazi di proposta e le logiche consulenziali che possano portare l'impresa ad assicurare, a seconda dei casi, i key-man e/o i soci, in una logica di risk-management
- Approfondire le diverse opportunità attinenti le scelte previdenziali di imprese e lavoratori: il TFR e i vantaggi delle soluzioni previdenziali a beneficio degli amministratori (in primis il TFM)
- Si andrà a definire uno dei pochissimi spazi volti a dare dei benefici «ad personam» in ambito welfare (contributo del datore di lavoro sul PIP del dipendente)



Contenuti

- 1. IL MONDO DELLE IMPRESE, TIPOLOGIE E NUMERI**
- 2. LA FISCALITA' DELLE IMPRESE IN PILLOLE**
- 3. L'OFFERTA PROTECTION NEI PIANI DI WELFARE AZIENDALE**
 - La diversa fiscalità e modalità di proposta delle varie tipologie di polizze protection (caso morte, infortuni, non autosufficienza), a beneficio di lavoratori dipendenti e amministratori
- 4. L'OFFERTA PROTECTION NELLE LOGICHE DI RISK-MANAGEMENT**
 - Le tutele del key-man
 - I rischi legati al decesso di un socio; la quantificazione del valore dell'impresa; le dinamiche successorie e l'importanza delle scelte assicurative
- 5. LA TEMATICA PREVIDENZIALE**
 - Focus sulle novità in ambito previdenziale
 - Le scelte sul TFR per lavoratori e impresa
 - Gli accordi collettivi sui fondi pensione aperti
 - I vantaggi (fiscali e non solo) per l'impresa quando il TFR dei lavoratori va nella previdenza
 - Le ricadute in queste dinamiche, per imprese e lavoratori, legate all'aumento dell'inflazione
 - Il possibile contributo del datore di lavoro sul PIP del dipendente, anche «ad personam» ...
 - La gestione del TFR tramite polizze di accantonamento ad hoc
 - Focus sul tema TFM e sulle possibilità di polizze legate all'accantonamento degli amministratori



Obiettivi

- Fornire motivazioni utili a supportare **la proposta di coperture sanitarie**, partendo da una maggiore consapevolezza dei principali limiti della sanità pubblica
- Inquadrare gli spazi di mercato di **coperture salute in ambito collettivo**, acquisendo conoscenza delle soluzioni già previste dai C.C.N.L. e degli spazi di offerta tramite una Cassa di Assistenza
- **Approfondire la proposta della Compagnia**. Logiche assuntive. Utilizzo della Cassa. Processi. Punti di forza.



Contenuti

1. GLI SPAZI DI OFFERTA

- I principali limiti della sanità pubblica
- L'evoluzione dell'offerta di sanità integrativa
- Il ruolo delle coperture previste dai C.C.N.L. più significativi e le ricadute sulla trattativa
- Il ruolo delle Casse di Assistenza per consentire i benefici fiscali

2. L'OFFERTA DELLA COMPAGNIA E I RELATIVI PROCESSI

- Il quadro dell'offerta
- Le logiche assuntive
- L'utilizzo della Cassa di Assistenza
- Approfondimento sulle principali soluzioni

3. ORGANIZZARE L'AZIONE DI PROPOSTA

- Quali sono le aziende maggiormente interessabili
- Gli snodi della trattativa
- Come gestire le principali criticità

LE OPPORTUNITÀ CON CONTRAENTI I LIBERI PROFESSIONISTI

Obiettivi

Contenuti

L'incontro è dedicato all'offerta a quelle categorie di **liberi professionisti** (avvocati, commercialisti, medici, etc.) che, invece di essere tutelati dall'INPS, sono **iscritti ad una loro specifica cassa di previdenza**.

Si approfondiranno le regole in ambito di previdenza e di protezione di alcune delle casse principali (Cassa Forense, Inarcassa, etc.) e **ci si confronterà sulle modalità di approccio da mettere in atto verso queste tipologie di clienti**.

1. IL MONDO DEI LIBERI PROFESSIONISTI E LA LORO PREVIDENZA

- Cosa contraddistingue i «liberi professionisti»
- Liberi professionisti ordinistici (Casse) e non ordinistici (Gestione separata INPS)
- Analisi numerica delle diverse categorie di professionisti (quanti sono? quanto guadagnano? cosa sta cambiando?)
- Gli obblighi in tema di R.C. e l'integrabilità tra polizze lavorative e coperture familiari

2. LE CASSE DI PREVIDENZA DEI PROFESSIONISTI E LE RELATIVE SCOPERTURE

- Come funzionano le casse di previdenza e come sono state modificate negli ultimi anni: stato dell'arte e prospettive
- A scelta, approfondimento sulle specifiche regole previdenziali/assistenziali e scoperture di alcuni dei principali enti (Cassa Forense; Inarcassa; Cassa Commercialisti; Empam; Cassa Geometri)
- Livello di coperture/scoperture delle altre Casse

3. ORGANIZZARE L'OFFERTA

- Come approcciare questo tipo di clientela
- La trattativa previdenza+protezione+salute con i liberi professionisti
- Il ruolo delle associazioni/ordini come chiave di accesso verso la clientela prospect

 Obiettivi **Contenuti**

L'incontro è dedicato all'offerta a quelle categorie di **liberi professionisti** che, invece di essere tutelati dall'INPS, sono **iscritti ad una loro specifica cassa di previdenza**.

Dopo una introduzione di carattere generale, **si approfondiranno le regole** in ambito di previdenza e di protezione di una categoria specifica (**Iscritti Cassa Forense**) e **ci si confronterà sulle modalità di approccio da mettere in atto verso queste tipologie di clienti**.

1. IL MONDO DEI LIBERI PROFESSIONISTI E LA LORO PREVIDENZA

- Cosa contraddistingue i «liberi professionisti»
- Liberi professionisti ordinistici (Casse) e non ordinistici (Gestione separata INPS)
- Analisi numerica delle diverse categorie di professionisti (quanti sono? quanto guadagnano? cosa sta cambiando?)
- Come funzionano le casse di previdenza e come sono state modificate negli ultimi anni: stato dell'arte e prospettive
- Le opportunità dell'offerta previdenza+protection+salute ai liberi professionisti

2. FOCUS CASSA FORENSE

- I numeri della categoria (Avvocati) e della cassa di previdenza (Cassa Forense)
- Le regole previdenziali (contribuzione; requisiti di pensionamento; meccanismi di calcolo)
- Esempi di calcolo della pensione; tasso di sostituzione; gap previdenziale
- Le coperture/scoperture Caso Morte
- Le coperture/scoperture Invalidità Permanente
- Le altre eventuali tutele della Cassa per i suoi iscritti in ambito welfare (coperture salute e/o altro)
- Esercitazione sulle principali scoperture e su spazi e chiavi di offerta specifiche

3. IL REGIME «FORFETTARIO»



Obiettivi

Si approfondiranno le regole in ambito di previdenza e di protezione dei Liberi Professionisti in Area Tecnica.

Si approfondiranno tre categorie specifiche di Liberi Professionisti, gli **Architetti/Ingegneri** (iscritti Inarcassa), i **Geometri** (iscritti Cassa Geometri) e i Dottori **Commercialisti** (iscritti CNPDAC) confrontandosi **sugli spazi di proposta per queste tipologie specifiche di clienti**



Contenuti

1. FOCUS PROFESSIONISTI IN «AREA TECNICA»

- le diverse categorie di liberi professionisti in «area Tecnica»
- Il momento del mercato
- Le casse di previdenza dell'area tecnica

2. FOCUS INARCASSA (INGEGNERI E ARCHITETTI) – 3. FOCUS CASSA GEOMETRI – 4. FOCUS CASSA DOTTORI COMMERCIALISTI

- I numeri delle categorie e delle relative cassa di previdenza
- Le regole previdenziali (contribuzione; requisiti di pensionamento; meccanismi di calcolo)
- Esempi di calcolo della pensione; tasso di sostituzione; gap previdenziale
- Le coperture/scoperture Caso Morte
- Le coperture/scoperture Invalidità Permanente
- Le altre eventuali tutele della Cassa per i suoi iscritti in ambito welfare (coperture salute e/o altro)
- Esercitazioni sulle principali scoperture e su spazi e chiavi di offerta specifiche

**Obiettivi**

L'incontro è dedicato alla pianificazione dell'offerta ai Liberi Professionisti.

Si approfondiranno, inoltre, **le regole** in ambito di previdenza e di protezione della specifica categoria dei Medici (**Iscritti Cassa ENPAM**)

**Contenuti****1. ORGANIZZARE L'OFFERTA AI LIBERI PROFESSIONISTI**

- Pianificare l'attività commerciale e selezionare i target
- Il ruolo delle associazioni/ordini come chiave di accesso verso la clientela prospect
- Come approcciare questo tipo di clientela
- La trattativa previdenza+protection+salute con i liberi professionisti
- La responsabilità civile del professionista e gli obblighi assicurativi
- Le tutele legate alla possibile morte di un socio/associato

2. FOCUS ENPAM

- I numeri della categoria (Medici) e della cassa di previdenza (Enpam)
- La sovrapposizione, per molti Medici, tra Enpam e INPS
- Le regole previdenziali (contribuzione; requisiti di pensionamento; meccanismi di calcolo)
- Esempi di calcolo della pensione; tasso di sostituzione; gap previdenziale
- Le coperture/scoperture Caso Morte
- Le coperture/scoperture Invalidità Permanente
- Le altre eventuali tutele della Cassa per i suoi iscritti in ambito welfare (coperture salute e/o altro)
- Esercitazione sulle principali scoperture e su spazi e chiavi di offerta specifiche

SUPPORTO ALLA FORMAZIONE E ALL'ATTIVITÀ COMMERCIALE



Obiettivi

Accrescere la redditività dell'Agenzia:

- L'importanza di darsi un metodo nella **programmazione dell'attività commerciale**: il portafoglio e le relative opportunità, le iniziative commerciali, il target e gli obiettivi, i collaboratori, come comunicare alla clientela, monitorare i risultati
- **Sviluppare una proficua azione di cross-selling.**
- **Utilizzare nella maniera più vantaggiosa** le molteplici opportunità offerte dagli strumenti di **C.R.M. per mettere a punto delle iniziative commerciali efficaci**



TEMI PRINCIPALI

Prima parte (1 o più sessioni)

- Il “marketing d'Agenzia” e la “Pianificazione commerciale” : quali opportunità?
- Il **C.R.M.** di un'Agenzia assicurativa:
Come funziona? Cosa permette di fare? Come va gestito? Le strategie adottabili per renderlo un eccezionale supporto all'attività
- Saper **analizzare il proprio “portafoglio clienti”** e le possibilità che può generare
- L'importanza del **programmare i contatti** con la propria clientela per mantenere le coperture in essere e per proporre di nuove: tattiche di **up-selling** e di **cross-selling**
- Come sviluppare **nuove iniziative commerciali**, per un target specifico
- Quali **obiettivi** darsi? Con quale **timing**? Come **contattare** il cliente? **Cosa e come proporre?**
Come monitorare l'iniziativa?

Seconda parte (1 o più sessioni)

- Esempi pratici di messa punto di azioni **commerciali** verso target specifici
- **ESERCITAZIONE (singola o a gruppi): dalla teoria alla pratica**
Progettare un'iniziativa commerciale sul proprio portafoglio e inserirla nel CRM d'Agenzia.
Scelta di:
 - Quali obiettivi darsi
 - In quali tempi
 - Su quale target di clientela
 - Come contattarli in prima battuta
 - Cosa e come proporre
 - Come monitorare l'iniziativa
- **Confronto in plenaria sulle possibili iniziative**

Obiettivi

- **Sviluppare una maggiore attitudine ad integrare le funzioni amministrative con gli obiettivi commerciali dell'Agenzia** e quindi :
 - Trasferire entusiasmo per la professione e per il ruolo
 - Incoraggiare il partecipante circa le proprie capacità inesprese
 - Impostare una metodologia capace di porre obiettivi e di raggiungerli
 - Allenare i partecipanti all'utilizzo di metodi e tecniche evolute ed efficaci nella trattativa con il cliente nuovo ed attivo
 - Saper adattare il proprio approccio alle diverse tipologie di clienti
 - **Pianificare una metodologia di approccio che renda il Front-Office parte dei meccanismi di offerta commerciale dell'Agenzia**



TEMI PRINCIPALI

Il corso, pensato per il personale del Front-Office, figura chiave all'interno dell'Agenzia per il ruolo che svolge di accoglienza del cliente, affronterà in particolare:

- **L'importanza del ruolo** del Front-Office all'interno dell'Agenzia e nei confronti della clientela
- Come **accogliere il cliente** nel modo più efficace e coinvolgente
- **La comunicazione verbale**: gli errori più frequenti che impediscono di comunicare al meglio
- **La comunicazione al telefono, la videoconferenza e tutti gli strumenti più utili per comunicare con il cliente**: modalità ed esempi
- **Come presentare le soluzioni assicurative** proponibili "a bancone"
- Come gestire al meglio **le criticità** (quando il cliente è scortese, quando il cliente reclama)
- Come gestire i **potenziali "nuovi clienti"** che entrano in Agenzia
- Come **sviluppare il portafoglio con tattiche di up-selling e di cross-selling**, sia a scadenza che fuori scadenza
- **La raccolta e l'elaborazione dei dati** come supporto per future trattative
- **Esercitazioni** pratiche sull'offerta delle polizze

Naturalmente i contenuti del corso saranno adattati agli obiettivi specifici della rete ed entro il "perimetro commerciale" nel quale si vorrebbe maggiormente coinvolgere il front-office (raccolta dati clienti e supporto alla pianificazione degli appuntamenti; azioni di cross-selling up-selling all'incasso; altre iniziative)



Obiettivi

Dedicato a chi gestisce l'inserimento dei collaboratori alla vendita e ne coordina l'attività, il programma è articolato in modo da **fornire nell'immediato le conoscenze e gli strumenti necessari per un'impostazione corretta ed efficace della gestione delle Risorse Umane destinate alla vendita.**

È opportuno essere in grado di impostare un preciso **piano di gestione della sottorete commerciale**, che sia centrato su **Obiettivi, Supporto all'azione e Monitoraggio dei risultati anche «a distanza».**



TEMI PRINCIPALI

L'incontro si basa su **una didattica interattiva**, che consente attraverso **lavori di gruppo ed esercitazioni individuali** di approfondire le seguenti aree:

- Il ruolo dell'Agente/Team Manager
- Le caratteristiche del produttore dell'Agenzia assicurativa
- Le caratteristiche peculiari di un buon T.M.
- Le sei richieste da soddisfare
- Le aree d'intervento dell'Agente/Team Manager, anche «a distanza»
- Cosa devo sapere dei “miei uomini»
- Motivazione del singolo - Motivazione del gruppo
- Lo stile di conduzione del gruppo e del singolo
- Fissare gli obiettivi
- Cos'è la leadership
- I diversi stili direttivi
- Gratificazione e diniego
- L'addestramento sul campo
- Tempi e metodo per svolgere efficacemente il ruolo oggi
- Programmazione e controllo

MEETING CON I CLIENTI FINALI





WELFARE MEETING: LA NOSTRA ESPERIENZA AL VOSTRO SERVIZIO

Grazie alla nostra esperienza pluriennale sulle tematiche specifiche e alle abilità dialettiche, commerciali e formative dei nostri relatori, possiamo supportare Compagnie ed Agenzie nella progettazione e nell'erogazione di «Meeting» destinati ai clienti finali, in ambiti welfare.

Ci interfacciamo con voi come partner, aiutandovi nella progettazione dell'attività più efficace rispetto ai vostri obiettivi, con diverse opportunità di collaborazione.

Il nostro intervento potrebbe riguardare uno o tutti questi punti:

- a) il supporto nella messa a punto di un modello volto alla programmazione dei meeting**
- b) la progettazione dei contenuti dei meeting (uno o più tipologie)**
- c) la presenza come relatori degli incontri**

CHI È FINEXTRA E PERCHÉ SCEGLIERCI

- LA SOCIETÀ
- IL TEAM
- PERCHÉ SCEGLIERCI



Finextra è una società di consulenza e formazione che vanta specifiche competenze in ambito assicurativo, previdenziale e finanziario.

Da sempre, nei nostri progetti cerchiamo di coniugare:

- **un costante lavoro di studio e di analisi dei cambiamenti** della normativa e del mercato, **vagliando tutte le potenziali opportunità** che possano derivarne;
- la messa a punto e la sintesi di **strategie commerciali e di strumenti di marketing** di supporto alle reti;
- **attività di formazione volte** ad una crescita professionale che non sia fine a se stessa, ma vada nella direzione di **raggiungere risultati funzionali agli obiettivi commerciali del cliente.**



Luca Avogadro è amministratore unico della società Finextra Consulenza e Formazione Srl.

Svolge **attività di consulenza** presso Compagnie di Assicurazione, Istituti Bancari, Intermediari, Fondi pensione e Fondi sanitari, su progetti relativi all'offerta di soluzioni assicurative in ambito welfare (pensioni / risparmio / protezione / salute) per la clientela retail e aziendale.

Docente di corsi di formazione su tutte le tematiche sopra citate.

In particolare, insieme al suo team di collaboratori, ha contribuito a progetti dedicati all'implementazione di «specialisti welfare e previdenza» per varie primarie Compagnie Assicurative.

Relatore in convegni, gruppi di studio, incontri nelle aziende, con gli ordini professionali e con la cittadinanza.



Gabriele Chemi è **docente di corsi di formazione** per Finextra ed in seguito per Finextra Consulenza e Formazione Srl dal 1999.

Esperienza pluriennale come formatore nel mondo bancario e assicurativo, come direttore commerciale per diverse reti di distribuzione assicurativa, come selezionatore, docente di marketing e comunicazione, ha tenuto seminari anche presso diverse università italiane.

Per Finextra, Gabriele coordina i principali progetti di formazione legati all'area manageriale e commerciale.



Gianantonio Crisafulli collabora come **docente di corsi di formazione** con Finextra Consulenza e Formazione dal 2018, dal 2015 con Finextra Srl.

Da sempre nel mondo assicurativo, ha maturato un'esperienza trentennale come responsabile vendite curando la pianificazione degli obiettivi delle reti, per primarie Compagnie di Assicurazione. Ha partecipato alla creazione di Campagne vendita e prodotti Finanza/Assicurativi.

Per Finextra, Gianantonio coordina i principali progetti di formazione legati all'area vita e welfare.

IL TEAM DI FINEXTRA

Il Team di consulenti e di formatori impiegato nella messa a punto e nell'implementazione dei vari progetti è costituito da una squadra di **professionisti del più alto spessore e con un'esperienza quanto meno decennale** nelle rispettive aree di competenza.

È affiancato da un back office di specialisti che si occupa della parte amministrativa e gestionale dei corsi.

PERCHÉ FINEXTRA

COSA SIAMO IN GRADO DI OFFIRE?

Forti della nostra esperienza e del nostro know-how, in funzione delle esigenze del Committente, siamo in grado di:

- **progettare il percorso formativo** adattandolo alle esigenze e agli obiettivi specifici del Cliente;
- **fornire materiale di formazione aggiornato** alle ultime novità normative e di mercato, grazie all'attenzione costante del nostro ufficio studi sui temi in essere;
- **impiegare esclusivamente formatori di collaudata esperienza** e di riconosciuto livello di preparazione sui temi specifici “de quo”;
- **fornire eventuali servizi di supporto continuativo** sui temi in oggetto.

CONTATTI





CONTATTI

Per ulteriori informazioni sulle tematiche delle nostre offerte, sulla logistica e sulle condizioni economiche degli interventi formativi, può contattarci via e-mail a info@finextra.it e telefonicamente allo 02 48009906.