

# Direttiva all'esame federale finale

Vendita e supporto



Autore Sede AFA  
Versione 1.1  
Data 11.5.2015

# Sommario

---

<b>1.</b>	<b>Obiettivi specifici</b>	<b>3</b>
1.1.	Modello di Gestione Management di San Gallo / Tendenze	3
1.2.	Vendita	3
1.3.	Processi / Processi di cambiamento / Industrializzazione	3
1.4.	Politica del rischio / Gestione del rischio / Politica di sottoscrizione / Prevenzione	4
1.5.	Retribuzione	4
1.6.	Ricerca di mercato / Trattamento del mercato / Gestione del portafoglio	4
1.7.	Gestione del colloquio	4

---

<b>2.</b>	<b>Materia d'esame</b>	<b>5</b>
-----------	------------------------	----------

---

<b>3.</b>	<b>Svolgimento dell'esame</b>	<b>7</b>
-----------	-------------------------------	----------

---

<b>4.</b>	<b>Durata dell'esame</b>	<b>7</b>
-----------	--------------------------	----------

---

<b>5.</b>	<b>Mezzi ausiliari</b>	<b>7</b>
-----------	------------------------	----------

---

<b>6.</b>	<b>Conoscenze preliminari</b>	<b>8</b>
-----------	-------------------------------	----------

# 1 Obiettivi specifici

## 1.1 Modello di Gestione Management di San Gallo / Tendenze

- Il candidato / La candidata conosce i contenuti di una strategia aziendale. È consapevole delle differenze che sussistono tra una procedura normativa, strategica e operativa.
- Il candidato / La candidata è in grado di descrivere con parole proprie la strategia aziendale della sua impresa.
- Il candidato / La candidata conosce gli obiettivi di una strategia aziendale.
- Il candidato / La candidata conosce le tendenze e le sfide attuali nell'economia assicurativa sulla base di studi recenti.
- Il candidato / La candidata conosce le attuali condizioni quadro legali, le normative e le autorità di vigilanza che influenzano e caratterizzano l'attività assicurativa.

## 1.2 Vendita

- Il candidato / La candidata sa tradurre gli obiettivi aziendali in obiettivi di vendita (top down) ovvero coordinarli (bottom up).
- Il candidato / La candidata sa formulare obiettivi di vendita per i vari canali e ne conosce le diverse possibilità di interazione.
- Il candidato / La candidata sa in che modo armonizzare le possibilità dei vari canali di distribuzione con le aspettative del cliente.
- Il candidato / La candidata è in grado di sviluppare metodi e strumenti che consentono di osservare il mercato in modo sistematico. È capace di riconoscere e valutare i cambiamenti dei processi di vendita sul mercato.
- Il candidato / La candidata è in grado di prevedere le tendenze sul mercato e di confrontarsi con scenari vari.
- Il candidato / La candidata è in grado di adeguare costantemente i processi di vendita al mercato e di verificarne l'economicità. Sa implementare le novità e adattare le strutture di vendita.
- Il candidato / La candidata conosce strategie di prestazione complete (prodotti, servizi e prestazioni di servizio estese) per il portafoglio.
- Il candidato / La candidata sa elaborare, nell'ambito della strategia di prestazione del suo portafoglio e in modo sistematico e tempestivo, soluzioni in linea con le aspettative e prospettive dei clienti.
- Il candidato / La candidata sa spiegare la composizione dei costi di distribuzione e il budget di distribuzione.
- Il candidato / La candidata sa descrivere i compiti del controlling delle vendite.

## 1.3 Processi / Processi di cambiamento / Industrializzazione

- Il candidato / La candidata conosce gli effetti dell'industrializzazione sulla strategia e le tendenze attuali. Sa come tenere conto di risorse, esigenze di mercato e competenze chiave.
- Il candidato / La candidata conosce le forme di rappresentazione del processo e i modelli di assicurazione della qualità. Sa presentare la pianificazione, l'organizzazione e l'ottimizzazione dei processi della propria impresa e illustrare le tendenze attuali.
- Il candidato / La candidata è in grado di implementare e verificare periodicamente i processi conformi al mercato, ai tempi e agli utenti.
- Il candidato / La candidata conosce le differenze tra processi chiave e processi di supporto all'interno della catena di valori.

- Il candidato / La candidata sa spiegare le diverse strategie di sourcing, fare e assegnare esempi.
- Il candidato / La candidata è in grado di prevedere le tendenze del mercato e di confrontarsi con i più diversi scenari per la strutturazione dei processi (in-, out- i cosourcing).
- Il candidato / La candidata è in grado di illustrare lo sviluppo della trasformazione digitale per l'economia assicurativa.

#### **1.4 Politica del rischio / Gestione del rischio / Politica di sottoscrizione / Prevenzione**

- Il candidato / La candidata sa classificare, in linea teorica, la politica del rischio (risk management, politica degli investimenti, politica di sottoscrizione) della propria impresa.
- Il candidato / La candidata è in grado di descrivere con parole proprie la politica di sottoscrizione della sua impresa.
- Il candidato / La candidata sa come vengono sviluppati gli strumenti per il controllo continuo dell'osservanza della politica di sottoscrizione.
- Il candidato / La candidata è a conoscenza della costante misurazione corretta del rendimento di un portafoglio in base alla politica di sottoscrizione.
- Il candidato / La candidata è in grado di descrivere come derivare misure concrete in base all'analisi del rendimento.
- Il candidato / La candidata sa come utilizzare una gestione del rischio attivo per raggiungere gli obiettivi della politica di sottoscrizione.
- Il candidato / La candidata è in grado di attuare misure volte alla minimizzazione del rischio.
- Il candidato / La candidata conosce le possibilità e le misure per la cura attiva del portafoglio e dei clienti.
- Il candidato / La candidata sa analizzare dettagliatamente i rischi e riconoscere le opportunità di vendita.
- Il candidato / La candidata è in grado di derivare correttamente misure per l'intero portafoglio e i singoli clienti.
- Il candidato / La candidata sa sviluppare misure di prevenzione.

#### **1.5 Retribuzione**

- Il candidato / La candidata è in grado di descrivere gli influssi rilevanti delle componenti del sistema di retribuzione.
- Il candidato / La candidata è in grado di controllare la qualità del portafoglio in base ai fattori d'influenza del sistema di retribuzione.

#### **1.6 Ricerca di mercato / Trattamento del mercato / Gestione del portafoglio**

- Il candidato / La candidata sa analizzare attentamente le aspettative dei suoi clienti. Sostiene lo sviluppo e l'implementazione delle soluzioni assicurative e di servizio.
- Il candidato / La candidata è in grado di valutare a livello tecnico la qualità della relazione con i clienti, sia nel caso singolo sia per quanto riguarda il risultato complessivo.
- Il candidato / La candidata è in grado di sviluppare metodi e strumenti che consentono di osservare il mercato in modo sistematico.
- Il candidato / La candidata è in grado di derivare metodi concreti di trattamento del mercato e misure per il marketing della base clienti, nonché di definire elementi relativi alla cura del portafoglio.

## 1.7 Gestione del colloquio

- Il candidato / La candidata conosce le basi della gestione dei colloqui (tra cui elementi della gestione dei colloqui, piano contenutistico e rapportuale, conscio e subconscio, esigenze reali e oggettive dei clienti, utilità per i clienti, tecnica di interrogazione, politica dei rischi e di assicurazione, delineamento di scenari).

# 2 Materia d'esame

### Tassonomia

(per la spiegazione si veda le direttive, parte generale)

## 2.1 Modello di Gestione Management di San Gallo 2 - 6

- Sistema Impresa
- Ambiente aziendale
- Strategie aziendali
- Analisi SWOT / Obiettivi
- Processi di gestione
  - di tipo normativo
  - strategico
  - operativo
- Concentrazione di imprese
- Comunicazione

## 2.2 Vendita 2 - 6

- Trend e tendenze
- Mercati
- Risorse
- Competenze
- Obiettivi di vendita
- Catena di valori

## 2.3 Processi di cambiamento nel settore assicurativo 4 - 6

- Processi chiave / di supporto
- Superindustrializzazione (in-/out- e cosourcing)
- Multichannel
- Multiaccess
- Nuove condizioni quadro legali
- Trasformazione digitale
- Nuove esigenze dei clienti

## 2.4 Politica di sottoscrizione 2 - 6

- Valutazione del rischio
- Allestimento del contratto
- Strutturazione del rischio
- Rifiuto di rischi
- Sorveglianza
- Prevenzione

- 2.5 Gestione del rischio** **3 - 6**
- Processo della gestione del rischio
    - Evitare il rischio
    - Ridurre il rischio
    - Trasferire il rischio
    - Assumersi il rischio
  - Opportunità e rischi
  - Misure di prevenzione
- 2.6 Retribuzione** **3 - 5**
- Sistemi e strumenti di retribuzione
  - I diversi tipi di provvigione
- 2.7 Ricerca di mercato / Trattamento del mercato / Gestione del portafoglio** **3 - 6**
- Ricerca di mercato
  - Processi di vendita
  - Analisi della situazione di trattamento del mercato
  - Obiettivi di vendita
  - Struttura dei contatti di vendita
  - Pianificazione della vendita (vendita propria e tramite terzi)
  - Pianificazione della vendita secondaria
  - Pianificazione del budget e controlling
  - Strategie di prestazione
- 2.8 Gestione del colloquio** **3 - 6**
- Basi per la gestione di un colloquio
    - Premesse umane
    - Stabilire contatti di vendita
    - Colloquio con il cliente
    - Ulteriore elaborazione
  - Psicologia (consapevole/inconsapevole, esigenze dei clienti vere e oggettive, utilità per i clienti)
  - Esigenze dei clienti (Maslow)
  - Tecniche d'interrogazione

## 3 Svolgimento dell'esame

### Esame scritto

Risolvere compiti pratici e studi di casi, rispondere alle domande.

### Esame orale

Risolvere compiti pratici e studi di casi, rispondere alle domande. Gestione di processi professionali specifici in contatto con clienti interni ed esterni.

Prima dell'esame, il candidato riceve un caso, in base al quale si prepara all'esame. All'inizio dell'esame orale presenta i suoi approcci di soluzione (al max. 10 minuti, una volta scaduti, la presentazione viene interrotta dall'esperto). Dopodiché, almeno due esperti conducono un colloquio d'esame con il candidato (ca. 20 minuti). Un esperto stila il verbale.

Nel colloquio d'esame, i due esperti pongono domande sulla presentazione e chiedono ulteriori approfondimenti e chiarimenti sul caso esposto e su altri temi relativi alla materia d'esame.

## 4 Durata dell'esame

**Esame scritto:** 240 minuti

**Esame orale:** 30 minuti (dopo 60 minuti di preparazione)

## 5 Mezzi ausiliari

### Esame scritto

- Esame „Open book“: è ammessa ogni sorta di mezzo ausiliare sotto forma cartacea (libri, testi di legge, documentazione di formazione, appunti personali ecc.).
- Non sono ammessi mezzi ausiliari elettronici di ogni genere, eccetto le calcolatrici non programmabili (senza funzione di salvataggio del testo o capacità Internet) con funzioni di base.
- Ogni mezzo ausiliare può essere utilizzato esclusivamente da un candidato.

### Esame orale

- Esame „Open book“: è ammessa ogni sorta di mezzo ausiliare sotto forma cartacea (libri, testi di legge, documentazione di formazione, appunti personali ecc.) nella sala di preparazione. Nella sala d'esame è permesso utilizzare oltre all'esame stesso solamente i fogli di presentazione.
- Non sono ammessi mezzi ausiliari elettronici di ogni genere, eccetto le calcolatrici non programmabili (senza funzione di salvataggio del testo o capacità Internet) con funzioni di base.
- Eventuali strumenti di presentazione vengono messi a disposizione.

## 6 Conoscenze preliminari

Conoscenze assicurative di base richieste per l'ammissione all'esame federale finale e conoscenze dei moduli conclusi, necessari per l'ammissione all'esame federale finale.

