

LABORATORI DI SPAZIO ESPERIENZIALE COMUNICARE CON EFFICACIA NELL'ECOSISTEMA DIGITALE

LABORATORIO 2 • 20, 21 e 22 ottobre 2021 (3 ore)

CREARE E MISURARE L'EMPATIA DIGITALE

«L'empatia è guardare dal finestrino dell'altro»

L'empatia digitale è un territorio che fornisce grandi opportunità di esplorazione e riflessione. A causa della rapida adozione della tecnologia e dell'assimilazione di tutte le nuove dinamiche poste in essere dai social network, i modelli comunicativi delle società attuali sono continuamente alterati, sia positivamente sia negativamente.

Il concetto di Digital Empathy affonda le sue radici proprio nell'empatia, basandosi sui principi cardine che la definiscono per comprendere se, quanto e come le nuove dinamiche sociali, influenzate dalle nuove tecnologie, concepiscano e adoperino comportamenti empatici.

Obiettivo del laboratorio è quello di approfondire e condividere come la comunicazione, organizzativa e personale, interna ed esterna, si sia evoluta e adattata al nuovo contesto per individuare quali saranno i nuovi modelli di riferimento e le nuove tendenze.

Fasi del laboratorio



L'empatia digitale: una leva competitiva

- Cos'è l'empatia: gli elementi base e cosa cambia nelle relazioni a distanza/digitali
- Perché la comunicazione empatica: verso l'esterno e verso l'interno
- Empatia con i clienti: neuromarketing, fattori emotivi e logici nelle scelte del cliente, ruolo dell'empatia
- Empatia e consulenza: l'empatia nel processo di costruzione della fiducia
- L'empatia nel team: effetti della distanza e del digitale nelle relazioni interne
- Promuovere l'empatia come competenza all'interno della banca (collegare l'empatia alla leadership, al teamworking, alla comunic., ecc)



Misurare e gestire l'empatia digitale: Intelligenza artificiale e neuroscienze

- L'empatia come vantaggio competitivo e leva di business
- I driver dell'empatia: come misurarla, gestirla e potenziarla
- Gli strumenti neuroscientifici
- Emozioni in comunicazione
- Le soluzioni di intelligenza artificiale
- Usare i dati dei clienti e le buying personas per valorizzare l'empatia nell'approccio, nel branding e nelle comunicazioni
- Comportamenti empatici e non empatici: i marcatori del linguaggio



Metodi di comunicazione empatica: storytelling & friends

- Gli strumenti dell'empatia: es. empathy map
- Comunicare l'empatia digitale
- Comunicazione empatica anche su temi tecnici
- L'empatia nelle comunicazioni complesse: dalla comunicazione tecnico-specialistica alla comunicazione dei dati
- I pilastri della comunicazione data-driven: dati, racconto e visual
- Trasformare dati e info tecniche in una storia coinvolgente
- Rappresentare i dati e attivare le emozioni