

Action Plan

SIB-UniGens

22 Luglio 2020

La banca
per le cose che contano. |  **UniCredit**

Survey _ Focus Group



- **Survey on line: 11 rispondenti (volontari)**
- **2 Focus Group: 11 partecipanti (volontari e responsabili Unigens di territorio)**



Messaggi Chiave e azioni proposte



Formazione

- **I contenuti formativi** messi a disposizione sono stati consultati dalla maggioranza dei volontari intervistati e vengono ritenuti esaustivi
- La formazione è stata «fruita» ma serve ancora tempo per **consolidare skills** e comportamenti nuovi
- E'risultato evidente che ciascun volontario al di là dei contenuti formativi disponibili ha interpretato in "autonomia" l'approccio, il ruolo e l'attività.

Azione

Owner

Time

- | Azione | Owner | Time |
|---|---------|------------|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizzare una "piattaforma" formativa sul tema accompagnamento che organizzi i contenuti (con i contributi dei volontari più senior) che dovrà prevedere: <ul style="list-style-type: none"> • contenuti "comportamentali" già disponibili (es.Vademecum e Isapiens) • contenuti tecnici-economici "semplificati" mutuati dal corso "Fare Impresa" • Una nuova sezione focalizzata sul "marketing" specificatamente rivolta allo sviluppo delle microimprese di nuova costituzione (SIB proposta) ▪ anche attraverso: <ul style="list-style-type: none"> - 2/3 eventi formativi (in modalità remota) sul tema rivolti a tutti i volontari. In modo da orientare i comportamenti dei volontari su valori e modalità assolutamente condivisi. - video intervista dei Volontari "senior" | UniGens | Sett./Ott. |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aggiornamento dei ruoli scelti in fase di iscrizione e l'assessment dei ruoli vs competenze | UniGens | ongoing |





Messaggi Chiave e azioni proposte



Diffusione del servizio di accompagnamento

- Emerge da diversi interlocutori la necessità di **un coinvolgimento maggiore della banca** (in particolare il gestore) affinché ci sia una maggiore conoscenza del modello di servizio in rete
- Miglioramento della **presentazione del servizio ai potenziali beneficiari** con una "triangolazione" volontario-gestore-beneficiario, che può essere organizzata dal volontario una volta che il beneficiario si è dichiarato d'accordo ad usufruire del servizio

Azione

Owner

Time

- | Azione | Owner | Time |
|---|-------|----------|
| - Per il cliente: definizione del Customer Journey attraverso una comunicazione customizzata ai clienti e soprattutto di valorizzazione del servizio di accompagnamento fin dall'inizio della scelta del prodotto (mail al cliente e al gestore) | SIB | Ott./Nov |
| - Per il network: sensibilizzare maggiormente la rete sul servizio di attraverso video webinar e revisione /approfondimenti di alcune sezioni della scrivania commerciale | SIB | Novembre |





Messaggi Chiave e azioni proposte



Monitoraggio e Presidio

- Necessità per la fase di «riavvio» di un monitoraggio costante dell'attività dei volontari e degli incontri con i clienti
- Continuo affinamento del servizio di accompagnamento di un'ottica di miglioramento

Azione

Owner

Time

- | Azione | Owner | Time |
|--|---------|---------|
| ▪ Coordinamento /presidio centrale relativamente all'ingaggio dei volontari attraverso un maggior coordinamento dei referenti di territorio | UniGens | ongoing |
| ▪ Strutturazione Questionario per il cliente al termine del servizio di accompagnamento | UniGens | Ottobre |





Principali temi emersi durante la fase di ascolto



Nuovo avvio

- A seguito di questa fase di ascolto è necessario riavviare il servizio di accompagnamento attraverso l'implementazione delle azioni viste precedentemente e la gestione in contemporanea dei nuovi flussi (pre e post covid) cercando di valorizzare modalità in **accompagnamento in remoto**.
- Fine tuning del servizio di accompagnamento per **imprese sociali**
- Focus sul servizio di accompagnamento a **imprenditoria femminile**

Azione

Invio

Feedback

| | | |
|---|---------------|--------------|
| ▪ Gestione flusso 3 (# 294 clienti dicembre 2019) | Febbraio | Fine Ott. |
| ▪ Invio flusso* (periodo «covid» erogazioni aprile/giugno) | Inizio agosto | Fine sett. |
| ▪ Invio flusso* (I trim 2020) | Inizio agosto | Fine Ottobre |
| ▪ Avvio sperimentazioni con volontari «senior» di accompagnamento in modalità remota | Settembre | Dicembre |
| ▪ Fine tuning (formazione/competenze) per imprese sociali | Settembre | Novembre |
| ▪ Per i flussi inviati particolare focus e valorizzazione del servizio di accompagnamento a imprenditrici femminili (analisi best practices, bisogni/esigenze specifiche) | Settembre | Novembre |

*Su tutti i flussi verrà attivata la «triangolazione» introduttiva beneficiario/gestore/volontario per l'avvio dell'accompagnamento (previo contatto volontario/gestore)



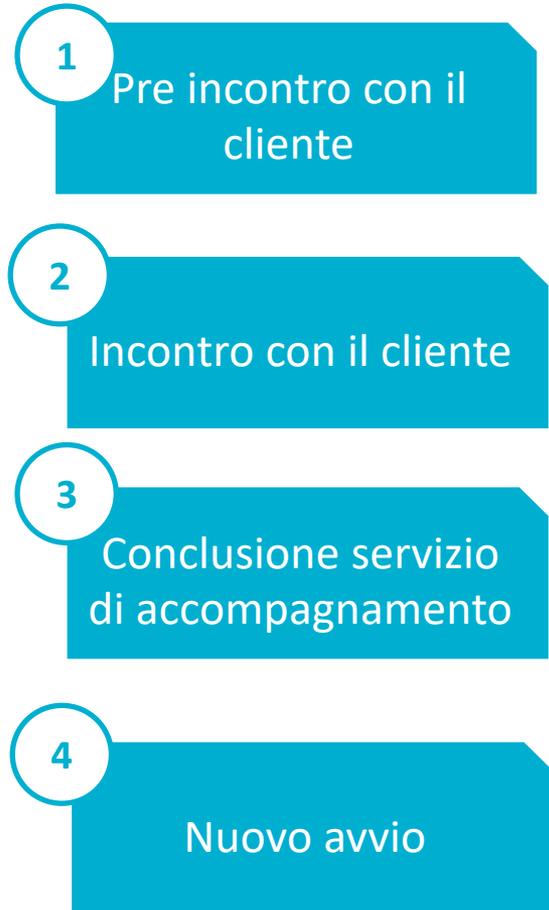
Annex

- 
- Risultati Survey e Focus Group per aree tematiche

Le aree di confronto

Ci confronteremo su 4 macro fasi

Per condividere....



Le aspettative rispetto all'ingaggio e le attività necessarie per iniziare al meglio l'attività di accompagnamento

I bisogni e richieste dell'imprenditore
Le vostre best practices
I contenuti dell'accompagnamento

Fattori di successo e punti critici del processo di accompagnamento e valutazione complessiva

Nuove modalità e ripartenza delle attività



Survey e Focus Group: Che cosa ci avete detto

ITEM

Contenuti

1

Pre
incontro
con il
cliente



FORMAZIONE:

- **I contenuti formativi** (Vademecum e Start up your business) messi a disposizione sono stati consultati dalla maggioranza dei volontari intervistati (73% ha letto il Vademecum e 82% conosce la piattaforma STYB) e vengono ritenuti esaustivi (64%)
- La Formazione è stata «fruita» ma serve ancora tempo per consolidare skills e comportamenti nuovi (non c'è un approccio unico)
- Emerge la necessità di alcuni approfondimenti formativi (es. processi start up/quadro economico post covid)

Cosa serve per iniziare l'attività di accompagnamento:

- Emerge da diversi interlocutori **la necessità di un coinvolgimento maggiore della banca** (in particolare il gestore) affinché possa presentare il volontario (far conoscere il modello di servizio in rete)
- Viene richiesto di avere maggiori informazioni sul cliente; conoscenza della valutazione della banca sull'imprenditore;
- Vedono positivamente la possibilità d'inviare materiale all'imprenditore prima dell'incontro
- Emerge da un referente di territorio che nel momento in cui contattano il volontario, percepiscono «preoccupazione» sull'avvio dell'attività

Il gestore è fondamentale affinché il cliente si apra con il volontario

I volontari che contatto hanno tutti voglia di fare, bisogna fare «accompagnamento» ai volontari

Survey e Focus Group: Che cosa ci avete detto 1/2

ITEM

DESCRIZIONE

2

Incontro
con il
cliente



Primo Incontro Volontario - Imprenditore:

- Circa il 50% degli imprenditori aveva **informazioni parziali** sull'attività di accompagnamento
- L'80% degli imprenditori, durante il primo incontro, ha avuto un atteggiamento curioso / positivo ad iniziare l'attività di accompagnamento
- Il **rapporto di fiducia** con l'imprenditore si crea al 99% durante il primo incontro

Bisogni dell'imprenditore:

a cui il volontario è chiamato a dare risposta sono:

- ✓ Vicinanza e ascolto nei momenti difficili
- ✓ Aiutarlo a trovare soluzioni nuove **ma soprattutto.....**

*consulenza e **confronto** su scelte strategiche da parte di un esperto in qualche **misura "terzo"** rispetto agli obiettivi di business della banca*

*Aiutare a vedere la gestione della sua attività **con occhi diversi***

*Essere affiancato per **individuare "le priorità"** tra le tante che riceve contemporaneamente, mentre lui è concentrato sul "fare business»*



Survey e Focus Group: Che cosa ci avete detto 2/2

ITEM

DESCRIZIONE

2

Incontro
con il
cliente



I contenuti dell'accompagnamento :

- Alcuni considerano l'accompagnamento come un «prolungamento» della banca
- C'è una forte propensione a pensare che l'accompagnamento sia **SOLO** per **start up** e quindi tutto ciò che si discosta fanno fatica a dargli un supporto
- Scarsa conoscenza delle attività dell'accompagnamento da parte di alcuni volontari che vedono questa attività «legata» al Finanziamento
- Il tempo che passa fra erogazione e incontro con volontario deve essere il più breve possibile
- Viene suggerito di fare dei corsi specifici sul tema accompagnamento (come gestire l'imprenditore, aspetti psicologici, gestione attività..)
- Mettere in condivisione. Occorre raccontare ai volontari di UniGens l'esperienza dell'accompagnamento di chi l'ha già fatto.

Togliersi la giacchetta del bancario... non scivolare sulla "presunzione»

non sono andato avanti con l'accompagnamento perché aveva già chiuso il finanziamento



Esempi di best practices e non solo....

✓ L'accompagnamento « funziona » se....

- Il volontario è preparato su cos'è l'accompagnamento (i contenuti dell'attività)
- Ha chiaro che l'accompagnamento è **cercare di trovare soluzioni (insieme all'imprenditore)** per la sostenibilità dell'azienda in un determinato periodo
 - **Si mette in ascolto** e cerca di stimolare nuove riflessioni per l'imprenditore
- Pianifica gli incontri e si danno degli obiettivi da raggiungere

a fine dell'incontro ci diamo l'appuntamento successivo poi ci diamo dei "compiti" da fare a casa.

la prima cosa da fare è capire il metodo di lavoro dell'imprenditore,

L'ascolto porta sempre a una costruzione del lavoro.

Faccio domande molte semplici es. qual'è il tuo scontrino giornaliero? I tuoi costi fissi?

Ho cercato di capire la sua attività, mi sono messo in ascolto, le ho fatto emergere una serie di problematiche e lei stessa si è resa conto della necessità .

✗ L'accompagnamento « non funziona » se....

- Se non è preparato ad affrontare l'accompagnamento
- Se pensa che l'accompagnamento sia centrato esclusivamente sul finanziamento e sulla relazione con il gestore
- Se pensa di trovarsi di fronte a un impr. che ha già chiaro di cosa ha bisogno
- Se pensa di trovarsi di fronte solo a necessità finanziarie
- Se l'atteggiamento del volontario è « passivo » e aspetta che sia l'impr. ad attivare la relazione



Survey e Focus Group: Che cosa ci avete detto

ITEM

3

Conclusione
del servizio



DESCRIZIONE

Il valore dell'accompagnamento

- Il microimprenditore ha riconosciuto il valore aggiunto della vostra attività nella **capacità di dare consigli e proporre soluzioni** (problem solving)
- Complessivamente i volontari hanno giudicato **positiva e molto positiva** l'esperienza dell'accompagnamento

Togliersi la giacchetta del bancario... non scivolare sulla "presunzione»

Dà grandi soddisfazioni, ci si sente utili, ci fa sentire bene

Organizzazione Incontri:

- Circa il 70% dedicata al servizio di accompagnamento da 2 a 4 ore al mese e ritiene che la durata «ideale sia tra i 12 e 18 mesi
- Il 64 % ritiene che un volontario possa seguire contemporaneamente 2 imprenditori, il 36% sostiene che possano seguirne anche più di 2



Survey e Focus Group: Che cosa ci avete detto

ITEM

4

Nuovo
avvio



DESCRIZIONE

- Nella Survey, circa il 50% sostiene che il servizio di accompagnamento può avvenire anche in **modalità remota ma «parzialmente»**
- Anche nei FG è stato ribadito che l'accompagnamento «parzialmente a distanza» si può fare
- Ci vuole comunque una **fase iniziale di conoscenza personale** tra volontario e imprenditore affinché si insaturi un «feeling» tra i due
- L'accompagnamento «totalmente» a distanza si può fare quando l'imprenditore non ha particolari esigenze, troppo complesse (es. si ipotizzava se target particolari come start up/giovani potessero preferire questa modalità)
- E' stato suggerito di chiedere all'imprenditore quale modalità preferisca, non dando per scontato che in questa fase sia anche lui confident nel istaurare relazioni di collaborazione

Vanno utilizzati tutti i mezzi di comunicazione, il rapporto non si ferma

Lasciamo che sia l'imprenditore a scegliere

- **99% è disponibile a svolgere attività di accompagnamento** anche in modalità remota
- Non sono emerse particolari esigenze di supporto formativo per l'accompagnamento a distanza



Piano di lavoro

1

Survey

Indagine su alcuni elementi chiave del servizio di accompagnamento.

2

Focus Group

2 incontri di ascolto con I Volontari e Referenti di Territorio che hanno svolto/gestito attività di accompagnamento

3

Analisi e proposta Action Plan

Elaborazione dei dati della Survey e FG per definire il piano d'azione

4

Condividione Action Plan e overview sul modello di servizio

Momento di condivisione dei risultati e della proposta di piano d'azione con I Volontari e referenti di territorio

- Restituzione comitato operativo
- Restituzione in plenaria
- Avvio action plan

