



THE ADECCO GROUP

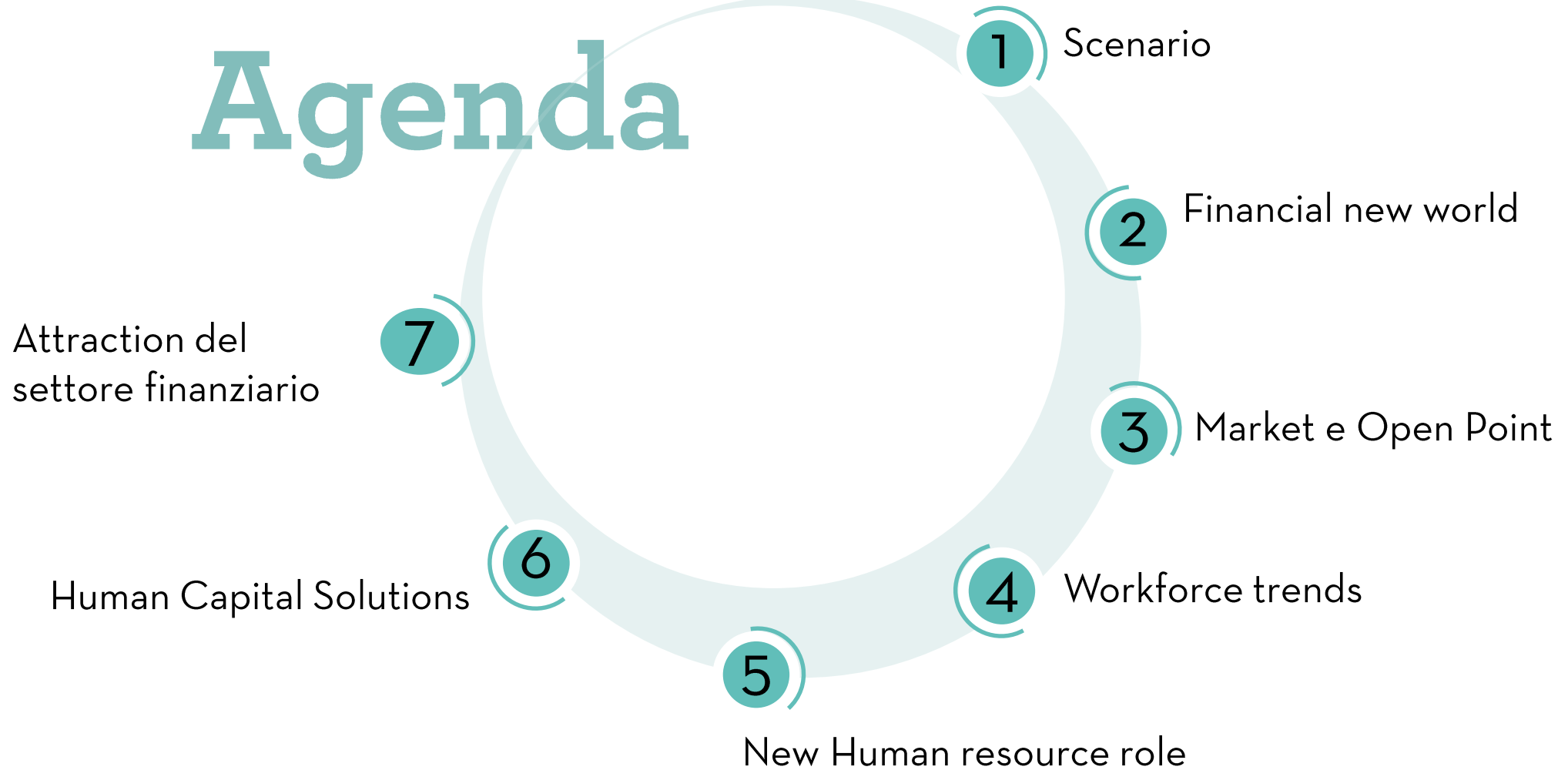
Capitale umano nella consulenza finanziaria

Milano, 16 Maggio 2018

Andrea Zirilli

Head of Strategic Sales

Agenda



1 Il mondo della finanza è entrato in una dimensione competitiva esterna: le banche oggi non si guardano più tra di loro per capire come reciprocamente stanno cambiando, ma guardano molto ai nuovi players che non fanno banca in questo momento ma che potrebbero farla o che stanno cominciando a farla. In altri termini, guardano con più curiosità ad Amazon che a quello che può fare il tradizionale competitor bancario

2 Gli **investimenti in tecnologia** sono straordinari ed anche nella dimensione globale le banche stanno investendo per cambiare tutti i processi, ma se questi investimenti in tecnologia non sono corrispondentemente accompagnati da forti investimenti ed **adeguate attività sulle risorse umane**, la resa di questi stessi investimenti non sarà conseguente e potrebbero prodursi resistenze alle innovazioni

3 C'è un **invecchiamento della popolazione** e una grande necessità di ricambio e di attraction di nativi digitali. Si tratta quindi di immaginare una stretta **collaborazione tra l'azienda, l'Università e il sistema educativo** nel suo complesso. Già il giuslavorista Marco Biagi, anni fa, immaginò gli uffici di placement nelle scuole superiori e nelle Università; non immaginava solo uffici di collocamento alla fine del percorso educativo, ma strutture di co-progettazione

Financial new world



Investimenti in **Fintech** quadruplicati a partire dal 2008: arrivando a 6 miliardi nel 2017.

Fintech vuol dire: *strumenti di pagamento per commercio elettronico, servizi analisi dati, software specifici (risk e asset manag., accounting, piattaforme di mobile Payment)*

Fintech



Direttiva PSD2 in materia di **pagamenti digitali**, spinge fortemente verso l'implementazione di nuovi strumenti di pagamento e nuovi attori.

Resilienza informazione, ossia capacità delle organizzazioni di proteggere e rendere recuperabili anche in casi di emergenza il loro patrimonio informativo.

Pagamenti



Mifid 2: Adeguatezza e trasparenza nel rapporto con i clienti. Tra le molte novità, quelle che meritano di essere segnalate sono tre:

1. La distinzione tra consulenza fornita su base indipendente oppure non indipendente.
2. L'esplicitazione di tutti i costi connessi ai servizi strumenti/prodotti erogati.
3. La product governance.

MIFID 2



Difendere la "**Privacy**". Questo ha richiesto un sostanziale cambio di paradigma, in grado di introdurre nelle organizzazioni specifiche responsabilità, azioni puntuali da compiere nel corso del tempo e l'onere di affrontare ex-ante la gestione dei rischi.

Privacy



Identificare una strategia che corrisponda ad ambiti di sicurezza in linea con le valutazioni della BCE in materia di **CyberCrime Risk**. Occorre quindi identificare, difendere, rilevare, intervenire e recuperare i dati in ogni evento di CyberCrime.

**Cyber
Sicurity**



Human Resources e Open Point

Human Resources



- Over 50, molti tra i 35 e 50 anni, pochi giovani: «**Ageing Workforce**»
- Tanti lavoratori impiegati nelle **attività commerciali**, di **consulenza** specializzata e di **customer service** (informatico)
- Meno lavoratori impiegati allo **sportello** e al **back office**. Forte semplificazione e delle attività di sportello
- Sviluppo di modalità alternative di relazione con cliente anche a domicilio e basate sull'utilizzo di **strumenti di comunicazione** a distanza e distribuzione e l'offerta di nuovi prodotti, anche non bancari.

Open Point



- Competenze di chi fa consulenza e di chi la riceve (educazione finanziaria);
- «**Adoption**» **tecnologica**, capacità di rendere la relazione tra banca e cliente efficace sempre, ovunque e dovunque. Cliente al centro
- **MIFID2**: certezza di garantire ai clienti persone preparate sulle caratteristiche tecniche degli strumenti e dei servizi finanziari, ma anche sulla conoscenza profonda dei bisogni e delle peculiarità e psicologiche del cliente;
- **Shortage** di know how di alto livello;
- **Reskilling** della workforce e gestione della diversity (nativi digitali);
- Esperimento di **Lavoro ibrido**. Flessibilità.

Workforce Trends banking & finance

Quali «workforce trends» impatteranno maggiormente il settore bancario e finanziario nei prossimi 2 anni?

In ordine di importanza saranno (Mercer 2017):

Le «competenze bancarie» invece saranno in linea con quelle previste dal World Economic Forum:

Global Trends Sector Banking

1. Ageing Workforce
2. Tech at Work
3. Talent Drain
4. Diverse Talent Pool
5. Gen Z Entering the workforce
6. Gig Economy

Bank skills 2015

1. Complex Problem Solving
2. Coordinating with Others
3. People Management
4. Critical Thinking
5. Negotiation
6. Quality control
7. Service Orientation
8. Judgment and decision Making
9. Active Listering
10. Creativity

Bank skills 2020

1. Complex Problem Solving
2. Critical Thinking
3. Creativity
4. People Management
5. Coordinating with Others
6. Emotional Intelligence
7. Judgment and decision Making
8. Service Orientation
9. Negotiation
10. Cognitive Flexibility



New Human Resource role: «HR co-strategist»

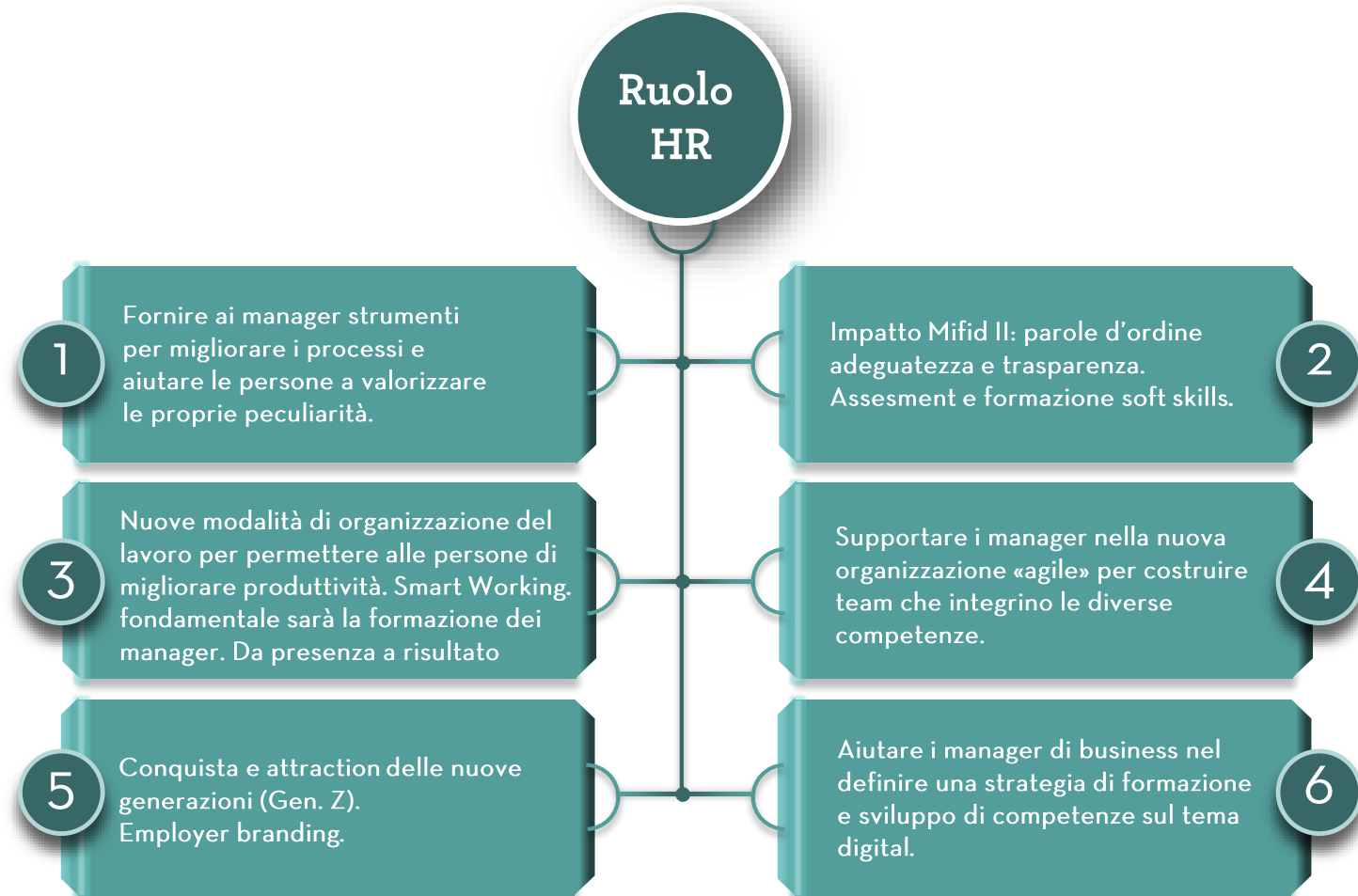
La «workforce» del futuro? Compito della funzione HR ma serve sempre commitment del Top Management

Actions

1. Reskilling Workforce: Assessment e formazione
per creare nuove competenze: Digital e Smart

2. Ridisegnare modalità lavoro: Smart Places, Smart Working, nuove possibilità offerte con Contratti di Prossimità es. Lavoro Ibrido

3. Conquista Talenti digitali: Attraction, Training, Flessibilità organizzativa, Innovazione e input creativi



Next steps

1

Assessment

Il valore della consulenza è direttamente proporzionale alla formazione dei professionisti: **assessment** per identificare punti di debolezza, poi progetti formativi ad hoc intervengono a colmarne i gap



Next steps

1 Assessment

Il valore della consulenza è direttamente proporzionale alla formazione dei professionisti: **assessment** per identificare punti di debolezza, poi progetti formativi ad hoc intervengono a colmarne i gap

2 Specializzazione

I consulenti devono imparare a **conoscere** meglio il cliente, focalizzandosi sul valore da offrire. Devono passare dall'essere distributori di prodotti a fornitori di servizi personalizzati. Serve anche specializzarsi (Asset Allocation, Wealth Mngmt, Advisory, Planning)

Next steps

1 Assessment

Il valore della consulenza è direttamente proporzionale alla formazione dei professionisti: **assessment** per identificare punti di debolezza, poi progetti formativi ad hoc intervengono a colmarne i gap

2 Specializzazione

I consulenti devono imparare a **conoscere** meglio il cliente, focalizzandosi sul valore da offrire. Devono passare dall'essere distributori di prodotti a fornitori di servizi personalizzati. Serve anche specializzarsi (Asset Allocation, Wealth Mngmt, Advisory, Planning)

3 Competenze Tecniche

Necessarie **competenze tecniche** (conoscenza mercato, prodotti), ma anche **soft skills** (comportamentali): problem solving, capacità di comunicare, capacità di selezionare le informazioni, capacità di autogestirsi nel lavoro e capacità di social networking (non solo presenza sui social ma valore sui social)

Next steps

1 Assessment

Il valore della consulenza è direttamente proporzionale alla formazione dei professionisti: **assessment** per identificare punti di debolezza, poi progetti formativi ad hoc intervengono a colmarne i gap

2 Specializzazione

I consulenti devono imparare a **conoscere** meglio il cliente, focalizzandosi sul valore da offrire. Devono passare dall'essere distributori di prodotti a fornitori di servizi personalizzati. Serve anche specializzarsi (Asset Allocation, Wealth Mngmt, Advisory, Planning)

3 Competenze Tecniche

Necessarie **competenze tecniche** (conoscenza mercato, prodotti), ma anche **soft skills** (comportamentali): problem solving, capacità di comunicare, capacità di selezionare le informazioni, capacità di autogestirsi nel lavoro e capacità di social networking (non solo presenza sui social ma valore sui social)

4 Capitale Umano

Partire dall'asset "**capitale umano**". Occorre **formare, riconvertire e ammodernare** il proprio patrimonio di esperienze e know-how. Il valore della consulenza erogata dal consulente finanziario, è il risultato di un continuo aggiornamento professionale

Next steps

1 Assessment

Il valore della consulenza è direttamente proporzionale alla formazione dei professionisti: **assessment** per identificare punti di debolezza, poi progetti formativi ad hoc intervengono a colmarne i gap

2 Specializzazione

I consulenti devono imparare a **conoscere** meglio il cliente, focalizzandosi sul valore da offrire. Devono passare dall'essere distributori di prodotti a fornitori di servizi personalizzati. Serve anche specializzarsi (Asset Allocation, Wealth Mngmt, Advisory, Planning)

3 Competenze Tecniche

Necessarie **competenze tecniche** (conoscenza mercato, prodotti), ma anche **soft skills** (comportamentali): problem solving, capacità di comunicare, capacità di selezionare le informazioni, capacità di autogestirsi nel lavoro e capacità di social networking (non solo presenza sui social ma valore sui social)

4 Capitale Umano

Partire dall'asset "**capitale umano**". Occorre **formare, riconvertire e ammodernare** il proprio patrimonio di esperienze e know-how. Il valore della consulenza erogata dal consulente finanziario, è il risultato di un continuo aggiornamento professionale

5 Training

Diventa importante investire su un **training** realmente funzionale alla rete, che diventi una leva di business e che miri alla comprensione e al soddisfacimento del cliente finale



Next steps

1 Assessment

Il valore della consulenza è direttamente proporzionale alla formazione dei professionisti: **assessment** per identificare punti di debolezza, poi progetti formativi ad hoc intervengono a colmarne i gap

2 Specializzazione

I consulenti devono imparare a **conoscere** meglio il cliente, focalizzandosi sul valore da offrire. Devono passare dall'essere distributori di prodotti a fornitori di servizi personalizzati. Serve anche specializzarsi (Asset Allocation, Wealth Mngmt, Advisory, Planning)

3 Competenze Tecniche

Necessarie **competenze tecniche** (conoscenza mercato, prodotti), ma anche **soft skills** (comportamentali): problem solving, capacità di comunicare, capacità di selezionare le informazioni, capacità di autogestirsi nel lavoro e capacità di social networking (non solo presenza sui social ma valore sui social)

4 Capitale Umano

Partire dall'asset "**capitale umano**". Occorre **formare, riconvertire e ammodernare** il proprio patrimonio di esperienze e know-how. Il valore della consulenza erogata dal consulente finanziario, è il risultato di un continuo aggiornamento professionale

5 Training

Diventa importante investire su un **training** realmente funzionale alla rete, che diventi una leva di business e che miri alla comprensione e al soddisfacimento del cliente finale

6 Lifelong

Si fa formazione ma il passo successivo è **sistematizzare** la mole di nozioni ed esperienze acquisite. **Lifelong Learning**

Next steps

1

Assessment

Il valore della consulenza è direttamente proporzionale alla formazione dei professionisti: **assessment** per identificare punti di debolezza, poi progetti formativi ad hoc intervengono a

2

Specializzazione

I consulenti devono imparare a **conoscere** meglio il cliente, focalizzandosi sul valore da offrire. Devono passare dall'essere

3

Competenze Tecniche

Necessarie **competenze tecniche** (conoscenza mercato, prodotti), ma anche **soft skills** (comportamentali): problem solving, capacità di comunicare, capacità di selezionare le gestirsi nel lavoro e non solo presenza

Assessment, Competenze, Formazione, Specializzazione e Networking

4

Capitale Umano

Partire dall'asset "**capitale umano**". Occorre **formare, riconvertire e ammodernare** il proprio patrimonio di esperienze e know-how. Il valore della consulenza erogata dal consulente finanziario, è il risultato di un continuo aggiornamento professionale

5

Training

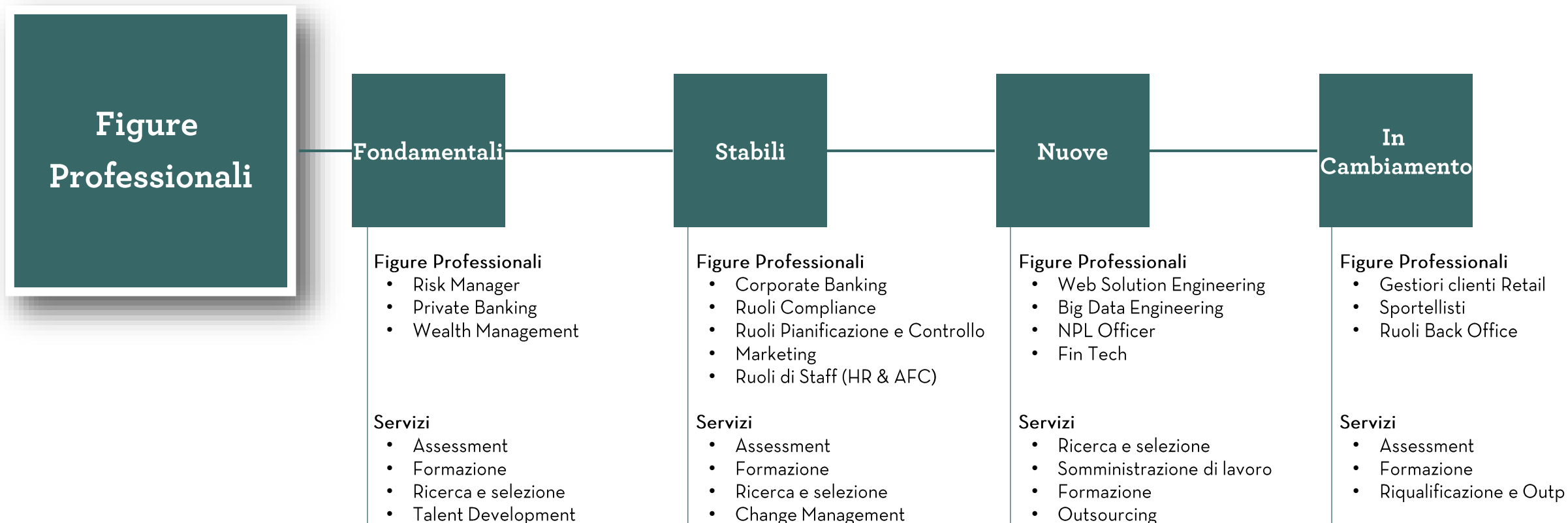
Diventa importante investire su un **training** realmente funzionale alla rete, che diventi una leva di business e che miri alla comprensione e al soddisfacimento del cliente finale

6

Lifelong

Si fa formazione ma il passo successivo è **sistematizzare** la mole di nozioni ed esperienze acquisite. **Lifelong Learning**

Human Capital Solutions





THE ADECCO GROUP

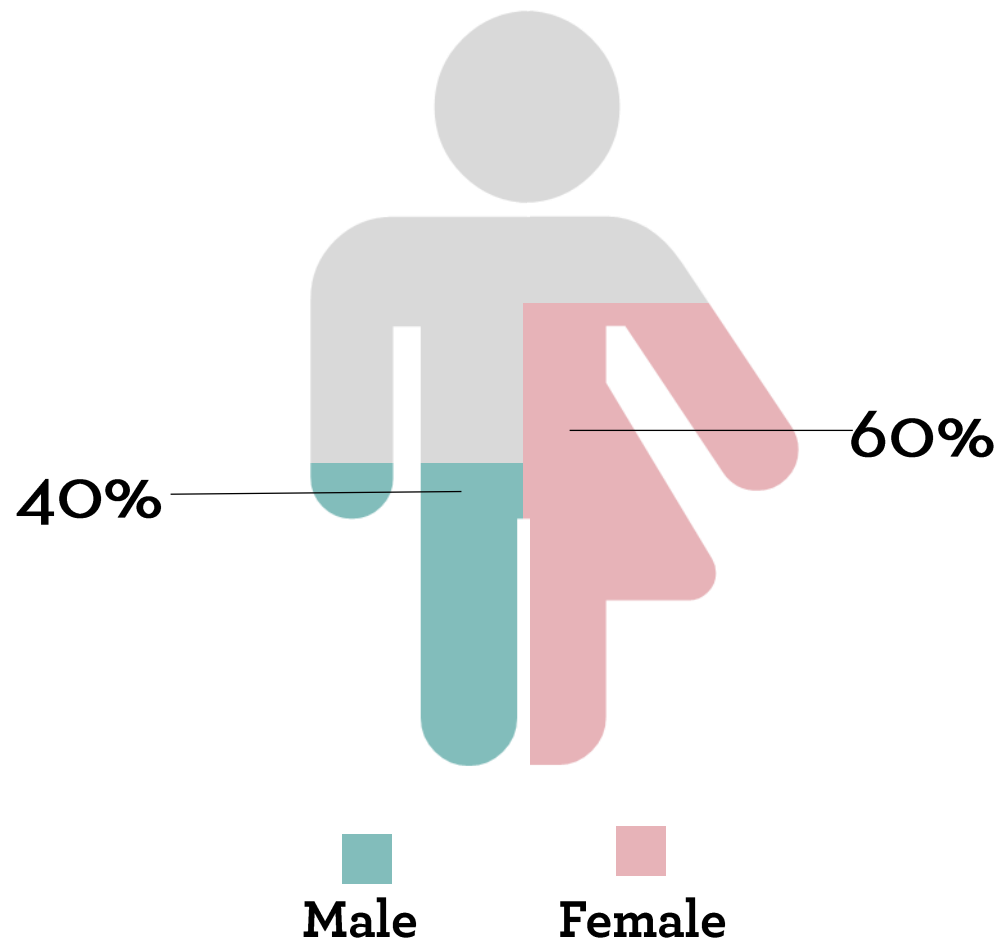


**Focus on
Candidati Settore Finanziario**

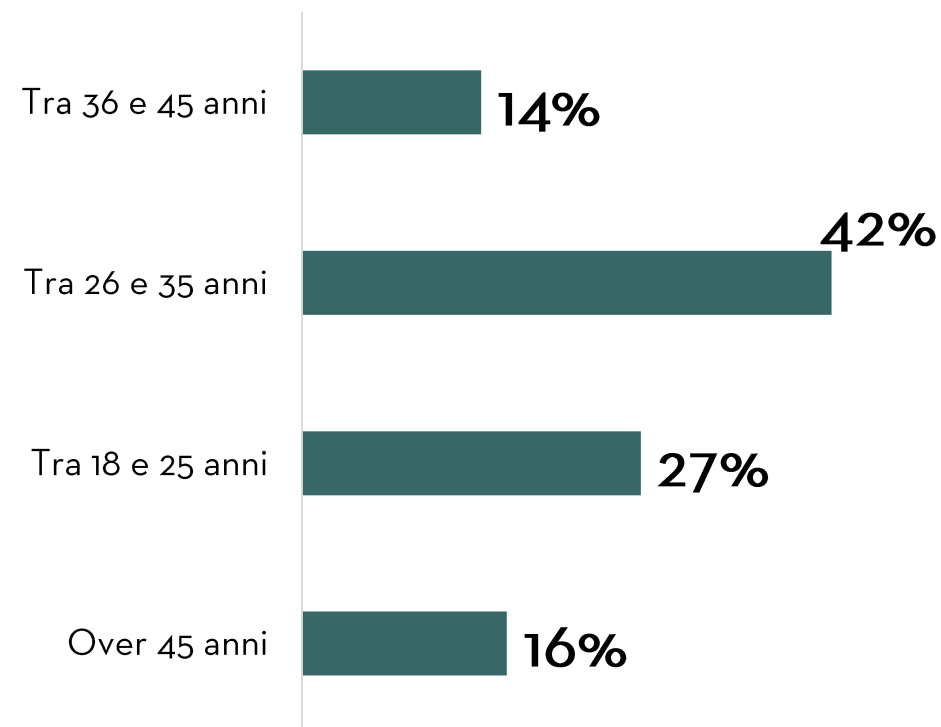
**The Adecco Group
2016-2018**

Figures

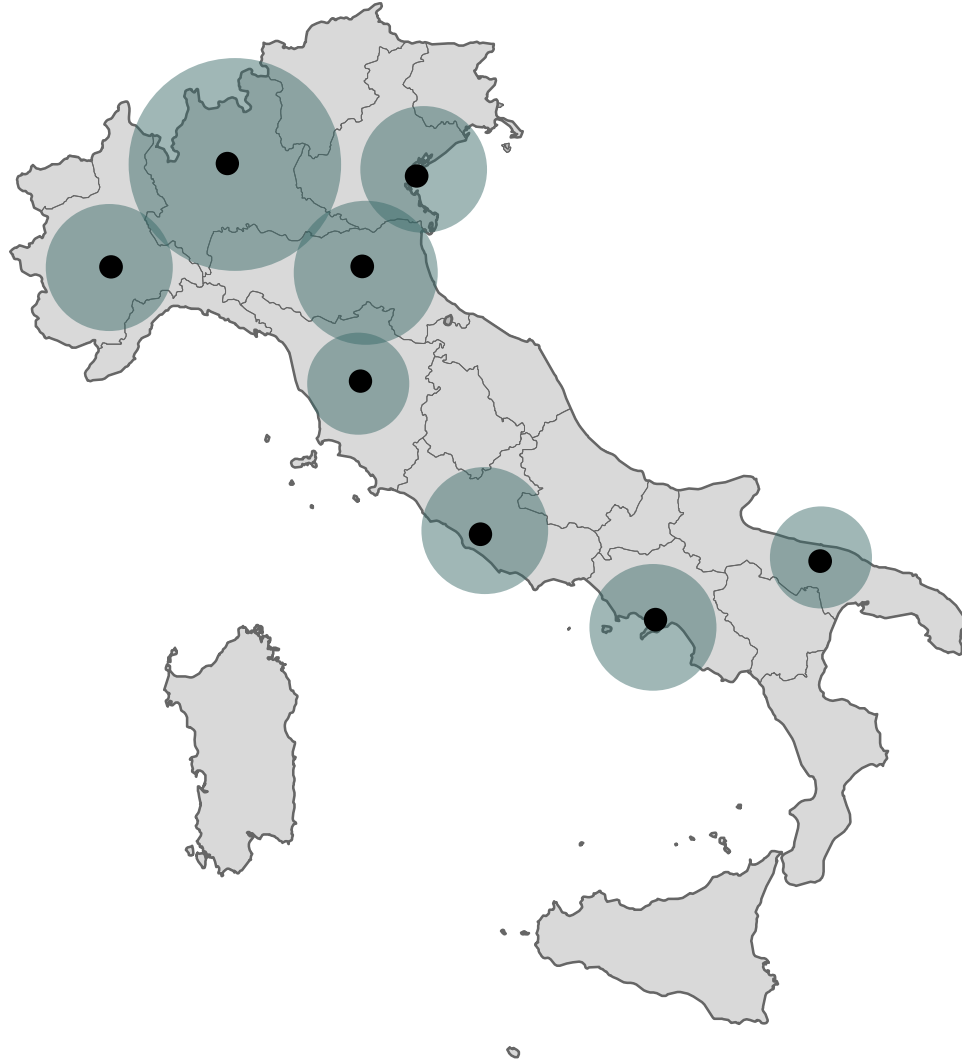
Gender



Age



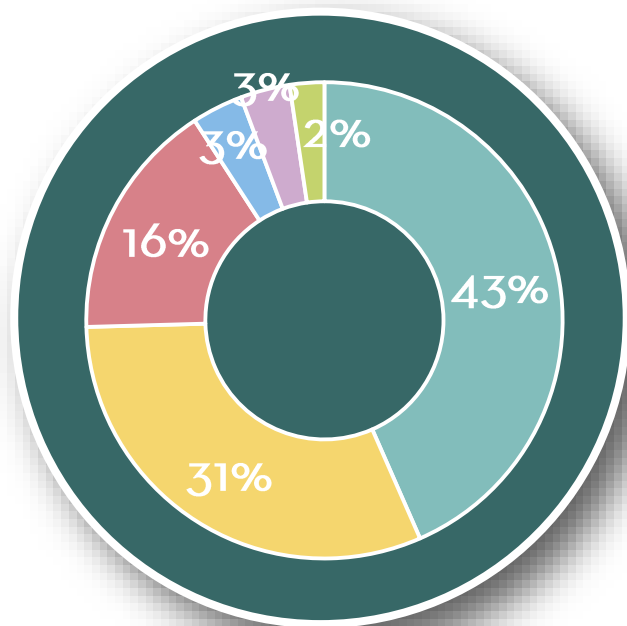
Regions



Region	Candidates
LOMBARDIA	24%
EMILIA ROMAGNA	10%
VENETO	9%
PIEMONTE	9%
LAZIO	9%
CAMPANIA	8%
TOSCANA	6%
PUGLIA	5%
SICILIA	3%
ABRUZZO	3%
LIGURIA	2%
FRIULI VENEZIA GIULIA	2%
MARCHE	2%
TRENTINO ALTO ADIGE	2%
SARDEGNA	1%
UMBRIA	1%
CALABRIA	1%
BASILICATA	1%
MOLISE	1%

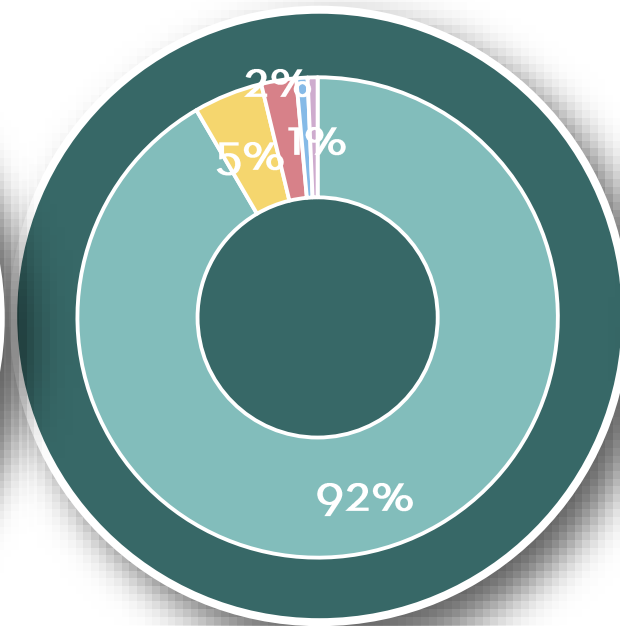
Scolarity

Titolo di Studio Generico



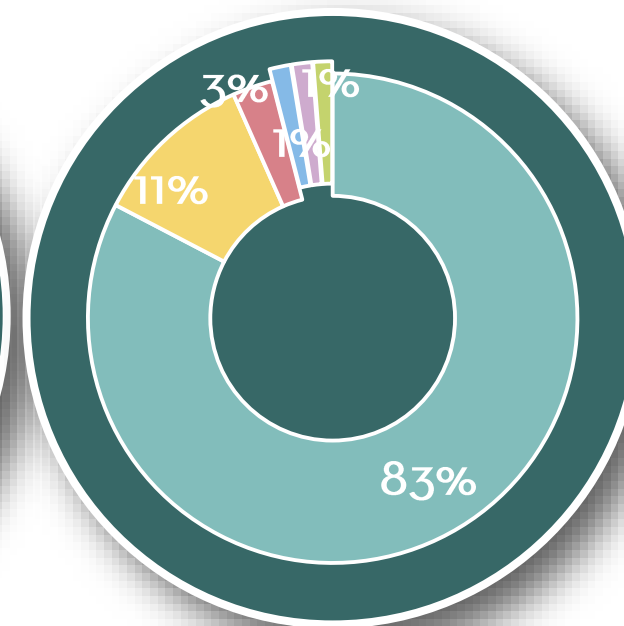
- Diploma / Accademia
- Laurea
- Laurea Breve

Indirizzo di Laurea



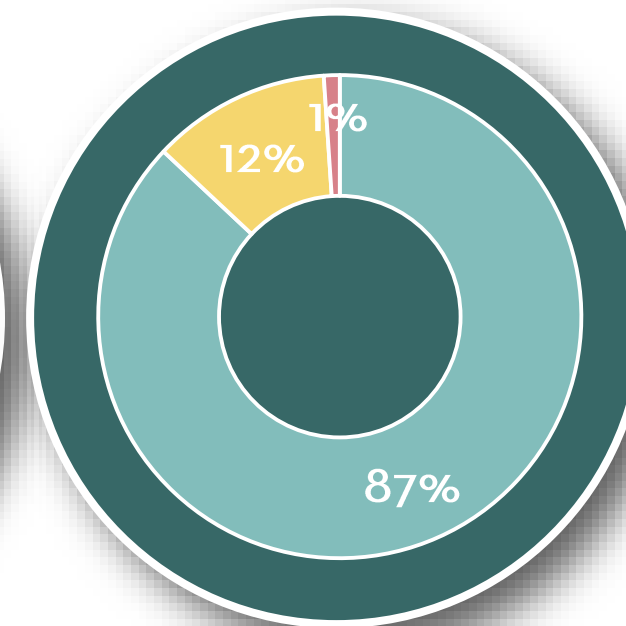
- Economico / Giuridico
- Umanistico / Sociale
- Tecnico / Ingegneristico

Indirizzo di Laurea Breve



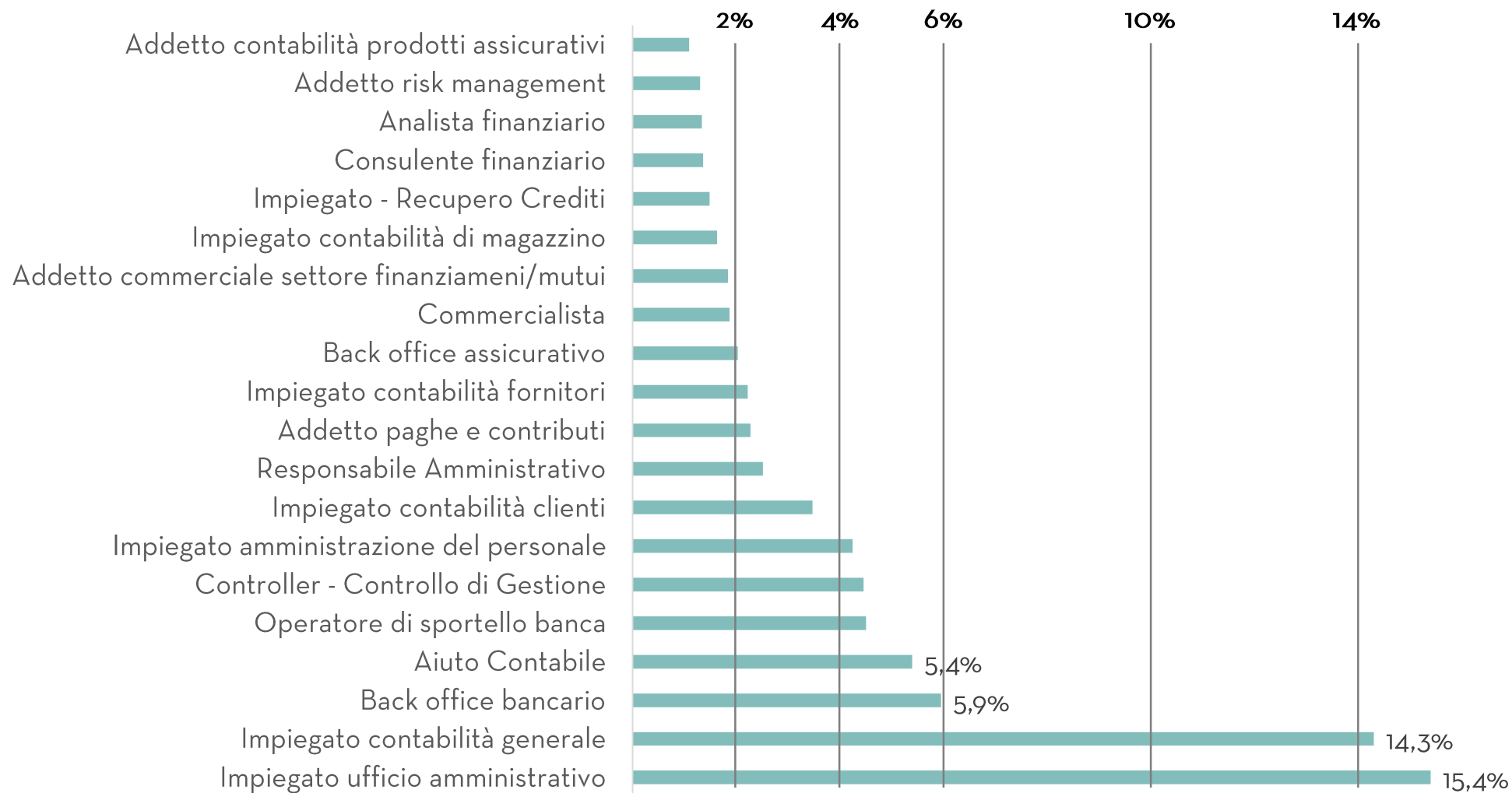
- Economico / Giuridico
- Umanistico / Sociale
- Tecnico / Ingegneristico

Tipo di Diploma



- Scientifico / Tecnico
- Umanistico / Linguistico
- Artistico

Top 20





THE ADECCO GROUP

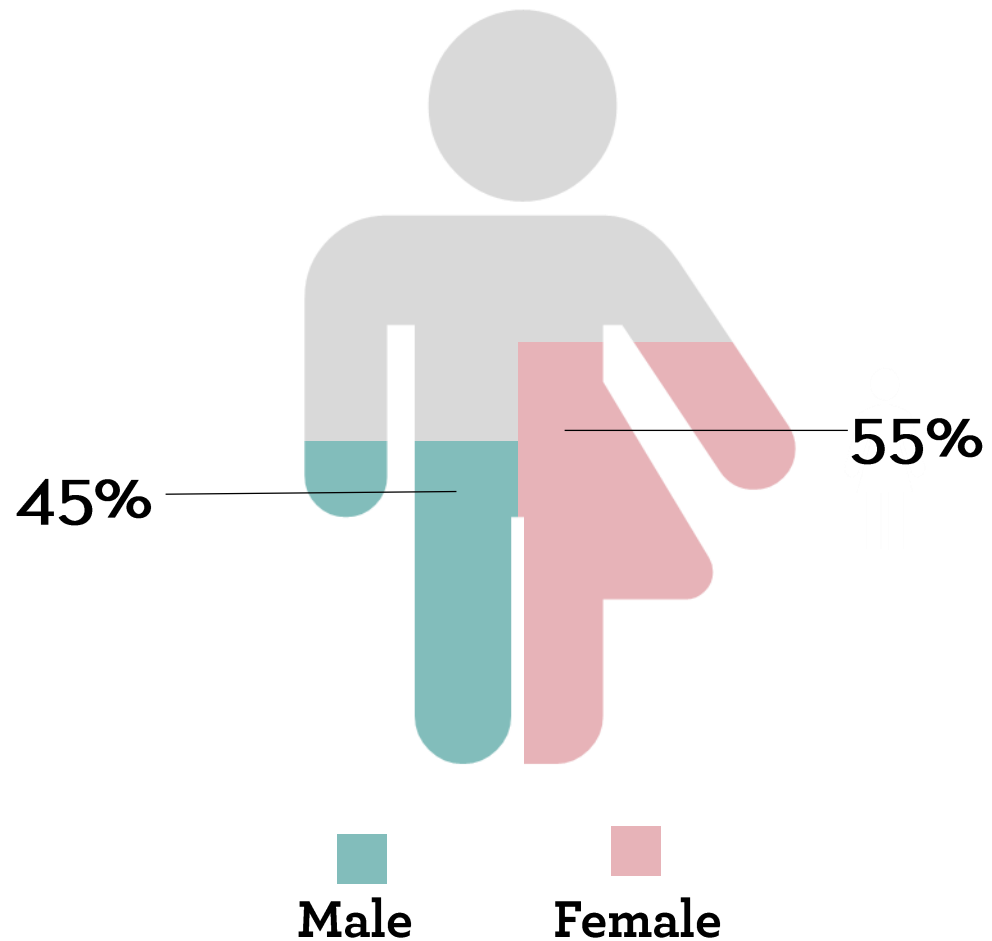


**Focus on
Lavoratori Settore Finanziario**

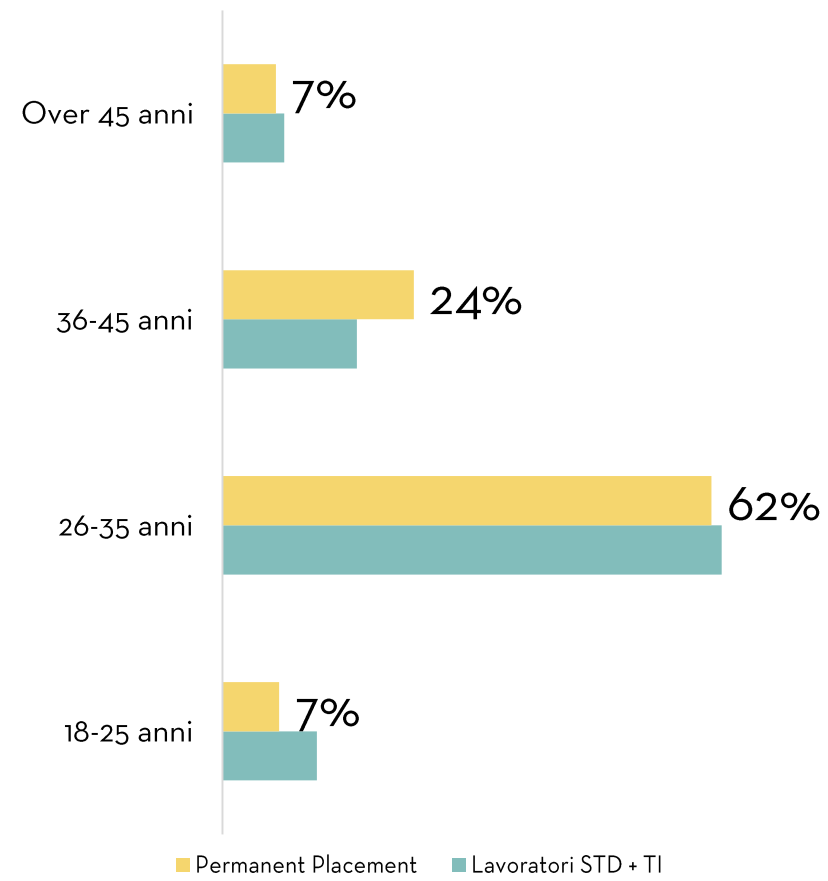
**The Adecco Group
2016-2018**

Figures

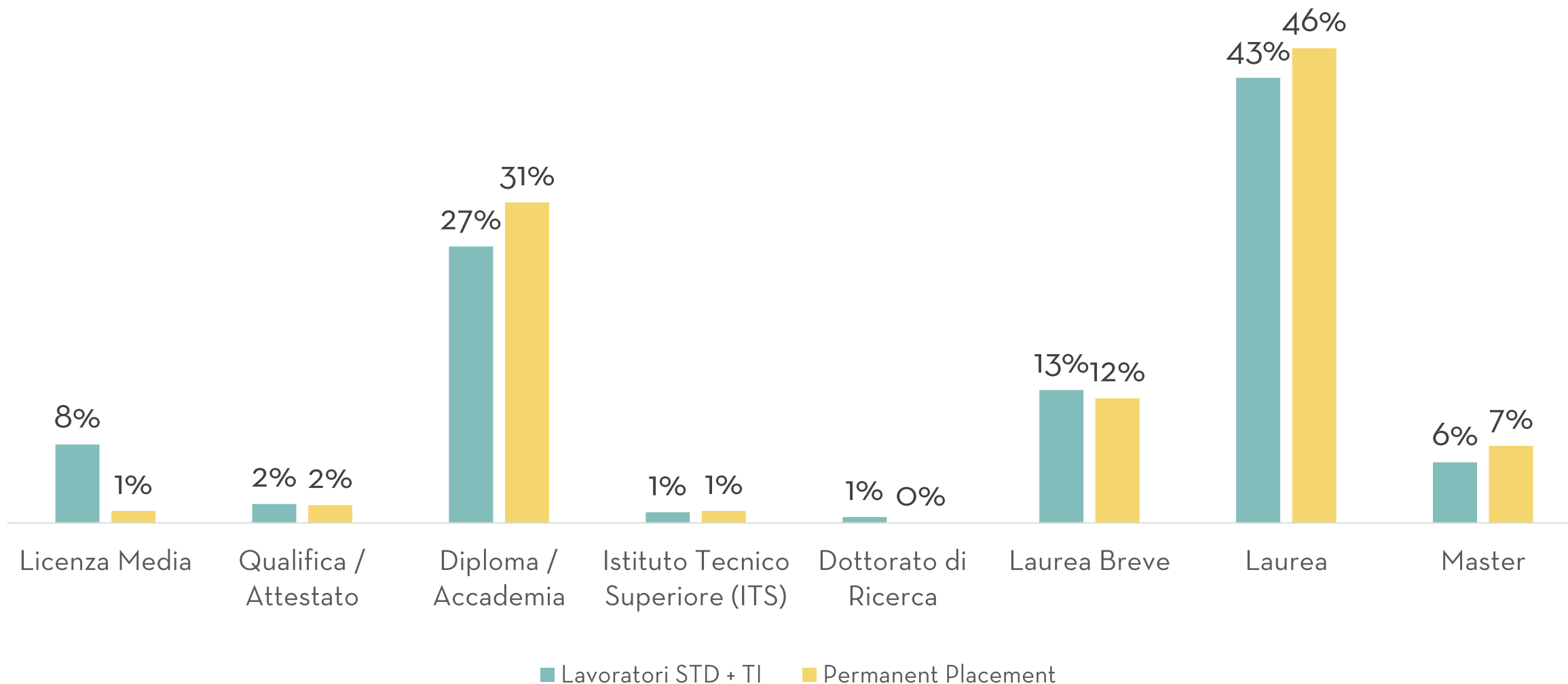
Gender



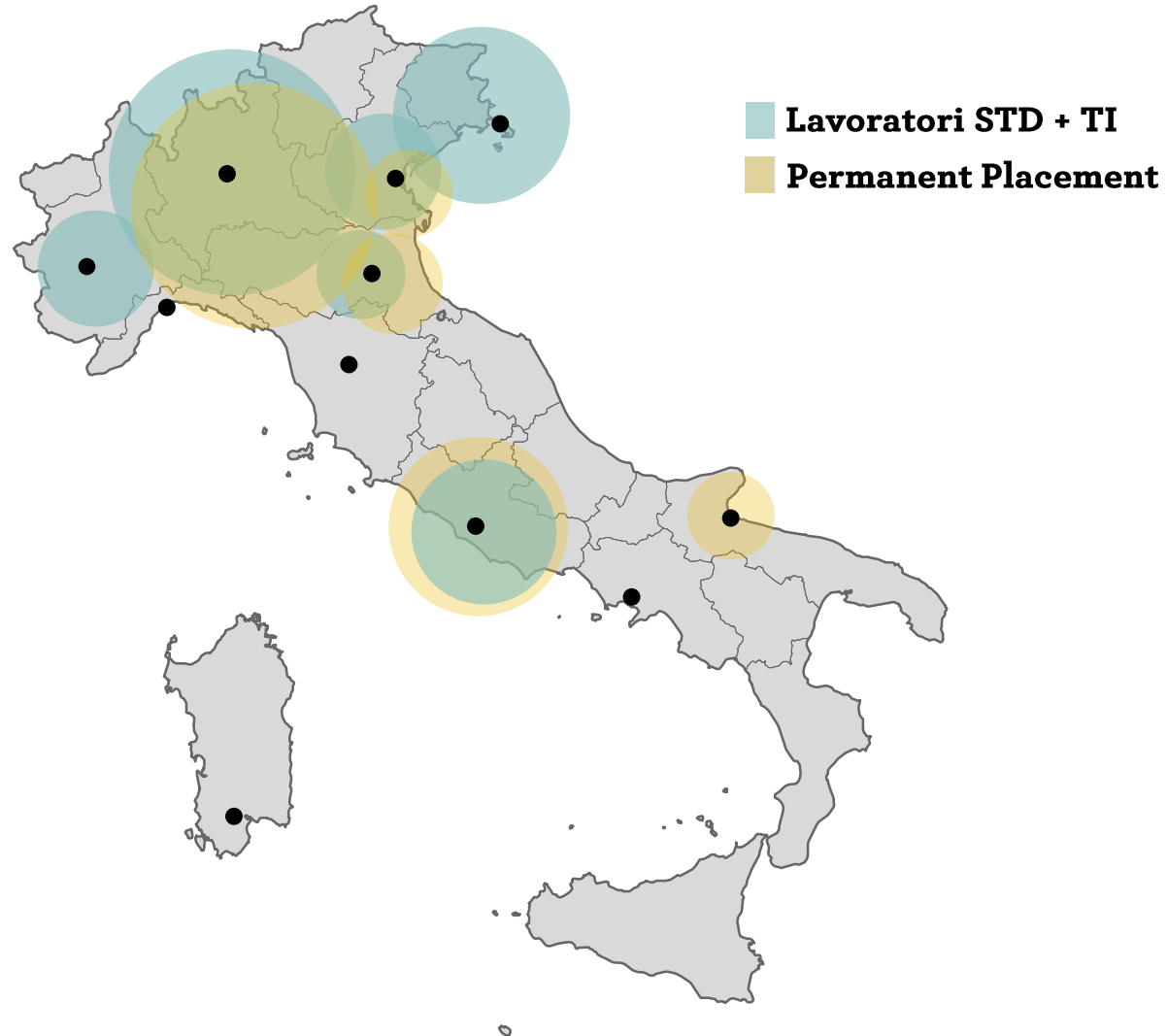
Age



Scolarity



Regions



Regione	Lavoratori STD+ TI	Permanent Placement
LOMBARDIA	43%	43%
FRIULI VENEZIA GIULIA	13%	1%
LAZIO	9%	24%
PIEMONTE	8%	1%
VENETO	8%	6%
EMILIA ROMAGNA	6%	12%
TOSCANA	3%	1%
SARDEGNA	3%	0%
ABRUZZO	2%	1%
LIGURIA	2%	2%
MARCHE	1%	1%
CAMPANIA	1%	1%
PUGLIA	1%	6%
TRENTINO ALTO ADIGE	1%	1%

Professionals

