

Il ruolo delle emozioni nel processo d'acquisto di prodotti assicurativi

PERCORSI: AGGIORNAMENTO IVASS – CONSOB – FORMAZIONE OAM

Area Tematica Ivass: AMMINISTRATIVA E GESTIONALE

Modulo area Ivass: 9. Capacità di ascoltare e decodificare i bisogni della clientela

Area tematica OAM: Deontologia e correttezza professionale nei rapporti con il cliente.

Macroarea Tematica Consob: CARATTERISTICHE DEGLI STRUMENTI FINANZIARI

Criteri ESMA punto V.III: Lettera D

Durata: 2 ore

Obiettivi:

Non solo bisogni, ma anche desideri. Non solo decisioni razionali, ma anche emozioni. Sono molteplici gli aspetti che intervengono nel processo decisionale caratterizzante la scelta di un prodotto assicurativo.

Il corso focalizza l'attenzione sui meccanismi psicologici alla base del processo di acquisto.

Una serie di test e di brevi esperimenti trasformano il corso in una esperienza diretta nella conoscenza delle emozioni:

- Perché professionalità e informazione non sono armi sufficienti per sconfiggere la scarsa adesione alla protezione assicurativa?
- Che cosa sono le emozioni e come sono collegate ai nostri comportamenti?
- Come gestire le "scariche emozionali" per orientare verso una scelta oculata e consapevole il nostro cliente?

Contenuti:

MODULO 1 – Il ruolo delle emozioni nel processo decisionale

- Lo scenario della vendita assicurativa in Italia
- Le polizze casa
- Le polizze malattia
- Che cosa funziona e cosa no
- La scoperta
- Approcci differenti

MODULO 2 Le emozioni hanno una storia

- L'importanza delle emozioni
- Facciamo un pò di storia
- James Cannon

- La teoria dei due fattori
- L'esperimento di Schachter
- Teorie cognitive e nuove scoperte fisiologiche
- Come classifichiamo le emozioni?
- Le espressioni emozionali
- Emozioni ed azioni

MODULO 3 – Le emozioni decidono

- Emozione, non emotività
- Emozione ed emotività
- Emozioni immediate ed emozioni anticipate
- Le emozioni immediate
- Alternative di scelta
- Sei un intuitivo o un analitico?
- Sistemi di pensiero
- Le emozioni incidentali
- L'esperimento
- Le emozioni anticipate
- Come sarà il futuro?
- Esperimento in aeroporto
- L'avversione alla perdita

MODULO 4 – Strategie emozionali

- Emozione come informazione
- Emozione che crea attenzione
- Euristiche dell'affettività
- Strategie implicite

MODULO 5 – Le emozioni in sintesi

- Il giusto set
- Il profilo emozionale
- Emozioni che avvicinano e che allontanano
- Scorciatoie emozionali
- Lo storytelling
- Attenzione alle nostre emozioni
- La soluzione prodotto

Certificazione/Attestato: Report finali e Attestato di fruizione conformi alle disposizioni del Regolamento IVASS e alle disposizioni delle circolari OAM.

Prodotto da: LYVE

Contenuti a cura di: LYVE

Docente: Antonio Sanna

Tecnologia di sviluppo: HTML5

Requisiti Tecnici minimi:

Acrobat Reader

I documenti PDF sono esportati per la versione 5 ma sono compatibili con le versioni successive di Acrobat Reader rilasciate fino alla data di aggiornamento di questo file.

Browser

- Internet Explorer 10
- Internet Explorer 11
- Mozilla Firefox
- Google Chrome

JavaScript abilitato

Blocco popup disabilitato

Risoluzione video minima

I corsi sono ottimizzati per una visualizzazione a 1024x768 su pc e tablet da almeno 7 pollici.

Altoparlanti o cuffie (in caso di prodotti multimediali)

Modalità di tracciamento dati - SCORM 1.2

CODICE CORSO: LYVE_0047