



ABISERVIZI  ABI
FORMAZIONE

LA COMUNICAZIONE IN BANCA TRA NUOVI SPAZI E NUOVI TEMPI

LABORATORIO FORMATIVO

COMUNICARE CON EFFICACIA NELL'ECOSISTEMA DIGITALE

LABORATORIO 1 • 11, 12 e 13 ottobre 2021

DIGITAL & TRANSMEDIA STORYTELLING

«Non si diventa marinai restando in porto a sognare gli oceani»

Se si vuole costruire una barca solida e navigare veloce nel mare aperto della comunicazione digitale, servono gli strumenti giusti. Innanzitutto, le strutture, i principi e i modelli che stanno alla base dello storytelling.

Poi comincerai a disegnare la mappa dello storyworld della tua banca fino a trovare il giusto tono di voce per parlare in modo coordinato e complementare su tutti i canali, digitali e non.

Affronteremo il viaggio con un approccio transmediale che ci permetterà di non perdere mai la rotta, di mantenere alta l'attenzione e di stimolare la partecipazione e l'interazione dei colleghi.

Obiettivo del laboratorio è di conoscere e saper definire la comunicazione transmediale, capire i driver che la contraddistinguono e provare a costruire un transmedia storytelling.

Fasi del laboratorio

	<p>Storytelling</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Il corporate storytelling • Modelli, strutture e principi della narrazione • Elementi di digital e content strategy • Una storia, piattaforme diverse: il transmedia storytelling
	<p>Storyworld</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Costruiamo il vostro mondo narrativo • Dalle parole del mondo narrativo ai tratti della personalità • Dalla personalità alla voce • Il tono di voce
	<p>Comunicazione transmediale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Progettare la comunicazione interna • Applicare l'approccio transmediale • Scrivere in modo corretto ed efficace

LABORATORIO FORMATIVO

COMUNICARE CON EFFICACIA NELL'ECOSISTEMA DIGITALE

LABORATORIO 2 • 20, 21 e 22 ottobre 2021

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

LABORATORIO 3 • 3, 4 e 5 novembre 2021

IL FUTURO DELLA COMUNICAZIONE: L'APPROCCIO DUALE

«Impara le regole come un professionista affinché tu possa romperle come un artista»

Cresce il fenomeno della comunicazione duale, l'uso della tecnologia per costruire un ponte tra mondo fisico e digitale, tanto che la costante e intensa interazione tra queste due dimensioni ha portato alla nascita di un neologismo, phygital: crasi tra "physical" e "digital". In un contesto contraddistinto da un continuo interscambio tra esperienze online e offline questa evoluzione dell'esperienza umana comporta la tendenza a non percepire più un confine netto tra le due realtà, passando con assoluta naturalezza dall'una all'altra. Ecco, dunque, che la comunicazione duale può essere definita una experience in cui le applicazioni digitali e il mondo fisico si riferiscono allo stesso spazio effettivo.

Acquisire competenze organizzative e individuali in queste modalità è diventato fondamentale ed è necessaria un'evoluzione di competenze per permettere all'audience di vivere davvero una sessione comune.

Obiettivi del laboratorio: ripensare la progettazione e le modalità per consentire un'esperienza di comunicazione ibrida efficace.

Fasi del laboratorio



La comunicazione duale: principi e regole

- Fenomeno della comunicazione duale: che cos'è
- Cosa abbiamo appreso dalla emergenza sanitaria
- La progettazione di una comunicazione duale: il ruolo delle diverse variabili
- Quali strumenti usare: utilizzo di diverse piattaforme
- L'importanza di un approccio olistico, coerente e uniforme
- Le competenze che sostengono il cambiamento e dove è necessaria la comunicazione duale
- Attenzione ai bias



Creare engagement in un contesto di comunicazione ibrido

- Spostare le persone dalla loro zona di comfort e dar loro i contenuti dell'intelligenza emotiva
- Creare energia e vivere la visione
- Awareness: quanto siamo consapevoli della nostra comunicazione in presenza e da remoto
- I pilastri della comunicazione data driven: dati, racconto e visual
- Trasformare dati e info tecniche in una storia coinvolgente
- I 5 punti della comunicazione efficace in pubblico in presenza e on line
- Transizione emotiva: da frustrazione a entusiasmo
- Palestra oratoria on line, video, registrata



Il contesto di comunicazione ibrido: immaginare il futuro

- Management: come agiscono le competenze dell'intelligenza emotiva nella comunicazione ibrida
- Gestione delle emozioni in presenza e on line. Quali differenze, quali strategie per gestirle al meglio
- Investire in empatia, esperienze e storytelling
- Valorizzare i risultati e immaginare il futuro
- L'obiettivo nobile nella comunicazione efficace
- Piano di azione: utilizzare i risultati ottenuti per continuare da soli nelle proprie realtà professionali