



FBA

Fondo Banche Assicurazioni

Fondo Banche Assicurazioni

Sede Operativa

Lungotevere dei Mellini, 17

00193 Roma

Tel. 06 32648326

www.fondobancheassicurazioni.it



Banca di Credito Cooperativo di Cittanova

Sede legale: Via T. Campanella n. 1 – 89022 Cittanova (RC)

tel. 0966656211 - fax 0966653641 e-mail segreteria@cittanova.bcc.it

www.bcccittanova.it



GAL VATE Scarl

Sede legale: Casa della Cultura "Leonida Repaci" 89015 - Palmi (RC)

tel. 0966 – 261459 fax 0966 – 261193 e-mail galvate@galvate.it

www.galvate.it

FONDO BANCHE ASSICURAZIONI

Avviso 02/06

PROGETTO

“Crescere *nelle* Competenze *per* Competere”

RUP PR17_PF56_AV0206



Il piano formativo “**Crescere nelle Competenze per Competere**” finanziato dal **Fondo Banche Assicurazioni - FBA** è stato promosso dalla **Banca di Credito Cooperativo di Cittanova** a beneficio dei propri dipendenti in collaborazione con il **GAL VATE Scarl**.

Le attività formative hanno riguardato la totalità dei dipendenti al fine di favorire in ciascuno quel processo di incremento delle competenze necessario per presidiare i costanti mutamenti dei mercati e i crescenti fabbisogni dei clienti al fine di fornire un servizio sempre più qualitativo e di tipo customer oriented.

La linea strategica, che ispira la Banca di Credito Cooperativo di Cittanova nelle sue scelte, è difatti improntata alla costante azione di prossimità alle persone, con l'obiettivo di contribuire in maniera sensibile allo sviluppo economico e sociale dei luoghi di insediamento, attraverso la conservazione della propria identità, il rafforzamento delle attività ed il costante miglioramento a livello operativo e commerciale.

Con il Piano formativo, la BCC di Cittanova ha inteso avviare un processo di sviluppo delle competenze delle risorse umane, volto a superare il vecchio modello di “fare banca” basato su conoscenze settorializzate del personale, nella prospettiva di rafforzare la capacità aziendale di “creare valore” con la massima efficienza, attraverso l'empowerment delle proprie risorse umane.

ATTIVITÀ FORMATIVE

Il Piano, volto a favorire la crescita delle professionalità individuali e di gruppo, realizzando l'apprendimento per le risorse che operano nell'ambito dei diversi processi aziendali, si è composto complessivamente di 10 progetti rispondenti ciascuno all'obiettivo di potenziare le competenze da esercitate per il raggiungimento dei risultati aziendali.

Tali progetti possono essere ricondotti in 5 macroaree relative a:

➤ **Il Potenziamento del sé e delle relazioni interpersonali**

PROG.01- LEADERSHIP E MOTIVAZIONE (Le risorse personali – L'essere leader - La motivazione - L'autostima)

PROG.02- COMUNICAZIONE E RELAZIONI INTERPERSONALI (Il processo comunicativo - La comunicazione interpersonale - Le gestione delle relazioni interpersonali)

➤ **Il processo di vendita e l'orientamento al cliente**

PROG. 03- MARKETING E VENDITA (Principi e strumenti di Marketing- Il rapporto di vendita - Le tecniche di vendita)

PROG. 04- QUALITÀ E ORIENTAMENTO AL CLIENTE (La qualità nel settore dei servizi - Il cliente - La gestione del rapporto con il cliente - La fidelizzazione e la soddisfazione del cliente)

➤ **La relazione con le PMI**

PROG. 05- RELAZIONI CON LE PMI (Il rapporto banca-impresa - La consulenza all'impresa - Comunicare efficacemente con l'impresa)

PROG. 06- BASILEA 2 E IL RAPPORTO BANCA IMPRESA (Basilea2 e le imprese L'analisi e la pianificazione finanziaria - Valutazione d'impresa e preparazione al rating)

➤ **La consulenza finanziaria e l'erogazione del credito**

PROG. 07- CONSULENZA FINANZIARIA (I mercati obbligazionari - I mercati azionari - Gli Strumenti finanziari derivati - Il risparmio gestito - Principi di Asset Allocation)

PROG. 08 - VALUTAZIONE DEGLI AFFIDAMENTI (gli strumenti di finanziamento alle imprese in relazione alle esigenze rilevate -l'istruttoria legale della pratica di fido, alla luce della riforma del diritto societario -elementi di fiscalità d'impresa - le garanzie reali e personali - le procedure interne per la gestione del processo di affidamento - gli strumenti di analisi per la valutazione del cliente)

➤ **I sistemi contabili comunitari e le evoluzioni fiscali**

PROG.09- NUOVA NORMATIVA FISCALE (I principali cambiamenti - La nuova disciplina relativa alle imposte Compiti, procedure e scadenze da rispettare)

PROG.10- CONTABILITÀ' E UNIONE EUROPEA (I Principi Contabili Internazionali - Struttura dello IASB - Dal bilancio italiano al bilancio IFRS)

RISULTATI

Il Piano nel suo complesso ha consentito di raggiungere i seguenti risultati:

✓ **Crescita e razionalizzazione del patrimonio di conoscenze posseduto**

Le attività formative realizzate sono state volte a rafforzare e raffinare conoscenze precedentemente acquisite (sul campo o in altri interventi formativi), collocandole in un quadro più organico. Tale risultato si traduce in una più elevata sicurezza nell'operatività, che implica una maggiore rapidità ed efficacia nel fornire al cliente un servizio di qualità.

✓ **Maggiore e più diffusa sensibilizzazione all'aggiornamento**

La partecipazione ad un Piano formativo articolato ha consentito da un lato ai partecipanti di acquisire una sensibilità ed un interesse verso la valutazione continua dell'adeguatezza delle competenze possedute ed il relativo aggiornamento da periodicamente, e dall'altro all'azienda di verificare e misurare l'efficacia del trasferimento nel contesto lavorativo delle competenze acquisite in esito ai percorsi di apprendimento.

✓ **Miglioramento delle competenze (saper fare)**

Il confronto con i docenti ed il dibattito con i colleghi, nonché l'ambiente di sperimentazione operativa favorito dalle situazioni formative, hanno agevolato la verifica e la misurazione delle proprie competenze e l'implementazione di un percorso di rafforzamento delle stesse.

✓ **Consolidamento della cultura dell'orientamento al cliente**

Ponendo alla base del Piano l'orientamento al cliente, ne consegue che tra i risultati attesi vi sia il diffondersi di una cultura protesa a favorire l'assunzione di un atteggiamento “qualitativo” nei confronti del cliente sapendo quindi interpretare in modo proattivo i segnali che provengono dall'organizzazione e dal mercato.