

BOARD FACOLTA' DI SCIENZE BANCARIE, FINANZIARIE E ASSICURATIVE

CHALLENGE "FINANCE LAB FOR FUTURE"

Come saranno le istituzioni finanziarie del futuro?

AZIENDA: INTESA SANPAOLO

TITOLO DEL PROGETTO: "EMPLOYER BRANDING: LE STRATEGIE DEL FUTURO PER L'ATTRACTION DEI TALENTI"

MACRO TEMA DEL "FINANCE LAB FOR FUTURE"

	MACRO TEMA /FINANCE LAB	PROGETTI	
()	FORMAZIONE E DIDATTIVA DINAMICA INNOVATIVA	Progetti di partenariato Università e Impresa per la formazione e lo sviluppo delle competenze attese dal mercato del lavoro.	Quali dispositivi didattici (Project Work, Challenge, Testimonianze, Laboratori Soft skills, ecc.) l'Università e le aziende possono utilizzare per accrescere l'employability degli studenti?
(X)	LAVORO	Progetti aziendali per incrementare l'employer branding al fine di attrarre, ingaggiare e trattenerne i talenti.	Quale sarà l'azienda ideale per i talenti? Come dovrà essere l'azienda per rispondere alle aspettative dei giovani in termini di competenze, nuove modalità di lavoro, life work balance, formazione e crescita professionale?
()	INNOVAZIONE E TECNOLOGIA	Progetti aziendali relativi all'innovazione di prodotto, di processo e di canali distributivi. (come Open Banking e Fintech)	Come può l'azienda creare valore dalla trasformazione digitale (AI, IoT –Big Data – Canali omnichannel, Social Network, etc.)?
()	SOSTENIBILITA' E GREEN FINANCE 3.0	Progetti aziendali finalizzati a generare impatto positivo sulla società e sull'ambiente.	In che modo le istituzioni finanziarie possono giocare un ruolo centrale e contribuire allo sviluppo sostenibile?

BREVE DESCRIZIONE DEL PROGETTO

La società contemporanea è caratterizzata da una produzione e diffusione costante di informazioni ed input a cui l'essere umano è sottoposto in maniera più o meno consapevole. In questa arena, la competizione tra le varie "fonti" per conquistare l'attenzione delle persone, siano esse viste come consumatori, cittadini o potenziali candidati, diventa quindi ancora più serrata.

Il Gruppo Intesa Sanpaolo possiede molteplici caratteristiche che lo rendono attrattivo per tutti i potenziali talenti, grazie a ruoli stimolanti e sfidanti, una cultura inclusiva e innovativa, una dimensione internazionale ed un brand di prestigio, a cui si aggiungono consolidate HR best practices volte alla crescita ed alla valorizzazione delle risorse del Gruppo.

Con queste premesse, si richiede al gruppo di lavoro di analizzare la strategia comunicativa del Gruppo in termini di employer branding (non quindi relativamente alle comunicazioni istituzionali o commerciali), focalizzandosi in particolare sui canali, sui touchpoint e sulle modalità di contatto tra il Gruppo ed il suo target.

Il target oggetto è identificato in studentesse e studenti universitari dei corsi di laurea afferenti alle aree di Scienze Bancarie, Economia, Finanza.

Il project work dovrà includere una prima sezione dedicata all'analisi dell'as is e dei benchmark ritenuti efficaci per i touchpoint/canali/modalità comunicative oggetto d'indagine (a titolo esemplificativo e non esaustivo: career site, social media, attività on campus, email), esplicitando i criteri di valutazione.

Il project work dovrà infine prevedere una seconda sezione dedicata alle proposte che potranno essere di natura incrementale (es.: miglioramenti del sito, affinamenti delle comunicazioni, razionalizzazione di attività non ritenute “efficaci”) o del tutto innovative (es.: nuovi format, nuove modalità di contatto – instant messaging, nuovi canali/social media) e coerenti con la strategia di internazionalizzazione del Gruppo.

Le soluzioni avanzate dovranno evidenziare i criteri di valutazione ed in particolare:

- i plus delle proposte
- i possibili rischi di queste evoluzioni
- le eventuali differenziazioni strategiche da considerare in riferimento alle diverse Country di applicazione.

Ai fini del project work non sarà necessario tenere conto di variabili legate al budget delle soluzioni proposte.