



ABISERVIZI
ABI
FORMAZIONE

Workshop

LA COMUNICAZIONE IN BANCA TRA NUOVI SPAZI E NUOVI TEMPI

13 e 14 giugno • Milano, SpazioPola, Via Pola n.9 - Aula virtuale

SCHEMA DI STRUTTURA

Il pericolo più grande nei momenti di turbolenza non è la turbolenza in sé, ma è affrontarla con le logiche del passato • Peter Drucker

È chiaro ormai come sia impossibile definire un percorso preciso da seguire, la realtà muta troppo velocemente in modi che spesso faticiamo a comprendere pienamente.

Scovare alcuni elementi in grado di fornire una bussola è però necessario. Quali sono le fondamenta su cui costruire le narrazioni che stanno dando forma al 2022? Stiamo comunicando sulla cresta di una cronaca che diventa subito storia, mutando senso e direzione in poco tempo: riuscire a reinterpretare costantemente l'attualità e gli scenari diventa un fattore sempre più rilevante non solo per chi si occupa di comunicazione in banca ma per tutte le funzioni dalla strategia, al business, al marketing all'organizzazione ai controlli.

Pensare con una visione strategica presuppone la consapevolezza di abbracciare l'imprevedibilità e di sperimentare nuovi modelli comunicativi capaci di coinvolgere e conquistare ispirandosi alle giuste parole chiave e raccontando la centralità di temi attuali, mettendo in pratica quanto appreso negli ultimi due anni dandogli sempre più concretezza con azioni tangibili.

Sostenibilità, certo, che oggi si declina anche in valori atemporali, come il coraggio e la gratitudine. Se il framework della sostenibilità si porta dietro un fondamentale cambio di approccio dove la banca opera come un soggetto economico sociale evolvendo i modelli di CSR (Corporate Social Responsibility) in modelli di CSV (Creating Shared Value), il coraggio porta a costruire un dialogo tra il mondo interno dell'azienda e il mondo esterno dei clienti, un circolo virtuoso tra la comunicazione rivolta alle proprie persone e quella rivolta al mercato, con un aspetto fondamentale che poggia sulla capacità di ascoltare e la gratitudine integra la competizione con la cooperazione per salvaguardare l'interesse generale e lega indissolubilmente qualsiasi innovazione alla sostenibilità.

Queste premesse hanno portato all'evoluzione dell'architettura formativa "La comunicazione in banca tra nuovi spazi e nuovi tempi" finalizzata a supportare la reinterpretazione dell'attualità e le discontinuità organizzative, valorizzando le distintività attraverso lo scambio di prassi emergenti e la costruzione delle competenze future.

La proposta formativa, articolata in tre workshop, è completata da due percorsi e tre laboratori formativi, in particolare:

WORKSHOP	• La comunicazione in banca: le narrazioni del 2022 • La comunicazione della banca • La comunicazione in banca
PERCORSI FORMATIVI	• La comunicazione interna in banca • La comunicazione esterna in banca
LABORATORI FORMATIVI	• Il piano di comunicazione sostenibile • Digital & transmedia storytelling • Creare e misurare l'empatia digitale

1 LA COMUNICAZIONE IN BANCA: LE NARRAZIONI DEL 2022

13 giugno 2022 (10.00 - 12.00)

Non si può uccidere la narrazione, perché è insita nell'uomo, nasciamo con essa • Margaret Atwood



REINTERPRETARE KEYNOTE SPEECH

- **L'attualità e gli scenari: il peso delle parole**



INTERVISTA

- **Le parole di cui si parla**
- **L'attualità nelle narrazioni delle banche**
 - Come sta cambiando lo storytelling
 - Il linguaggio come ultimo miglio dell'espressione dei valori

2 LA COMUNICAZIONE DELLA BANCA

13 giugno 2022 (12.00 - 15.45)

Narrare significa creare, poiché vivere significa soltanto venire vissuto • Fernando Pessoa



SEMPLICITÀ, INCLUSIVITÀ, SOSTENIBILITÀ: QUALI NARRAZIONI KEYNOTE SPEECH

- Nuove narrazioni
- Nuove esplorazioni



TAVOLA ROTONDA

- **L'attualità e gli scenari: il peso delle parole**

3 LA COMUNICAZIONE IN BANCA

14 giugno 2022 (10.00 - 13.00)

Il coraggio è quello che ci vuole per alzarsi e parlare; il coraggio è anche quello che ci vuole per sedersi e ascoltare • Sir Winston Churchill



IL CORAGGIO DI ASCOLTARE KEYNOTE SPEECH



TAVOLA ROTONDA: LE BANCHE SI RACCONTANO

- **Persone, ambiente, prosperità: quali narrazioni?**
 - La ricerca "Persone, ambiente, prosperità: la comunicazione interna della sostenibilità in azienda"
- **Nuove prospettive della comunicazione**
 - Le parole della comunicazione interna
 - Le nuove competenze per i nuovi tempi e i nuovi spazi