



LE NUOVE FORME DI AGGIORNAMENTO DEI CONSULENTI

Federico Amicucci*

✕ @SkillaElearning

Viviamo in un'epoca in cui l'accesso a contenuti formativi, spesso gratuiti, è estremamente semplice. Pensiamo alle numerose app disponibili sugli store per l'apprendimento delle lingue o alle molte pagine e profili sulle principali piattaforme social che offrono contenuti didattici, spaziando dalle materie scientifiche alle scienze naturali e umane. Spesso questi contenuti combinano educazione e intrattenimento, un fenomeno noto come **edutainment**, oppure informazione e divertimento, l'**infotainment**.

Anche il settore finanziario non è escluso da questa tendenza. Diverse piattaforme e applicazioni per investimenti offrono, ad esempio, sezioni educative che spiegano il funzionamento dei mercati finanziari o le strategie di investimento.

I consumatori, in tutti i settori, sono diventati sempre più informati e preparati. Quando si rivolgono a un consulente, si aspettano un alto livello di conoscenza e preparazione, molto più di quanto accadeva in passato. Tuttavia, questa apparente preparazione del cliente può nascondere una trappola: non tutte le informazioni reperite online sono accurate o aggiornate, il che può complicare ulteriormente il compito del consulente. In questo contesto, lo studio continuo è diventato un requisito imprescindibile per i professionisti, non solo per mantenere aggiornate le proprie competenze tecniche, ma anche per sviluppare soft skills essenziali come l'empatia e l'orientamento al cliente. I consulenti devono essere in grado di guidare i clienti verso l'accesso a informazioni corrette, instaurando un rapporto di fiducia che vada oltre le

mere transazioni e offra un valore aggiunto che le piattaforme digitali non possono fornire.

I professionisti e le professioniste devono quindi offrire un valore aggiunto rispetto alle informazioni disponibili, utilizzando la propria esperienza per aiutare il cliente a interpretare il contesto e i dati a disposizione. Questo valore aggiunto si collega direttamente al secondo aspetto: la **relazione**. Valorizzare il rapporto con il cliente diventa fondamentale. È essenziale saper costruire fiducia e comprensione reciproca, elementi che nessuna applicazione o contenuto digitale può sostituire. L'expertise e la capacità di stabilire relazioni significative sono fondamentali e richiedono aggiornamento e formazione continua. La combinazione di microlearning e Intelligenza Artificiale rappresenta una soluzione efficace per soddisfare queste esigenze formative.

Il **microlearning** è un approccio alla formazione che fornisce contenuti brevi, della durata di circa 10 minuti, capaci di offrire una panoramica completa di un determinato argomento. Sebbene il concetto di "micro" nella trasmissione delle conoscenze non sia nuovo - basti pensare all'utilizzo di flashcards cartacee - la sua applicazione è cresciuta notevolmente negli ultimi anni, soprattutto grazie alla diffusione dei dispositivi mobile. Pier Cesare Rivoltella, docente esperto dell'Università Cattolica di Milano, sostiene che la genesi del microlearning risiede nella modificazione strutturale del tempo e dello spazio. Oggi viviamo in un'epoca di tempo "accelerato", che impatta sull'organizzazione della nostra attenzione, rendendola breve e frammentata. Dal punto di vista spaziale, la mobilità gioca un ruolo cruciale, con il consumo di informazioni

GRAZIE AL MACHINE LEARNING I DATI DI FRUIZIONE DEGLI UTENTI POSSONO ESSERE ANALIZZATI PER CREARE PERCORSI DI APPRENDIMENTO SU MISURA

sempre più svolto in movimento. Anche i fenomeni descritti all'inizio sono conseguenze di questi cambiamenti.

Il microlearning è adatto sia ai contenuti formali, come aggiornamenti legati a uno specifico tema, sia a quelli finalizzati allo sviluppo delle **soft skills**. Può essere utilizzato come supporto alla riflessione, preparazione per un evento o svolgimento di un determinato compito, supporto alle prestazioni grazie alla possibilità di fornire contenuti "on-demand", e come sostegno all'esercizio pratico, proponendo ai professionisti che si devono aggiornare brevi esercizi o problemi da risolvere. Oggi, il microlearning si integra perfettamente con l'Intelligenza

Artificiale, rendendo l'esperienza di apprendimento ancora più personalizzata e adattiva per il consulente. Grazie al machine learning, i dati di fruizione degli utenti possono essere analizzati per identificare modelli e tendenze, permettendo la creazione di percorsi di apprendimento su misura che si adattano alle performance e alle preferenze individuali. L'IA facilita inoltre la personalizzazione dei contenuti, semplificando notevolmente, ad esempio, la conversione di un testo in altri formati.

Un altro vantaggio dell'IA è la possibilità di effettuare simulazioni realistiche, utili per l'esercizio e l'acquisizione di soft skills necessarie per gestire i consumatori. Chatbot e simulatori conversazionali, ad esempio, permettono di simulare interazioni con clienti, gestendo trattative, negoziazioni o consulenze.

La combinazione di microlearning e Intelligenza Artificiale non si limita a proporre contenuti brevi e percorsi adattivi. Questa sinergia si basa su una concezione attiva dell'utente, che diventa protagonista del proprio apprendimento. L'obiettivo è fornire contenuti che aiutino ogni persona ad agire efficacemente nel proprio contesto di riferimento, rendendola protagonista dei cambiamenti piuttosto che spettatrice passiva.

L'integrazione di microlearning e Intelligenza Artificiale offre alle consulenti e ai consulenti gli strumenti necessari per rimanere competitivi e fornire un vantaggio distintivo ai propri clienti.

**a.d. Skilla*



Ogni settimana le notizie al centro del dibattito dell'industria del risparmio gestito commentate dai suoi protagonisti.

Ogni lunedì mattina, con Daniele Barzaghi.

Il podcast è disponibile tutti i lunedì dalle 6:00 all'interno della newsletter AdvisorToday, sul sito AdvisorOnline, su Spotify, Spreaker, Apple e sulle altre piattaforme di ascolto.



Seven è un'iniziativa di Open Financial Communication Srl - Via Savona, 1/B - 20144 Milano | www.advisoronline.it