

CAPPELLO

	ATTIVITÀ LAVORATIVA IN CUI PUÒ ESSERE INDOSSATO	VANTAGGIO CHE DERIVA DALL'INDOSSARE IL CAPPELLO
BIANCO	Qualora i clienti richiedano l'estratto conto stampare la copia conforme Conoscere la normativa e applicarla diligentemente	Evitare contestazioni/opposizioni da parte dei clienti Evitare eventuali sanzioni disciplinari e non lasciare spazio alla creazione di "precedenti" a nessuna cattiva abitudine dei clienti
	Creare lista di clienti con saldo basso. Contattarli per proporre fido o carta di credito.	Chiarire lo scopo e determinare la logica possibilità di metterlo in pratica
	Ad esempio nelle pratiche di successione, mutui e pubblicità. In tutte quelle attività complesse o fortemente legate al rispetto di norme e regole.	Sicurezza e legalità. Rispetto dei diritti di tutti.
	Apprendimento di una nuova procedura o normativa	Svolgere il lavoro in modo preciso e senza errori
	Valutare le dichiarazioni dei redditi per un eventuale erogazione di prestito o mutuo.	Interpretare i dati economici forniti per verificare la fattibilità della concessione di un mutuo/prestito in modo distaccato, sulla base dei fatti dichiarati e accertati.
	Consegnare un bancomat nuovo al cliente a seguito della scadenza della sua vecchia carta.	Non fare domande precise al cliente, quindi evitare di dover risolvere altri problemi e di perdere tempo.
	Durante la richiesta di un mutuo o di un prestito. Durante l'attività di consulenza al cliente su scelte di investimento. Durante la richiesta di un servizio (ex conto corrente)	Essere chiari, precisi e dare tutte le informazioni necessarie per evitare equivoci o situazioni spiacevoli. Inoltre analizzare in maniera accurata la documentazione (ex reddituale) o la propensione al rischio del cliente permette a noi di lavorare sereni e di conseguenza evita eventuali perdite alla banca.
	Analisi andamento del budget di filiale	Il vantaggio è il distacco. Fare domande mirate o dare spiegazioni senza interpretazioni personali
	Lamentatele Clienti	rispondere lasciando da parte le emozioni e offrendo solo risposte specifiche e precise
	Operazioni di cassa (prelievi, versamenti) e richiesta lista movimenti	Si devono dare risposte specifiche e precise che non necessitano di pareri personali e interpretazioni. Si basano su dati certi che i clienti non possono contestare.
	Utilizzare le campagne commerciali per la vendita dei prodotti della banca analizzando il cliente mezzo per il raggiungimento di un obiettivo	La campagna commerciale e' il mezzo che la banca vuole che si usi nell'attività di tutti i giorni programmare gli incontri studiare i portafogli
	In tutte le fasi iniziali di indagine conoscitiva della clientela, in particolar modo nella concessione del credito (info preliminari su clienti per Prestito o Mutuo).	Essere precisi e diretti attraverso domande specifiche al cliente al fine di raccogliere tutte le informazioni necessarie alla successiva fase di valutazione.
	Il cappello bianco può essere indossato nell'ambito della nostra attività in cui deve prevalere la razionalità, quindi ed es. quando numeri alla mano dobbiamo convincere un cliente a sottoscrivere un determinato prodotto finanziario	

Situazioni nelle quali non è previsto margine di valutazione, ci si basa su dati oggettivi. Un esempio potrebbero essere la richiesta di saldi oppure i versamenti, i prelievi o le richieste domiciliazioni.	Il nostro compito è semplicemente quello di riportare dati. L'operatività e i dati trasmessi non sono opinabili, non contestabili né da colleghi né dai clienti
Presentare un report con i risultati raggiunti	Essere imparziali e sinceri
Quando si analizza il portafoglio di un cliente	Un'analisi obiettiva e oggettiva così da poter fornire la migliore consulenza
Primo incontro con i clienti	Imparzialità, analisi dei dati senza pregiudizi
Durante la richiesta di un mutuo o di un prestito. Durante l'attività di consulenza al cliente su scelte di investimento. Durante la richiesta di un servizio (ex conto corrente)	Essere chiari, precisi e dare tutte le informazioni necessarie per evitare equivoci o situazioni spiacevoli. Inoltre analizzare in maniera accurata la documentazione (ex. reddituale) o la propensione al rischio del cliente permette a noi di lavorare sereni e di conseguenza evita eventuali perdite alla banca.
Ordinare il denaro	Confrontando i dati (giacenza in filiale, livello atm, prenotazioni clientela, possibili versamenti) ho il vantaggio di avere in cassa la giusta disponibilità di denaro.
Analisi del portafoglio clienti durante l'attività di consulenza proporre soluzioni d'investimento	Analizzare in termini sia quantitativi, che qualitativi, il portafoglio del cliente, in modo da dare indicazioni sui possibili investimenti in modo coerente con le loro esigenze.
Inserimento dati per un potenziale prestito	Richiesta di informazioni specifiche. No interpretazioni personali
Alcune operazioni di cassa quali prelievi e versamenti che vengono svolte sempre allo stesso modo e dove il soggetto che le esegue non deve dare proprie opinioni né interpretazioni	Sicurezza e tranquillità data dal fatto che si conosce a memoria la procedura e non si deve "uscire dagli schemi"
Operatività di cassa: Cambio assegni Pagamento cambiali...	Ci sono regole chiare che si devono far rispettare come i termini entro cui deve essere pagata una cambiale oltre i quali la si manda al notaio; l'importo massimo per il cambio assegni ai non clienti...
Osservare liste clienti con afi su c/c e profilature mifid	Occorre in questo caso riportare semplicemente i dati estrapolati, senza esprimere giudizi. Inoltre bisogna essere obiettivi, ma soprattutto svolgere in modo puntuale il lavoro per cercare di capire gli investimenti coerenti con la profilatura e con le esigenze del cliente
Esce un nuovo prodotto e non lo conosco.	Nessun problema! Circolari, guide operative e fogli informativi ci aiutano nel nostro apprendimento.
Operatività quotidiana prevista dalla normativa	Oggettività – univocità-semplificazione
Durante la spiegazione di un prodotto	Risultare professionali
Nel momento in cui si ascoltano le esigenze del cliente per poter fare un piano di investimenti futuri	Essere obiettivi e mirati esclusivamente alla pura esigenza del cliente.

CAPPELLO

ATTIVITÀ LAVORATIVA IN CUI PUÒ ESSERE INDOSSATO	VANTAGGIO CHE DERIVA DALL'INDOSSARE IL CAPPELLO
---	---

ROSSO	Esporre una propria idea al direttore	Trasmettere il proprio entusiasmo e sottolineare anche il vantaggio che si avrebbe nel far leva su aspetti emotivi per la proposta commerciale ai clienti
	Aiutare con il piccolo credito dei clienti che potrebbero trovarsi in piccole difficoltà economiche in un momento di particolare crisi.	Trovare le motivazioni per essere efficaci e proattivi durante l'esecuzione del progetto.
	Preparazione dell'incontro e gestione del dialogo durante un appuntamento con un cliente. Attenzione personalizzata.	Umanizzazione della banca: fornire assistenza professionale in momenti importanti della vita del cliente (acquisto casa, ...). Fidelizzazione e fiducia.
	Rapporto con i clienti ed i colleghi	Ti senti realizzato ed apprezzato perché entri in contatto con le persone e metti passione in quello che fai
	Arrivo un nuovo collega in filiale.	Interpretare tramite le proprie emozioni ed esperienze passate, la simpatia, la cordialità, la complicità senza una reale motivazione, ma sulla base della sensazione visibile.
	Intuire e proporre ai colleghi i punti di leva di un prodotto commerciale nuovo durante un'assemblea.	Comprensione immediata del prodotto e quindi maggiore capacità di vendita.
	Riconoscere i bisogni effettivi del cliente trovando soluzioni adatte e vantaggiose per loro.	Trasmettere al cliente la nostra volontà a curare i suoi interessi permette di fidelizzarlo e ad instaurare un rapporto di fiducia. Avere un rapporto ottimo con la clientela permette a noi di avere delle grandissime soddisfazioni a livello personale.
	Rapporto con i colleghi	Il vantaggio è potersi scambiare liberamente delle opinioni ed impressioni senza per forza giustificarsi
	Partecipazione attiva ad un briefing tra colleghi	Interagire con altri esponendo le proprie idee con convinzione e manifestando il proprio entusiasmo.
	La vendita dei prodotti può arrivare anche da altri canali incontri non programmati conoscenza personale dei clienti delle loro esigenze dei loro bisogni	Raggiungimento dell'obiettivo grazie al rapporto personale che si ha del cliente e del rapporto di empatia che si riesce a stabilire
	Riunioni di filiale.	Poter esprimere liberamente le proprie idee senza doversi giustificare, condividere le opinioni e le impressioni.
	Quello rosso per lasciarci coinvolgere emotivamente nelle sfere emotive del cliente	Il vantaggio deriva dal fatto che entriamo sulla stessa lunghezza d'onda del cliente, in quanto ci mettiamo nei suoi panni e cerchiamo di capire i suoi stati d'animo rafforzando così il rapporto gestore –cliente e tutto ciò finalizzato ad una fidelizzazione del cliente
Cliente arriva da noi con una determinata intenzione, ma noi capiamo che non riuscirebbe a soddisfare a pieno una sua esigenza, dunque proponiamo con entusiasmo un'alternativa valida	La consapevolezza che con la nostra intuizione siamo riusciti a fare l'interesse del cliente. Quando questi se ne accorge si fida di noi e tornerà per avere un nostro consiglio	

al suo orientamento	
Rapporto con i colleghi, per far capire ciò che realmente si prova nel luogo di lavoro	Liberarsi delle cose pensate e non dette
Mai	
Situazioni in cui serve un pizzico di intuizione per prendere una decisione, quando una parte dentro di noi ci dice che quella “è la soluzione giusta”	Metterci tutta me stessa nel proporre una soluzione
Riconoscere i bisogni effettivi del cliente trovando soluzioni adatte e vantaggiose per loro.	Trasmettere al cliente la nostra volontà a curare i suoi interessi permette di fidelizzarlo e ad instaurare un rapporto di fiducia. Avere un rapporto ottimo con la clientela permette a noi di avere delle grandissime soddisfazioni a livello personale.
Esame richieste della clientela	Entrare in sintonia con il cliente, ascoltando ed intuendo i suoi bisogni: spesso l’approccio empatico ed intuitivo è il più valido
Rapporto con i colleghi	Trascorrere otto ore al giorno con i colleghi, permette di conoscerli sempre meglio, entrando in una sorta di empatia, che permette d’instaurare rapporti che vanno al di là di quelli lavorativi.
Possibilità di far felice il cliente nella realizzazione dei propri desideri	Interagire con il cliente cercando di capire il modo migliore per soddisfare le esigenze del cliente
Colloquio con il cliente Arrivo di un nuovo collega magari apprendista come te	Possibilità di capire il cliente e di essere soddisfatti di sé se lo è anche il cliente e la prossima volta chiede ancora di parlare con noi. Condividere le stesse sensazioni date dal ricordo di quando anche noi eravamo “nuovi in filiale” e capire le emozioni del collega nel rapportarsi con i colleghi con più anzianità di servizio o con capi particolari.
Rapporto con i colleghi e superiori	Permette di creare relazioni in cui si scambiano idee, impressioni, si condividono emozioni, un atteggiamento di questo tipo aiuta a creare un senso di appartenenza ad un gruppo, rapporti sinceri che invogliano la collaborazione.
Arrivo di un ipotetico nuovo cliente in filiale	Indossando tale cappello si dà spazio all’emotività. Si può percepire se e’ un buon cliente, facendogli domande ed esprimendo le varie impressioni, sulla base delle sensazioni che si provano; si può così creare feeling e scambi di idee in un rapporto unico con il cliente.
Diversità di opinioni con i colleghi.	Esporre con decisione le proprie idee, ma essere pronti ed aperti a prendere in considerazione anche ciò che pensano e vedono gli altri.
Rapporti interpersonali con i colleghi	Maggiore empatia e partecipazione – ambiente di lavoro più collaborativo
Durante l’analisi di un cliente	Intuito nella valutazione corretta
Carica ed entusiasmo in nuovo progetto che si comincia a cui crediamo molto	Passione è l’energia che alimenta la buona riuscita di un progetto.

CAPPELLO

ATTIVITÀ LAVORATIVA IN CUI PUÒ ESSERE INDOSSATO	VANTAGGIO CHE DERIVA DALL'INDOSSARE IL CAPPELLO
NERO	Durante la fase di creazione di strategia/ piano d'azione per il raggiungimento del budget
Lista di clienti con molti nominativi. Poco tempo per lavorarli tutti.	Individuare preventivamente azioni commerciali inefficaci e risparmiare risorse
Analisi dei nuovi progetti.	Cercare eventuali errori e situazioni critiche che potrebbero inficiare il risultato del progetto.
Quando i clienti presentano un problema	Prevenzione di errori, valutazione globale.
Chiusura del conto corrente d'ufficio con piccolo saldo negativo.	Serve a veder il risvolto della medaglia ed a non tralasciare qualche elemento
Giudicare un prodotto negativamente ed essere pessimisti sul raggiungimento del budget.	A seguito di una scopertura di conto vagliare la possibilità di una chiusura di conto corrente al fine di non danneggiare il cliente portando la sua posizione a sofferenza.
Durante i briefing in filiale con i colleghi e con il direttore	Il vantaggio del pessimista è quello che tutte le sorprese risultano piacevoli.
In piccole dosi in ogni attività	Critica costruttiva, sottolineare i punti di debolezza nell'operato della filiale e trovare insieme le soluzioni. Affrontare apertamente e schiettamente i problemi con i colleghi per evitare il ripetersi di eventi negativi.
Quando dall'alto vengono dati degli spunti commerciali che non sempre condividiamo	Necessario per non farsi sfuggire nulla. Non deve essere un bastone tra le ruote ma uno spunto in più per ragionare.
Colloquio/confronto con il direttore in merito a situazioni "critiche" col cliente	Vagliando in maniera critica tutti i dati si potrebbe superare la diffidenza istintiva
La campagna commerciale e' il metodo che la banca vuole che si utilizzi, ma spesso i nominativi non sono coerenti a quanto dobbiamo vendere.	Confrontarsi in modo da evidenziare gli aspetti critici di una situazione, le conseguenze di una scelta e stabilire se sono necessari determinati provvedimenti, etc.
Nell'attività di "retention" della clientela. In particolar modo quando un cliente vuole spostare i rapporti presso un altro istituto.	Il mancato utilizzo delle campagne commerciali e' penalizzante per la valutazione del lavoro svolto da tutti gli operatori quindi utilizzare un metodo che può non portare risultati e' quello che dobbiamo fare per seguire le direttive dateci.
Il cappello nero si può indossare quando ci troviamo di fronte ad una situazione che implica riflessione, quindi necessita che ci si ferma un attimo a ponderare l eventuale scelta.	Poter esprimere gli aspetti negativi e dare giudizi critici. Trasmettere al cliente il proprio pessimismo.
Rate di mutui o di finanziamenti che i clienti non riescono a coprire; è sempre difficile chiamare il cliente quando si conosce la sua	Vantaggio dimostrare carattere e professionalità nelle scelte più difficili
	Difficile trovare un vantaggio...

situazione di difficoltà ed impostare un eventuale rientro	
Il forzato raggiungimento degli obiettivi commerciali	Fare una attenta riflessione su tutto ciò che ci circonda
Il primo giorno del mese e il settimo con pensioni e sussidi di non correntisti	Smaltire la coda e evitare perdite di tempo inutili
Quando ci sono delle situazioni difficili da risolvere e la situazione sembra introvabile.	Serve per verificare con molta attenzione tutti i vari aspetti e non prendere decisioni affrettate.
Durante i briefing in filiale con i colleghi e con il direttore	Critica costruttiva, sottolineare i punti di debolezza nell'operato della filiale e trovare insieme le soluzioni. Affrontare apertamente e schiettamente i problemi con i colleghi per evitare il ripetersi di eventi negativi.
Investimenti	Tenere in considerazione la peggiore delle possibilità aiuta a proporre soluzioni di investimento adeguate all'esigenza della clientela e conformi alle aspettative del cliente
Delibera negativa di un prestito	Ricerca di soluzioni volte al superamento dell'ostacolo che non ha permesso di concludere positivamente l'operazione.
Nella fase di verifica della bontà dei dati si può verificare la non conformità degli stessi con i parametri definiti dalla banca	Analizzare gli aspetti critici, l'inserimento dei dati supportato dall'idonea documentazione
Cambiamento di una procedura o un iter seguito da anni all'interno della filiale per svolgere un determinato compito che potrebbe essere il modo di archiviare i documenti	Non cambiare nulla e svolgere sempre le stesse attività, tale atteggiamento è messo in atto prevalentemente da colleghi più anziani che si sono adagiati alla loro situazione e all'attività che svolgono quotidianamente e rifiutano i cambiamenti. "Meglio non imparare e criticare le novità piuttosto che sconvolgere le loro routine."
Valutazione di un piano/una strategia: Come raggiungere il budget Come aumentare il numero di clienti....	Dopo aver individuato una linea da seguire aiuta assumere un atteggiamento più critico, farsi un quadro più pessimistico per mettere in luce eventuali criticità del piano ideato e poi indossare il cappello verde per risolverle.
Confronto con un superiore in merito ad impegni finanziari (rate prestiti, mutui) che i clienti non riescono a portare avanti con puntualità	Confrontarsi in modo da evidenziare aspetti rilevanti, ma soprattutto critici, ad esempio su una situazione di sconfinco, rate morose, perdita di lavoro del cliente..... Stabilire eventuali azioni da intraprendere al fine di recuperare la posizione.
Fallimento di una proposta commerciale con un cliente.	Riesamino l'incontro, cerco di capire dove ho sbagliato e dove sono stato carente e se ho dimenticato qualche punto importante. Devo saper essere anche autocritico.
Analisi di situazioni problematiche	Andare a fondo dei problemi-cercare le criticità così da evitare analisi superficiali
Indico i lati peggiori del prodotto o meglio di non averlo	Nonostante i lati negativi il prodotto è competitivo
Quando in un progetto le cose non vanno avanti e bisogna studiare qual è il punto debole per poterlo migliorare	Miglioramento, possono solo nascere cose positive

CAPPELLO	ATTIVITÀ LAVORATIVA IN CUI PUÒ ESSERE INDOSSATO	VANTAGGIO CHE DERIVA DALL'INDOSSARE IL CAPPELLO
GIALLO	Lancio di un nuovo progetto	Possibilità di offrire ai clienti prodotto nuovo e rispondere ad esigenze diverse. Aumentare il bacino di clientela Ridurre l'aspetto routinario del lavoro
	Offrire ai clienti un servizio di cui potrebbero non essere a conoscenza e che potrebbe essere molto utile nella loro gestione quotidiana del denaro.	Chiarire i vantaggi che si possono trarre sia come filiale che come cliente. Mettersi a disposizione delle esigenze del cliente.
	Cambiamento organizzativo.	Razionalizzazione positiva. Tensione al miglioramento.
	Quando ci viene affidata una nuova mansione	Ci si predispone meglio senza agitazione e si è più lucidi e concreti
	Superflash gratuita per i giovani da 18 ai 26 anni.	Divulgazione nelle scuole del prodotto, conquistare clienti giovani possibili e futuri professionisti, proporre loro l'utilizzo della carta per pagamenti all'estero o acquisti su internet.
	Cordialità e solarità con i clienti che entrano in filiale, ed essere sempre positivi nella risoluzione di un problema che si è creato. Suggerire una soluzione alternativa.	Offrire ai clienti un ambiente piacevole dove è gradita la presenza dei clienti, ma soprattutto essere positivi e trovare alternative porta quasi sempre alla risoluzione dei problemi
	Tutti i giorni nei rapporti con la clientela e soprattutto con il target più giovane.	Lavorare con il sorriso significa che si è contenti di ciò che si fa. Essere solari e ottimisti significa trasmettere fiducia e permette di dimostrare ai clienti che ci può essere una soluzione ai loro problemi. Inoltre l'approccio positivo è fondamentale per coinvolgere i giovani che troppo spesso sentono la banca distante dalle loro esigenze.
	Colloquio con il cliente (gestione dell'appuntamento)	Dare al cliente una visione diversa attraverso suggerimenti concreti e precisi
	Tutte le volte in cui in filiale, tutti insieme, si discute di un'idea	Entusiasmo, ottimismo
	Proposta di investimento al cliente	Esporre al cliente i vantaggi dell'eventuale investimento, evidenziandone la prospettiva di efficienza nel futuro, dando suggerimenti per far sì che il progetto del cliente vada a soddisfare le sue esigenze.
	La campagna è sempre uno strumento che permette di conoscere tutti i clienti dal portafoglio e non fermarsi solamente a quanti clienti già si conoscono del proprio portafoglio.	Dalla campagna si può creare una nuova rete di clienti dei quali conoscere i bisogni da riuscire a soddisfare anche in un secondo momento
	Nella presentazione di un prodotto al cliente. Proposta commerciale.	Trasmettere sicurezza, ottimismo e positività. Dare al cliente suggerimenti concreti e precisi al fine di cogliere delle opportunità.
	Il cappello giallo da usare nel primo impatto con il cliente. La prima impressione è importante perché può inficiare	Stiamo bene noi e il cliente con la nostra solarità e positività

sulle successive interazioni cliente – gestore.	
Stare in filiale con equilibrio e serenità mentale che permetta di trasmettere positività a chi si confronta con noi, dai colleghi ai clienti ovviamente.	Si riesce a far leva su quanto di positivo si può fare quotidianamente nel nostro lavoro
Le riunioni di filiale in cui emergono buoni spunti	Allegria e efficienza
Durante il colloquio con un cliente	Appuntamento più interessante e dinamico
Nei rapporti di lavoro, per rendere solare e piacevole l'ambiente di lavoro.	Guardare in modo positivo anche le situazioni più difficili.
Tutti i giorni nei rapporti con la clientela e soprattutto con il target più giovane.	Lavorare con il sorriso significa che si è contenti di ciò che si fa. Essere solari e ottimisti significa trasmettere fiducia e permette di dimostrare ai clienti che ci può essere una soluzione ai loro problemi. Inoltre l'approccio positivo è fondamentale per coinvolgere i giovani che troppo spesso sentono la banca distante dalle loro esigenze.
Contatto commerciale con il cliente	L'ottimismo e la positività, mostrandosi competenti e sicuri delle proprie capacità, con cui ci si propone aiuta senz'altro ad instaurare un rapporto proficuo con il cliente: il suo guadagno è il guadagno della banca
Presentazione all'incasso di una vincita	Opportunità di aprire un nuovo rapporto e collocare prodotti d'investimento
Nuova proposta al cliente, magari richiesta di un garante o importo inferiore	Esporre al cliente i vantaggi di una eventuale modifica della richiesta originaria
Affiancamento a collega più esperto	Predisposizione ad imparare e confrontarsi per crescere
Realizzazione di un piano/una strategia: Come raggiungere il budget Come aumentare il numero di clienti Che strumenti utilizzare per contattarli	Aiuta a decidere una strategia perché permette di capire che vantaggi può portare, che tipo di risultati, quanto può essere efficace.
Proporre al cliente un nuovo prodotto di investimento	Con ottimismo e grinta, occorre illustrare al cliente i vantaggi che derivano dalla scelta di quell'investimento, evidenziando opportunità che il cliente può cogliere, in un'ottica di accrescimento di redditività.
Ho tante campagne da lavorare.	Più clienti ho da contattare più possibilità avrò di fissare un incontro e raggiungere il mio obiettivo.
Suggerire al cliente nuovi prodotti	Motiva – svincola da atteggiamenti abitudinari
In fase di vendita	È utile nella proposizione dei prodotti
Quando si studiano i punti forza in modo che questi possano essere riproposti in altre occasioni	Utile per altri progetti

CAPPELLO

ATTIVITÀ LAVORATIVA IN CUI PUÒ ESSERE INDOSSATO	VANTAGGIO CHE DERIVA DALL'INDOSSARE IL CAPPELLO
---	---

<p>VERDE</p>	<p>Cambiare modalità di contatto dei clienti: non solo telefonate</p>	<p>Distinguersi da tutti coloro che praticano l'attività commerciale con lo stile "call center" Mantenere l'immagine "rispettabile" della banca Aver cura del cliente a "non disturbarlo"</p>
	<p>Contattare dei clienti che solitamente vengono poco in banca e che usufruiscono di pochi servizi.</p>	<p>Cercare soluzioni innovative per risolvere dei problemi o per trovare nuovi business. Farsi conoscere dai clienti.</p>
	<p>Tutte le attività di marketing.</p>	<p>Soddisfare nuovi bisogni con nuove modalità.</p>
	<p>Riunione</p>	<p>Si possono trovare nuove idee e spunti per raggiungere gli obiettivi in modo creativo</p>
	<p>Cambio ruolo e filiale.</p>	<p>Essere propositivi e creativi nel ruolo. Affrontare con umorismo le prime difficoltà e proporre la tua esperienza per risolvere problemi della filiale, valutando con distacco l'origine della causa.. Introdurre nuovi idee come alternative a ciò che e' consolidato in modo da raggiungere gli obiettivi in modo efficace.</p>
	<p>Progettare una tecnica nuova per rendere interessante un nuovo prodotto: invio a casa del cliente di volantini commerciali, esposizione nel proprio ufficio di cartelloni pubblicitari, e utilizzo di simulatori per proporre un nuovo prodotto.</p>	<p>Maggior attenzione alle esigenze del cliente con maggiori contatti.</p>
	<p>Nei rapporti quotidiani con i colleghi .</p>	<p>Sentirsi parte di una squadra (filiale) nata per raggiungere un dato obiettivo è stimolante e permette di essere propositivi. Introdurre nuovi idee, rispettare le diversità altrui significa non aver paura dei cambiamenti. Inoltre con i colleghi occorre avere un gran senso dell'umorismo poiché siamo tutti molto diversi.</p>
	<p>Preparazione dell'appuntamento con il cliente</p>	<p>Pensare alle alternative da proporre a ciò che ha già in portafoglio. Cambiamento e nuove idee</p>
	<p>Lavorazione campagna Cliente ostico</p>	<p>Elaborare nuovi approcci per trovare un (nuovo) punto di contatto</p>
	<p>Proposizione di nuovi prodotti di investimento a clienti abituati a non investire e diffidenti nei confronti della banca</p>	<p>Offrire al cliente nuovi punti di vista che lo spronino ad impiegare in modo diverso il proprio denaro, offrendo nuovi approcci a nuove alternative e, contemporaneamente, ampliare il bacino di investitori della banca.</p>
	<p>La ricerca di idee per venire incontro alle esigenze del cliente, cercare di superare gli ostacoli e i problemi.</p>	<p>Sentirsi utili al proprio lavoro e al cliente, raggiungimento degli obiettivi dati.</p>
	<p>Nei rapporti quotidiani con i colleghi.</p>	<p>Condividere con i colleghi nuovi approcci ai problemi, nuovi spunti, idee e concetti. Aiutare i colleghi in difficoltà attraverso soluzioni efficaci. Una buona dose di umorismo non gusta mai per allietare la giornata lavorativa...</p>
	<p>Il cappello verde da indossare principalmente nei lavori di gruppo .. Per far emergere la propria personalità con</p>	<p>Nei lavori di gruppo lasciare la mente libera di pensare a cosa possiamo fare di innovativo e migliorativo per il gruppo.</p>

l'apporto di nuove idee e consigli.	
Proposta commerciale	Si valuta la prospettiva del cliente, la sua propensione al rischio, la sua possibilità all'investimento e lo si guida evidenziando possibili rendimenti, vantaggi dell'operazione finanziaria o almeno i minori rischi cui incorre
Convincere un cliente difficile ad ascoltare le tue proposte	Pensare a diverse strade per raggiungere il risultato
Quando si parla con colleghi preparati e con più esperienza	Migliore preparazione e esperienza
Quando servono nuove idee, tutte le volte in cui è necessaria una soluzione nuova ed innovativa nei lavori in team	Dare apporti utili
Nei rapporti quotidiani con i colleghi .	Sentirsi parte di una squadra (filiale) nata per raggiungere un dato obiettivo è stimolante e permette di essere propositivi. Introdurre nuove idee, rispettare le diversità altrui significa non aver paura dei cambiamenti. Inoltre con i colleghi occorre avere un gran senso dell'umorismo poiché siamo tutti molto diversi.
Tutti i Processi lavorativi già utilizzati in filiale	Per ogni processo lavorativo utilizzato in filiale, ci sono senz'altro notevoli possibilità di miglioramento: chiedersi perché si fa qualcosa e perché la si fa così è un ottimo motivo per valutare pro e contro di ogni processo e per proporre soluzioni migliorative
Briefing con i colleghi	Possibilità di confronto di vari punti di vista al fine di superare le criticità della filiale e trovare nuove strategie per raggiungere gli obiettivi assegnati.
Cercare di superare gli ostacoli e aiutare il cliente dove è possibile	Offrire un diverso punto di vista della propria posizione
Trovare modo alternativo per contattare i clienti proposti mensilmente	Nuove idee, cambiamento e ricerca di alternative
Proposta commerciale	Aiuta a trovare nuovi modi di proporsi al cliente, metodi innovativi per instaurare un contatto, magari superando la modalità call center.
Briefing con i colleghi	Dal dialogo con i colleghi e con i superiori sulle metodologie seguite possono emergere criticità, ed è proprio da tale approccio che sorgono nuove idee e diverse alternative. Dal confronto può nascere una nuova strategia d'azione che, con spirito positivo, si può praticare, al fine di offrire ai clienti nuovi modi di fare consulenza.
Sorge un problema durante la riunione di filiale	Esporre le proprie opinioni, le alternative e nuove idee per cercare di risolverlo.
Cliente insoddisfatto della banca	Fornisce valore aggiunto al proprio lavoro
Durante le riunioni con il brainstorming	Serve per tirare nuove idee e far uscire le cause dei problemi
Quando bisogna creare una nuova lista di contatti per aumentare il budget della filiale	Si migliora sempre, spingiamo sempre più in là le nostre barriere e i nostri limiti.

CAPPELLO

ATTIVITÀ LAVORATIVA IN CUI PUÒ ESSERE INDOSSATO	VANTAGGIO CHE DERIVA DALL'INDOSSARE IL CAPPELLO
BLU	Colloquio con il cliente per la definizione dei bisogni
I problemi sollevati non sono insuperabili perchè si posso dividere i nominativi tra più colleghi e si può fare una scrematura preventiva. Contattare clienti poco conosciuti permette uno sviluppo	Offrire al cliente il servizio/prodotto su misura a fronte di una conoscenza più approfondita e una scelta volta a rispondere alle esigenze della persona Cercare di creare un quadro complessivo del progetto e planning da mettere in atto praticamente. Capire se le problematiche sollevate sono risolvibili.
Riunioni di filiale in cui si definiscono gli obiettivi e si pianifica l'attività di tutti.	Una corretta organizzazione del lavoro porta più facilmente al raggiungimento degli obiettivi con efficienza e soddisfazione di tutti.
Rapporto con i superiori	Ti vedono partecipe ed organizzato e capace di centrare l'obiettivo
Pianificazione ferie da parte del direttore.	Dare le istruzioni su quante settimane di ferie spettano ad ognuno nel periodo estivo al fine di garantire l'efficienza e la presenza di tutte le figure professionali. In caso di accavallamento di ferie valutare facendo domande appropriate e scegliere chi deve andare in ferie.
Scelte prese dal direttore per organizzare il lavoro in filiale. Divisione dei compiti in base alle capacità dei colleghi.	Suddividere i compiti e credere nelle capacità dei colleghi.
Riunioni con i superiori. Rapporti con la clientela più esigente e meno educata. Nei rapporti con i concorrenti.	Con i superiori essere precisi fare domande appropriate ed evitare di parlare a vanvera. Con la clientela "difficile" e con la concorrenza molto autocontrollo, riflettere prima di parlare e poca istintività per evitare di cadere in provocazioni
Pianificazione del proprio lavoro	Organizzare le idee, analizzare le varie problematiche, definizione dell'obbiettivo, pensare alla strada da percorrere. Vedere il quadro completo
Quando uno specialista di prodotto presenta ciò che dovremmo collocare	Avere un quadro molto preciso di ciò che dovrei fare e quindi muovermi con maggior sicurezza
Colloquio col cliente	Pianificazione preventiva dell'appuntamento, riordino delle idee da esporre al cliente, fare domande mirate in modo da individuare i suoi "bisogni".
Utilizzazione di un metodo di lavoro che permetta di raccogliere informazioni ed utilizzarle per le attività quotidiane	Le campagne permettono di monitorare e tener sottocontrollo il portafoglio clienti
Fase conclusiva di una proposta commerciale, vendita del prodotto.	Essere diretti mantenendo il controllo ed il rispetto delle regole (ad es. firme/documenti da sottoscrivere/consegnare). Definire con il cliente gli obbiettivi prefissati e concludere l'incontro.

Il cappello blu lo indosserei per pianificare al meglio il lavoro ottimizzando il tempo arrivando così ad ottenerne una migliore qualità.	pianificare e organizzare le miriade di campagne che dobbiamo lavorare e la miriade di cose che dobbiamo fare giorno per giorno.
Scelta del direttore per organizzare il lavoro in filiale a seconda delle capacità, delle ambizioni e dei ruoli delle risorse in filiale	Ottenere il miglior risultato prospettabile dalle risorse con vantaggio per la filiale
Presentazione dell'obiettivo da raggiungere da parte dei superiori	Sapere ciò che c'è da fare
Quando si leggono i cambiamenti e le nuove procedure	Si diminuisce la possibilità di errore
Prendere decisioni importanti dopo varie analisi	Essere razionali e freddi, non farsi coinvolgere ma restare distaccati.
Riunioni con i superiori. Rapporti con la clientela più esigente e meno educata. Nei rapporti con i concorrenti.	Con i superiori essere precisi fare domande appropriate ed evitare di parlare a vanvera. Con la clientela "difficile" e con la concorrenza molto autocontrollo, riflettere prima di parlare e poca istintività per evitare di cadere in provocazioni
Esame del budget assegnato alla filiale	La realizzazione di obiettivi sfidanti impone la realizzazione di un percorso organizzativo concreto e razionale, in modo da individuare le criticità, realizzare cambiamenti nell'approccio dei problemi, tentare di risolvere le negatività e esaminare i risultati raggiunti
Riunione con il direttore	Possibilità di confrontare la propria attività lavorativa con qualcuno che ha grande esperienza, in modo da superare i propri punti deboli e valorizzare i punti di forza.
Raccolta delle informazioni in modo corretto e preciso	Pianificare in modo preciso e puntuale le idee e le alternative da esporre al cliente, arrivando preparati all'incontro finale
Colloquio con i clienti Affiancamento a collega meno esperto	Capire quali sono i bisogni e le necessità dei clienti per far in modo di far incontrare i bisogni di quest'ultimo con gli obiettivi imposti dall'azienda. Condivisione delle conoscenze
Rapporto con il cliente	Aiuta a capire i loro bisogni per proporgli il prodotto che più gli può interessare.
Organizzazione del lavoro e gestione del tempo: campagne da lavorare, incontri programmati e non, con la clientela.	Pianificare e organizzare il lavoro sia durante la giornata, che nella settimana, serve a svolgere al meglio il proprio lavoro, ottimizzando il tempo a disposizione. È importante alla base di tutto porsi degli obiettivi, così da utilizzare un metodo di lavoro efficiente e d efficace.
Un cliente "sospetto" vuole fare una carta prepagata.	Rimango tranquillo, riordino le idee, rivolgo le domande giuste, seguo le regole e faccio le interrogazioni del caso.
Organizzare una riunione	Chiarezza-efficienza
Durante la programmazione della giornata o durante l'esecuzione di un'operazione	Serve per far ordine nelle procedure da eseguire
Quando si tirano le somme e si fa il punto della situazione	Monitorare a che punto si è, e che cosa è stato fatto fino a quel momento.

