

# Il progetto "You(th) for Cul/fu(ture)" è ispirato dai giovani e creato per i giovani

**Il supporto della Commissione Europea per la produzione di questa pubblicazione non ne rappresenta una sponsorizzazione dei contenuti, i quali riflettono il punto di vista degli autori. Pertanto la Commissione non è responsabile per qualunque uso eventuale delle informazioni che vi sono contenute.**



Cofinanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione europea

# Guida all'imprenditoria creativa e culturale



2020

# Creative and cultural entrepreneurship

- I.Sommario
- II.Il progetto
- III.Incoraggiare la creatività
  - a. Il concetto di insegnamento della creatività
  - b. Nove modi per spronare la creatività
  - c. Come superare un blocco creativo
- IV.Analizzzare e scegliere la migliore idea di business
  - a. La business idea
  - b. Sviluppare la tua idea di business
- V.Trova il tuo target group o il tuo pubblico
- VI.Crea il tuo business plan
- VII.Vendi la tua idea
  - a. Il pitching
  - b. L'Elevator Pitch
  - c. Creare un Pitch Desk
- VIII.Migliora e cresci
- IX.L'aspetto finanziario
- X.Educazione non formale
- XI.Link e risorse

## Sommario

Immagina cosa potrebbe inventare una combinazione imprenditoriale di aspetti creativi e culturali. Sarebbe un mix unico di correnti indipendenti: l'arte come valore immateriale basata sul contenuto e l'imprenditoria come sostenitrice di valori immateriali.

Tenendo questo a mente e la responsabilità sociale degli imprenditori, l'imprenditoria creativa e culturale svolge una missione culturalmente strategica e si trova pertanto a creare un equilibrio tra valori manageriali e innovazione.

Questo toolkit è stato creato nell'ambito del progetto Capacity Building in the Field of Youth, chiamato "You (th) for Cul / fu (ture)" e sviluppato dai partner ADVIT Moldova, Youth Association Droni, Development Centre Pangeya Ultima, Youth Education Centre "Fialta", Youth Mix, CODEC vzw, Geoclube, Asociacio Cultural Tabala, PlanBe, Plan it Be it e Connecting Europe.



Questa guida è stata progettata per giovani imprenditori, facilitatori, formatori e per tutte le persone interessate all'imprenditoria creativa e culturale.



## Il progetto



Le persone con menti creative interessate all'arte e alla cultura, non hanno abbastanza, o affatto, opportunità di apprendimento per acquisire una leadership amministrativa efficace. L'imprenditorialità creativa e culturale (d'ora in avanti chiamata "i-c/c") in questo caso è uno scenario vantaggioso per entrambe le parti, in quanto sviluppa opportunità di lavoro per un potenziale gruppo di lavoratori preesistente (come i giovani interessati all'arte e alla cultura) ed è a malapena comprensibile, specialmente nelle nazioni facenti parte della Eastern Partnership in cui i meccanismi di politica culturale sono ben lontani

dall'essere propriamente sviluppati.

Il progetto mira a sviluppare un percorso educativo innovativo per aumentare il potenziale occupazionale dei NEET attraverso l'educazione all'imprenditorialità creativa e culturale ("i-c/c"). Il nostro progetto fornirà approcci innovativi strutturati per educare i giovani su come integrare l'imprenditorialità nello sviluppo di pratiche creative e per portare un approccio creativo allo sviluppo di nuove imprese sociali.

Durante le attività del progetto supporteremo la capacità di creare innovazione dei giovani disoccupati e forniremo loro le abilità e gli attributi imprenditoriali necessari per commercializzare le loro conoscenze creative e culturali. Sia gli operatori giovanili, che i giovani che parteciperanno al progetto acquisiranno conoscenze teoriche sull'economia culturale e sulle iniziative creative, inoltre svilupperanno tecniche per muovere il loro pensiero creativo e critico in un pensiero imprenditoriale.

### Il progetto ha i seguenti obiettivi specifici:

- sviluppare la capacità del consorzio nel campo dell'"i-c/c", consentire il trasferimento di pratiche tra i partner e favorire la cooperazione tra i paesi dell'UE e dell'EaP;
- creare un ambiente di interconnessione e fornire agli operatori giovanili conoscenze e competenze specifiche nell'istruzione dell'"i-c/c";
- creare un ambiente adatto a trasferire le conoscenze inerenti all'"i-c/c" ai NEET e promuovere le loro capacità trasversali, senso di iniziativa, imprenditorialità e pensiero creativo;
- creare materiali di apprendimento esaurienti - un toolkit e una piattaforma online destinati ai giovani lavoratori, alle parti interessate all'imprenditoria sociale e ai potenziali imprenditori;
- promuovere l'imprenditoria sociale, culturale e creativa, la cittadinanza attiva e l'apprendimento non formale a livello europeo e nei paesi dell'EaP;
- promuovere le politiche europee nel campo dell'imprenditoria sociale e dell'Erasmus+ sia nell'UE che nell'EaP.



*Il risultato principale che questo progetto si prefigge è lo sviluppo di nuovi modelli di lavoro per i giovani con minori opportunità, fornire strumenti innovativi e orientamento. Questo consentirebbe ai giovani di poter implementare autonomamente la proprie idee di imprese creative e culturali.*



## Incoraggia la tua creatività

In un mondo orientato al profitto il termine "strategia" è diventato una delle parole vuote più utilizzate. Ma la strategia dovrebbe essere un processo creativo e significativo che ci aiuta a progettare un futuro sostenibile basato su un'idea, dei valori e degli atteggiamenti chiari. Questa "missione è possibile" significa che sono necessarie nuove soluzioni, un pensiero e un modo di agire, non lineare, possibile soltanto grazie ad un approccio creativo.

Cominciamo insieme la nostra "missione possibile" partendo dal concetto di creatività e camminiamo senza intoppi verso i modi per potenziare la nostra creatività e oltrepassare i blocchi creativi.



## Il concetto di insegnamento della creatività

Accademici come E. Paul Torrance hanno dedicato un'intera vita allo sviluppo della creatività nel campo dell'educazione. Torrance a suo tempo affrontò molta opposizione riguardo la natura della creatività.

La creatività era considerata un'abilità incommensurabile e naturale. Torrance chiese invece l'insegnamento esplicito della creatività. Egli sosteneva che la creatività fosse necessaria per le abilità specifiche e ne richiedeva un'istruzione intenzionale. Il lavoro di una vita alla fine lo portò allo sviluppo del test di Torrance e di programmi di talento presenti in tutto il mondo.



Recentemente c'è stato uno spostamento verso una maggiore accettazione per quanto riguarda la valorizzazione della creatività di tutti gli studenti. Nel 2003 un discorso di Sir Ken Robinson ad un evento TED talk che parlava di questo argomento raggiunse oltre 5 milioni di telespettatori. Trattava di come i nostri attuali sistemi scolastici sopprimano la creatività. Robinson suggerì che il nostro attuale modello lasci di fatto poco spazio al pensiero divergente.



Gran parte della colpa per la mancanza di creatività, e quindi di innovazione, può essere ricondotta ai nostri sistemi educativi tradizionali che si basano sull'insegnamento della risposta corretta.

Un modello di pensiero innovativo diventa quindi necessario. Robinson ha recentemente twittato riguardo un nuovo studio che suggerisce che l'80% degli educatori esaminati vorrebbe includere la creatività come componente standard dell'apprendimento.

Allo stesso modo, David Hughes, fondatore di Decision Labs e professore di UNC Chapel Hill, sostiene che l'innovazione è un'abilità essenziale per la nostra economia globale. Parlando di creatività nelle scuole, afferma che gran parte della colpa per la mancanza di creatività, e quindi d'innovazione, può essere ricondotta ai nostri sistemi educativi tradizionali.



La pratica di metodi creativi viene svolta nella maggior parte al di fuori delle istituzioni educative classiche, da società di consulenza e da persone addestrate su come risolvere i problemi con metodi creativi. Nelle università non è cambiato molto dal 1950, quando l'illustre psicologo J. P. Guilford nel suo discorso inaugurale come presidente dell'Associazione di Psicologia Americana dichiarò che la negligenza in fatto di educazione della creatività era spaventosa.

A questa sequenza di eventi si aggiunge il fatto che i libri di testo sono obsoleti da almeno tre anni da quando vengono pubblicati e... i sistemi educativi sono i più lenti ad adottare le innovazioni. Quindi è evidente che le istituzioni educative hanno bisogno di una forte dose di risoluzione creativa dei problemi.

 Vorremmo offrirti nove modi, risultati efficienti durante la nostra ricerca e implementazione pratica.

## Nove modi per spronare la tua creatività



### 1. Poniti dei limiti

Hai mai notato un problema di difficile risoluzione nella quale potresti optare per la strada che comporta la "minima resistenza mentale", basandoti quindi su idee già avute o provando ad utilizzare tutte le risorse che hai a portata di mano?



Ti suggeriamo di auto imporre dei limiti che possano stimolare la tua creatività, questo obbliga anche le persone creative a lavorare fuori della loro zona di comfort.

Uno degli esempi più famosi è quando il Dr. Seuss ha prodotto Green Eggs & Ham dopo una scommessa con il suo editore che lo sfidò a produrre un intero libro con meno di 50 parole diverse.

Ricordati di questo, quando sei limitato nello scrivere, come ad esempio la biografia di Instagram o quando stai scegliendo parole brevi, ma "accattivanti" per un Tweet. Questo può portarti ad alcune soluzioni temporanee piuttosto creative e aumentare la tua capacità di improvvisare.

Prova a porre dei limiti al tuo lavoro e il tuo cervello potrebbe beneficiarne, trovando soluzioni creative per finire il lavoro rispettando i parametri che hai imposto.



### 2. Riconcettualizza il problema

Hai mai notato che le persone creative tendono a riconcettualizzare il problema più spesso delle loro controparti meno creative? Ciò significa che invece di pensare all'obiettivo finale di una determinata situazione, si siedono ed esaminano il problema in diversi modi prima di iniziare a lavorare.

Immagina di essere uno scrittore che gestisce la strategia di content marketing per una startup, se ti approcci ad un articolo con la mentalità "Cosa posso scrivere per ottenere molti feedback?", Non creerai qualcosa di veramente buono.



Tuttavia, prova a porre la domanda sotto un'altra prospettiva, come ad esempio: *"Che tipo di articoli ha risonanza nel pubblico e cattura la loro attenzione?"*. Ora stai pensando non solo a te stesso, ma al tuo pubblico e inizi ad interagire con esso. Grazie a tale approccio ti verrà in mente qualcosa di più originale.

Non preoccuparti se finirai per trovarti in una situazione di stallo concentrandoti su problemi generici come *"Cosa sarebbe bello dipingere?"*. Cerca di concettualizzare nuovamente il problema concentrandoti su un'angolazione più significativa come *"Che tipo di pittura evoca la sensazione di solitudine che tutti abbiamo affrontato durante il regime di quarantena?"*.



### 3. Crea una distanza psicologica

Mentre è ben noto che l'astenersi dall'eseguire un compito risulti un modo per superare un blocco creativo, sembra che anche la creazione di una distanza "psicologica" da esso possa essere utile. Le persone che hanno preso parte a questa ricerca sono state in grado di risolvere il doppio dei problemi di discernimento quando gli è stato chiesto di pensare all'attività come a qualcosa di distante, piuttosto che a qualcosa di prossimo.

Prova a immaginare il tuo compito creativo come disconnesso e distante dalla posizione/luogo corrente. Secondo questa ricerca, ciò potrebbe rendere il problema più accessibile e incoraggiare un livello di pensiero più elevato. Forse questo è un fenomeno umano per proiettarsi in sogni e obiettivi distanti.



### 4. Sogna ad occhi aperti

Sebbene molti studi confermano che sognare ad occhi aperti e fare un sonnellino può aiutare il processo creativo e superare lo stress e le esperienze negative.

Cioè, sognare ad occhi aperti e l'incubazione sono più efficaci quando lavori ad un progetto in cui hai già investito un grosso sforzo creativo.

Quindi, prima di provare a usare i sonnellini e i sogni ad occhi aperti come scusa per non lavorare, sii onesto con te stesso e non dimenticare di darti da fare prima!



### 5. Immergiti in qualcosa di assurdo

Quanto spesso ti ritrovi a immaginare situazioni strane? Devi sapere che una ricerca suggerisce che leggere/sperimentare qualcosa di assurdo o surreale può aiutare a rafforzare il riconoscimento di schemi e pensieri creativi. I soggetti dello studio indicato hanno letto Franz Kafka, ma sono suggerite dagli psicologi anche storie come Alice nel Paese delle Meraviglie.

La conclusione è stata che la mente cerca sempre di dare un senso alle cose che vede e l'arte surreale/assurda mette la mente in "overdrive" per un breve periodo mentre cerca di capire esattamente cosa sta guardando o leggendo.

Trova un po' di tempo per scoprire qualcosa che per te è nuovo e insolito nel campo dell'arte e della letteratura, come gli interessanti racconti *The Last Question* di Isaac Asimov, *Alice in Wonderland* di Lewis Carroll o sfogliando l'arte assurdistica in luoghi come r/HeavyMind.



### 6. Separa il lavoro dal consumo

Conosciuto anche come "stato assorbente", questa tecnica ha dimostrato di aiutare con il processo di incubazione ed è molto più efficace rispetto al tentativo di combinare il lavoro con il pensiero creativo.

Ha anche senso, infatti spesso ci troviamo in due stati mentali molto diversi quando assorbiamo un'attività e quando cerchiamo di creare qualcosa. Molto meglio se disattivi la "modalità lavoro" e consumi l'ispirazione sotto forma di lettura e osservazione. Successivamente, quando sarai pieno di ispirazione, potrai attivare di nuovo la tua "modalità lavoro" e illuminare il tuo progetto.



### 7. Crea quando sei in un forte stato emotivo

Per molto tempo, la ricerca ha indicato la felicità come lo stato ideale in cui creare. Di recente, tuttavia, uno studio relativamente nuovo sulla creatività sul posto di lavoro ha portato a questa coraggiosa conclusione: *"La creatività è aumentata quando le emozioni sia positive che negative sono al massimo..."*

Supponiamo che mentre alcuni stati d'animo negativi possano essere assassini della creatività, non sono universali come gli stati d'animo positivi (gioia, eccitazione, amore, e così via) In quanto a volte possono dare un impulso al pensiero creativo piuttosto che prevenirlo. Non vogliamo che tu ti metta di cattivo umore per creare qualcosa, ma la prossima volta che ti trovi in un forte stato emotivo, prova a sederti e concentra quell'energia sulla creazione di qualcosa, il risultato finale potrebbe essere utile e inaspettato.



### 8. Muoviti

C'è per caso da meravigliarsi che "Esercitarsi di più" sia una delle buone abitudini meglio viste in tutto il mondo?

Alcune ricerche suggeriscono che l'esercizio fisico può effettivamente aumentare il pensiero creativo, grazie alla sua capacità di far battere il cuore e mettere le persone in uno stato d'animo positivo. L'idea è simile a quella di altre ricerche che dimostrano che pensare all'amore può produrre più pensieri creativi; non è necessariamente l'atto, è piuttosto il cambiamento dell'umore.



Se sei bloccato in un percorso creativo e vuoi fare una pausa, prova ad includere l'esercizio fisico mentre il tuo cervello è inconsciamente al lavoro, potrebbe aiutarti ad accelerare il tuo momento "Aha!".



### 9. Chiediti "cosa sarebbe potuto essere?"



Secondo la ricerca che circonda il processo del pensiero controfattuale, guardando una situazione che si è già verificata chiedendosi: "Che cosa potrebbe essere successo?" può aumentare la creatività per brevi periodi di tempo.

## Come superare il blocco creativo



Imbattersi in un "blocco creativo" è estremamente frustrante per chiunque, ma soprattutto per quelle persone che svolgono regolarmente dei lavori creativi. C'è sicuramente una sensazione di impotenza quando devi progredire con un'idea, ma non riesci proprio a farlo.

Per il resto di noi, che tu sia sommerso da troppe opzioni contemporaneamente, o peggio, nel caso tu non riesca ad evocare neanche un'unica idea creativa che possa salvarti la vita, i blocchi mentali possono davvero porre un freno ai tuoi sforzi creativi.

Spesso troviamo una soluzione quando ci allontaniamo dal problema e torniamo su di esso in un secondo momento. Hai mai perso ad un videogioco? Sicuramente ci hai provato ancora e nella partita successiva sei riuscito ad andare più avanti, dopo qualche tempo hai raggiunto l'obiettivo e assaporato il gusto della vittoria.

Dopodiché ti sarai chiesto: "Perché non ci sono riuscito la prima volta?!" Questo è dovuto a un effetto cerebrale chiamato effetto di incubazione, parte delle 5 fasi della creatività:

- 1 Preparazione
- 2 Incubazione
- 3 Intimazione
- 4 Illuminazione o comprensione
- 5 Verifica



Il problema di queste fasi è che quella utilizzata per sfondare il blocco creativo (l'incubazione) è alquanto misteriosa e vaga; sappiamo che fare una pausa è una parte di essa, ma oltre a questo, cos'altro c'è? Una cosa è certa: funziona sicuramente. Sono stati condotti circa 50 studi separati su Incubazione + creatività e oltre 3/4 di essi hanno riscontrato un effetto maggiore (altri hanno riscontrato effetti minori sulla creatività o nessun effetto, ma era prevedibile).

Inoltre, la ricerca ha rivelato che quando le persone vengono interrotte mentre svolgono un'attività creativa, è molto più probabile che producano idee creative una volta che gli viene chiesto di riprenderla.

Cosa significa: *Le persone che sono state interrotte durante l'attività creativa e alle quali non è stato detto di riprenderla, non sono state in grado di produrre molte idee creative.*

*Al contrario, coloro a cui è stato detto che avrebbero ripreso il compito che avevano in precedenza sono tornati con idee più creative.*



I ricercatori hanno concluso che forse le pause programmate consentono alle persone di lavorare inconsciamente sui compiti, portando alla reazione "Aha!" che tutti conosciamo e amiamo e che spesso viene dal nulla. Ciò significa che sconfiggere il blocco mentale richiede più di una semplice pausa casuale, e che le persone creative possono trarre vantaggio dalle interruzioni pianificate, nella quale rimangono motivate sapendo che

affronteranno nuovamente il problema.



Per massimizzare l'efficacia dei periodi di incubazione e stimolare altri momenti "Aha!", cerca di non affaticarti mentalmente utilizzando delle pause creative pianificate per lasciare che il tuo inconscio lavori sul problema che ti affligge.

### *Creatività in gruppo: Perché il brainstorming non funziona?*

Inaspettato vero? I ricercatori hanno scoperto che le persone appartenenti a gruppi di brainstorming producono meno idee e di qualità inferiore rispetto a quando lavorano da sole.



Ecco perché i ricercatori sono convinti di questo:

★ **Social loafing:** la ricerca nell'area del "Social loafing" mostra che quando le persone sono in gruppo, hanno meno probabilità di impegnarsi seriamente poiché tanto se ne occuperanno gli altri.

★ **Blocco della produzione:** quando le persone parlano, il resto del gruppo di brainstorming deve aspettare. Questo fa sì che alcune persone perdano la concentrazione e quindi le loro idee, si dissuadono dal menzionarle o semplicemente dimenticano alcune delle intuizioni che hanno appena elaborato.

★ **Apprensione per la valutazione:** in poche parole, sebbene molti gruppi di brainstorming provino a lasciare fuori la valutazione il più a lungo possibile, i partecipanti sanno che gli altri membri possono giudicare le loro idee mentre le espongono. Quando sei da solo, invece, hai più tempo per costruire un'idea prima di presentarla a qualcuno.



*Dal momento che non tutto il lavoro creativo può essere svolto in solitaria, è necessaria una sorta di collaborazione per assicurarsi che nessuna idea venga ignorata e per garantire che l'intero gruppo si senta coinvolto nel mettere in atto le idee.*

Come funziona? Innanzitutto bisogna seguire le vecchie regole del brainwriting, che include quanto segue:



- ➡ Non criticare
- ➡ Concentrati sulla quantità
- ➡ Combina e migliora le idee prodotte dagli altri.
- ➡ Scrivi ogni idea che ti viene in mente, non importa quanto pazzesca essa sia.
- ➡ NOI crediamo in TE!



## Analizza e scegli la migliore idea imprenditoriale

Avviare un'impresa sociale sarà difficile. Può essere estremamente gratificante, ma prima di tutto sarà difficile. L'unico modo per portare avanti e avere successo con la tua iniziativa superando tutte le parti difficili e le lunghe ore di lavoro, è essere appassionato di ciò che stai facendo. Segui i tuoi sogni e usa le tue conoscenze. La tua passione e la tua conoscenza sono i posti migliori per iniziare a scegliere la tua nuova attività. Accetta la sfida e segui le istruzioni per hackerare la vita :)



### La Business Idea

Adempiere i propri obblighi sociali e culturali dipende da un'azienda forte e sostenibile. Per costruire un business sostenibile di successo, l'idea iniziale deve essere fattibile e creativa. Alcune persone potrebbero avere una grande idea per un'azienda prima ancora di iniziare, altri potrebbero aver bisogno di tempo per elaborarne una che fa al caso loro.

Questa sezione ti aiuterà a capire come generare e valutare un'idea imprenditoriale (o business idea).



### 1. Perché la business idea è importante?

Un'idea imprenditoriale è un concetto che può comportare un guadagno finanziario e può consistere in un prodotto o un servizio in cambio di denaro. Tuttavia se l'obiettivo della tua impresa è quello di perseguire un fine sociale oltre che creativo e culturale, ci si potrebbe chiedere perché la business idea sia importante.

In effetti, l'idea imprenditoriale è il fondamento di ogni impresa, probabilmente è ancor più importante della missione sociale poiché l'imprenditoria sociale è prima di tutto un business. Di fatto è la business idea che differenzia l'imprenditoria sociale dalle organizzazioni benefiche. Avere una fonte di reddito da attività commerciali consente all'imprenditoria creativa e culturale di seguire la propria agenda, in modo indipendente, senza interferenze da parte del governo locale, regionale o nazionale né di altre organizzazioni che potrebbero voler dettare la direzione e la missione.



### 2. Generare idee

Generare idee è il primo ostacolo da affrontare quando si avvia la propria attività imprenditoriale, quindi ecco alcuni metodi che ti suggeriamo per aiutarti ad andare avanti:

- ★ **Famiglia** – Spesso gli imprenditori possono trovare ispirazione dalla propria famiglia. Passa un po' di tempo a parlare con la tua famiglia, ponendo loro domande e vedi cosa succede.
- ★ **Amici** – Allo stesso modo, i tuoi amici possono essere una risorsa preziosa quanto la famiglia.
- ★ **Cosa ti infastidisce?** – Probabilmente ci sono state molte volte in cui un prodotto o un servizio ti ha infastidito. Pensa a quei momenti e chiediti perché ti sei sentito così, poi fai del brainstorming per trovare dei modi in cui potresti ripararlo o farlo meglio.
- ★ **Hobbies** – Quali hobby o interessi hai? Potrebbe uno di questi trasformarsi in un modo per guadagnare soldi e diventare un business?
- ★ **Viaggio** – Viaggiare ti darà una prospettiva migliore sul mondo e ti farà crescere come persona. Potresti vedere qualcosa che pensi possa funzionare nel tuo paese o regione, oppure potresti incontrare qualcuno con cui poter stringere una partnership.

- ★ **Tieni gli occhi aperti** – Essere più consapevoli dell'ambiente circostante può darti l'ispirazione di cui hai bisogno, potrebbe trovarsi anche di fronte a te.
- ★ **Esamina servizi e prodotti esistenti**– L'innovazione viene dallo sviluppo di articoli di uso quotidiano. Guarda cosa ti circonda e chiediti, cosa potrei fare meglio?
- ★ **Dormici sopra** – Spesso raggiungiamo il massimo della creatività quando dormiamo. Quando ti svegli la mattina, scrivi ciò che ti ricordi.
- ★ **Ricerca su Internet** – Hai una straordinaria ricchezza di conoscenze a portata di mano, usala!

Proviamo? Prendi una matita e inizia a visualizzare!

- 1 Scrivi le tue idee di business, possono essere stravaganti quanto vuoi.
- 2 Cerca se questo tipo di attività è già stata svolta o, se nessuno l'ha mai fatta prima, ma soprattutto se l'idea è possibile.
- 3 Identifica gli aspetti positivi di questa idea (*è veramente utile/migliorerà la vita delle persone?*) O qualcosa che potresti fare per migliorare il prodotto/il business esistente.
- 4 Scrivi gli svantaggi di questa idea, (*è troppo costosa?/Esiste la tecnologia per realizzarla?*)

Ideas	Has the idea been done before? (Y/N)	Advantages or positive impact of this idea	Disadvantages or negative impact of this idea



### 3. Valutazione dell'idea imprenditoriale

Una volta che hai l'idea imprenditoriale è importante esaminarla più dettagliatamente e assicurarti che sia praticabile. **La redditività** si riferisce al potenziale di un'azienda di sopravvivere e sostenere profitti

nel lungo termine. Affinché un'azienda sopravviva, deve trasformare il profitto anno dopo anno. Più a lungo un'azienda può rimanere redditizia, migliore sarà la sua redditività.

Ci sono tre domande che puoi porti per valutare quanto sia fattibile un'idea:

⇒ *Che problema stai cercando di risolvere? / Qual è il senso del tuo prodotto/servizio?*

⇒ *Cosa c'è di nuovo o distintivo nel tuo prodotto o servizio? / C'è la concorrenza da parte di qualcuno che lo sta già facendo? In questo caso, come si differenzia il tuo approccio? Se invece la risposta è no, perché non lo sta facendo nessuno?*

⇒ *Chi pagherà per quello che fai? / Esiste un mercato per quello che stai offrendo?*



It is important to ensure that the business idea supporting a creative and cultural enterprise is viable and sustainable. A creative and cultural will not be able to achieve its creative, cultural and social ambitions if it is unable to support itself financially, this is why the business idea is essential to the success of a social entrepreneurship.



### 4. La missione sociale

Ciò che differenzia l'imprenditorialità creativa e culturale da un'azienda normale è la sua missione sociale e il suo approccio culturale e creativo. Ti aiuteremo a capire cos'è una missione sociale e come l'imprenditoria sociale dovrebbe cercare di affrontarla. Discuteremo anche come gestire le relazioni, in particolare con i vostri beneficiari e con i vostri partner.

Esistono diversi problemi sociali che si trovano ad affrontare le persone di tutto il mondo, ecco alcuni esempi di cosa intendiamo quando ci riferiamo a problemi sociali:



- 👊 Un grosso numero di migranti e rifugiati
- 👊 Un alto tasso di disoccupazione giovanile
- 👊 L'invecchiamento della popolazione
- 👊 Un'alto numero di senzatetto

I problemi sopra elencati sono problemi generali che interessano molti luoghi del mondo, tuttavia potrebbero esserci dei problemi sociali che potresti aver notato in modo particolare nella tua zona. A differenza dell'idea imprenditoriale, la maggior parte degli imprenditori sociali non "sceglie" un problema sociale, ma ne sceglie uno con cui ha avuto un'esperienza diretta o con cui ha in qualche modo interagito.

Il problema sociale è il motore chiave dell'imprenditoria sociale, è il motivo per cui esiste e le sue operazioni dovrebbero essere volte ad affrontare nel miglior modo possibile tale problema sociale.



Quando si identifica un problema sociale, è necessario riflettere se la soluzione sta affrontando la causa principale o se si tratta semplicemente di un sintomo di problema più grande. Ad esempio, se la tua impresa sociale fornisce formazione professionale ai senzatetto e agli ex senzatetto per aiutarli a trovare un lavoro, c'è da notare che pur aiutando le persone a sfuggire dalla strada, in primo luogo non impedisce alle persone di diventare senzatetto.

Tuttavia, per alcuni problemi, sarebbe molto difficile affrontare la causa principale. Ad esempio, la situazione dei rifugiati e dei migranti è stata causata da eventi geo-politici che è improbabile che tu possa risolvere. Tuttavia è comunque un problema che l'imprenditoria sociale alleviare.



*La chiave è affrontare la causa alla radice ove possibile, ma alla fine basta avere un impatto positivo laddove possibile.*

Social Issue	Business
Homelessness	Tour Guiding Business
Youth Unemployment	Café/Restaurant
Refugees and Migrants	Grocery Store
Disabled Adults	Magazine/Newspaper
Vulnerable Elderly People	Upcycling Shop
Indigenous Populations	Art Gallery

## Sviluppare la tua idea di business

Una volta che hai un'idea di business creativo e una missione sociale, dovrai svilupparla e trasformarla in qualcosa di reale. Per fare ciò, devi capire il valore che stai creando.



Le i-c/c si affidano alla Triple Bottom Line per valutare il valore creato e l'impatto avuto. Questo è un altro fattore che le differenzia dalle normali aziende.

Inoltre, al fine di comprendere i passaggi pratici da adottare per creare la propria attività, è necessario definire la propria visione, la propria missione e fissare i tuoi obiettivi.



### 1. Crea profitto con la Triple Bottom Line

La TRIPLE BOTTOM LINE è la convinzione che le aziende dovrebbero concentrarsi su tre diverse linee di fondo:

- ★ La prima è il profitto – La misura tradizionale dei profitti e delle perdite di qualunque azienda.
- ★ La seconda sono le persone – La misura di quanto un'azienda è socialmente responsabile nelle sue operazioni.
- ★ La terza e ultima è il pianeta – Quanto un'azienda è responsabile nei confronti dell'ambiente.



Quindi ora hai un'idea imprenditoriale e hai identificato una missione sociale. Ora devi pensare a come combinare questi due fattori per creare la tua impresa sociale e per creare profitto con la Triple Bottom Line.

Ecco alcuni framework di successo che sono stati utilizzati in precedenza da i-c/c:

- ✓ **Compensazione incrociata** - un gruppo di clienti paga per il servizio. I profitti ottenuti da questo gruppo vengono utilizzati per sovvenzionare il servizio ad un altro gruppo sotto servizio.

- ✓ **Commissione per il servizio** - i beneficiari pagano direttamente i beni o i servizi forniti dall'i-c/c.
- ✓ **Formazione su impiego e competenze** - l'obiettivo principale è fornire ai beneficiari (cioè i dipendenti) retribuzioni, sviluppo delle competenze e formazione professionale.
- ✓ **Intermediario di mercato** - l'i-c/c funge da intermediario o distributore per un mercato più ampio. I beneficiari sono i fornitori del prodotto e/o del servizio che viene distribuito su un mercato internazionale.
- ✓ **Market Connector** - l'i-c/c facilita le relazioni commerciali tra beneficiari e nuovi mercati.
- ✓ **Supporto indipendente** - l'i-c/c fornisce un prodotto o un servizio ad un mercato esterno che è separato dal beneficiario e dall'impatto sociale generato. I fondi vengono investiti per sostenere i programmi sociali a favore del beneficiario.
- ✓ **Cooperativa** - un'attività a scopo di lucro o no profit di proprietà dei suoi membri che utilizzano anche i suoi servizi, fornendo praticamente qualsiasi tipo di merce o servizio. Tuttavia non c'è nulla che ti impedisca di combinare uno o più di questi framework o di crearne tu stesso uno, l'i-c/c si basa sull'innovazione!



## 2. Analisi SWOT

Scopri cosa funziona bene e cosa meno. Chiediti *dove vuoi andare, come potresti arrivarci e cosa potrebbe ostacolarci*. Questi sono problemi grandi e avrai bisogno di una tecnica semplice, ma potente che possa aiutarti: La SWOT Analysis. Proviamo a decifrare e a dare un'occhiata più da vicino all'analisi SWOT.

SWOT sta per **punti di forza, di debolezza, opportunità e minacce** (rispettivamente Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) quindi un'analisi SWOT è una tecnica per valutare questi quattro aspetti della tua attività.



Puoi utilizzare SWOT Analysis per sfruttare al massimo ciò che hai a disposizione, a tutto vantaggio della tua organizzazione. E puoi ridurre le possibilità di fallimento, comprendendo ciò che ti manca ed eliminando i rischi che altrimenti potrebbero coglierti di sorpresa.

Meglio ancora, puoi iniziare a elaborare una strategia che ti distingue dai tuoi concorrenti e quindi competere con successo nel tuo mercato.

S STRENGTHS	W WEAKNESSES	O OPPORTUNITIES	T THREATS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Things the company does really well</li> <li>• Qualities and characteristics which give you an advantage over the competition</li> <li>• Internal resources such as dedicated and knowledgeable staff</li> <li>• Assets such as capital, intellectual property, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Things the company lacks</li> <li>• Things the competition does better</li> <li>• Limited resources</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untapped or underserved markets</li> <li>• Few competitors</li> <li>• Growing demand for your products or services</li> <li>• Positive press/media coverage</li> <li>• Goodwill amongst target audience</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• New competition</li> <li>• New industry and/or regulatory standards</li> <li>• Negative press/media coverage</li> <li>• Lack of goodwill</li> </ul>

Utilizza tecniche di brainstorming per creare un elenco di idee per capire dove è posizionata la tua organizzazione. Ogni volta che identifichi un punto di Forza, Debolezza, Opportunità o Minaccia, annotalo nella parte pertinente della griglia.

Per chiarire a quale sezione appartiene un'idea, può essere utile pensare a punti di forza e di debolezza come a fattori interni, cioè che hanno a che fare con l'organizzazione, i suoi beni, i processi e le persone che la compongono. Pensa alle opportunità e alle minacce come a fattori esterni, derivanti dal tuo mercato, dalla tua concorrenza e dall'economia in generale.



## 3. Visione, Missione e Obiettivi

Come le normali imprese, anche le imprese sociali hanno bisogno di pianificazione. Devi capire cosa vuoi ottenere tramite l'impresa sociale, per poi capire come arrivarci e quali passi pratici intraprendere.

Per riuscire a fare questo e creare quindi un piano da seguire, ecco tre cose da considerare: **la tua visione, la tua missione e i tuoi obiettivi**.

★ **La tua visione** – La tua visione è il grande risultato della tua impresa sociale, non deve essere troppo specifico, ma deve descrivere le tue ambizioni. Pensando al futuro, come o perché il mondo sarà diverso grazie a quello che realizza la tua impresa?

★ **La tua missione** – La tua missione dovrebbe essere più specifica, cosa stai effettivamente cercando di raggiungere?

★ **I tuoi obiettivi** – I tuoi obiettivi sono i passi pratici che devi compiere per raggiungere la tua missione e realizzare la tua visione. Cosa sono le azioni da compiere e in quale arco di tempo?



Gli obiettivi fanno parte di ogni aspetto del business e della vita, ci forniscono una direzione, motivazione, un focus ben definito, chiariscono l'importanza di ciò che stiamo facendo. Stabilendo degli obiettivi per te stesso, ti dai uno scopo a cui mirare.

L'obiettivo SMART (o SMART goal) viene utilizzato per guidare l'impostazione degli obiettivi. È un acronimo che sta per **specifico, misurabile, realizzabile, pertinente e tempestivo** (rispettivamente *Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Timely*).



➡ **SPECIFICO** - Gli obiettivi specifici hanno una probabilità significativamente maggiore di essere raggiunti.

Ad esempio, un obiettivo generale potrebbe essere "Voglio suonare la musica". Un obiettivo più specifico è invece "Voglio dare lezioni di musica nel mio centro della comunità locale entro un anno per diffondere la musica tra la gente del posto".

➡ **MISURABILE** - un obiettivo deve avere dei criteri per misurarne i progressi. Se non ci sono criteri, non sarai mai in grado di determinare i tuoi progressi e capire se sei sulla buona strada per raggiungere il tuo obiettivo.

Ad esempio, basandoci sull'obiettivo specifico sopra citato: "Durante l'estate darò lezioni di musica presso il mio centro per diffondere la musica tra le giovani generazioni locali. Ogni settimana avrò tre lezioni."

➡ **REALIZZABILE** - un obiettivo deve essere accessibile e raggiungibile. Questo ti aiuterà a capire come puoi realizzare quell'obiettivo e come lavorare per raggiungerlo. La realizzabilità dell'obiettivo dovrebbe essere stracchiata per metterti alla prova, ma comunque ben definita per consentirti di raggiungerlo.

➡ **PERTINENTE** - un obiettivo deve essere realistico, quindi può essere concretamente raggiunto con le risorse e il tempo a disposizione. L'obiettivo probabilmente diventa più realistico quando tu sei convinto che possa essere realizzato.

➡ **TEMPESTIVO** - un obiettivo deve essere limitato nel tempo, pertanto avere una data di inizio e fine. Se l'obiettivo non è limitato nel tempo, non ci sarà alcun senso di urgenza e motivazione per raggiungerlo.

Ad esempio, basandoci ancora sull'obiettivo specifico sopra citato: "Durante l'estate darò lezioni di musica presso il mio centro per diffondere la musica tra le giovani generazioni del posto. Ogni settimana avrò tre lezioni. La prima lezione si svolgerà il 1° giugno 2020." "



Essere in grado di comunicare la tua visione e la tua missione è particolarmente importante quando interagisci con i clienti e il tuo potenziale pubblico. Ti sarà d'aiuto anche quando tenterai di coinvolgere i partner, non puoi aspettarti che siano disposti a partecipare se non riesci a descrivere accuratamente ciò che stai cercando di ottenere.

## Trova il tuo Gruppo/Pubblico di riferimento

Uno dei più grandi errori che puoi fare quando avvii la tua attività è cercare di rivolgerti a tutti. Invece di provare ad aver successo commercializzando a tutti, definisci il tuo pubblico di destinazione. Per trovare il tuo pubblico di riferimento devi metterti nei loro panni.

Siete pronti? Allora segui alcuni semplici passaggi che ti consentiranno di rivolgerti al pubblico giusto e avere più successo di quanto tu abbia mai immaginato.



### 1. Comprendere il tuo target di riferimento

Pensare al tuo pubblico come ad una grande stanza piena di gente non è particolarmente sagace. Dovresti invece pensare alle persone in quanto individui all'interno di quella stanza.

Puoi farlo creando "personas" dei clienti, dei personaggi immaginari che rappresentano al meglio il tuo mercato di riferimento.

Nome - *Mary Stark*  
Età - *23 anni*  
Stato civile - *celibe.*  
Bambini - *no*  
Istruzione - *università*  
Occupazione - *volontariato presso ONG locale*  
Posizione - *disoccupata*  
Dove abita - *in una casa condivisa alla periferia della città*  
Le piace - *viaggiare, i festival musicali e Banksy*  
Non le piace - *corporazioni e fast-food*  
Quali sono i suoi bisogni - *trovare un'occupazione nel campo dell'istruzione e della cultura*  
Possibile utilizzo dei social media - *Facebook e Twitter*



Ovviamente si può esplorare molto più in profondità dell'esempio sopra riportato e aggiungere qualche persona in più al nostro piano di marketing, ma personalizzando il pubblico, dovresti iniziare a farti un'idea delle singole persone che entreranno in contatto con la tua impresa sociale.



### 2. Network e ricerca

Hai amici sui social media, i tuoi amici hanno degli amici che hanno a loro volta altri amici.... Mettiti in contatto con i tuoi network e chiedi loro di invitare i loro amici a mettere mi piace alla tua pagina. Gli approfondimenti sulle [pagine di Facebook](#) o [Google Analytics](#) ti daranno una visione approfondita dei network che utilizzi, vedrai come potrai estrarre informazioni e utilizzarle per il tuo bene.



Potrebbe rivelarsi necessario essere anche un po' subdolo per scoprire cosa stanno facendo i tuoi concorrenti, con chi parlano, in che modo parlano con i clienti e cosa puoi fare diversamente da loro.



### 3. Fai la differenza nelle loro vite

Sii chiaro su ciò che stai portando al tavolo. Perché un potenziale cliente dovrebbe venire da te invece di andare da un tuo concorrente? Sono prodotti e servizi di qualità superiore, c'è una nicchia che hai scoperto, hai altre cose che offri che la

concorrenza non ha?

Se hai visto un [buco di mercato](#), devi personalizzare il tuo messaggio per farti sentire. Non farti trovare impreparato senza aver niente di nuovo o unico, poiché così facendo non sarai in grado di competere con le grandi aziende.



#### 4. *Contenuto*

Rendi i tuoi contenuti pertinenti per il cliente. Lascia che risponda alle sue domande invece di fornire informazioni generiche che non aggiungono alcun valore. Conoscere il tuo background formativo e professionale, sebbene sia buono a sapersi, non ti semplificherà la vita.

Controlla cosa pubblichi per vedere cosa piace e cosa non piace alle persone. Esistono molti strumenti online che puoi utilizzare per farlo, tra cui Google Analytics. Una volta che sai cosa piace leggere o vedere al tuo pubblico, puoi personalizzare i tuoi post futuri in modo appropriato.



#### 5. *Sondaggi*

Non dare per scontato di sapere cosa vogliono le persone. Impara da loro, coinvolgile nel processo, genera conversazioni che ti porteranno a grandi intuizioni che utilizzerai per rendere la tua presenza online più forte e pertinente.

Puoi anche usare strumenti come [clickinsights](#), [survey monkey](#). Puoi programmare e-mail da inviare ai tuoi abbonati ogni due mesi o trimestralmente ponendo domande dirette. Ad esempio su cosa vogliono maggiori informazioni o su aree che vorrebbero affrontare.



#### 6. *Coinvolgi i tuoi followers*

Una ragione per cui le persone cancellano la propria iscrizione è la mancanza di coinvolgimento con il proprietario della pagina dei social media. Assicurati di monitorare attentamente le tue pagine e di rispondere a domande o commenti. Sì, anche i commenti offensivi o cattivi.

Partecipa su gruppi pertinenti; puoi trarne molto coinvolgendo un pubblico diverso, ti darà una migliore comprensione di ciò che vogliono davvero. Fai mini sondaggi su cose

interessanti, anche se non correlate alla tua attività. L'idea è quella di coinvolgere le persone nelle tue pagine.



#### 7. *Resta sul pezzo*

Hai dedicato del tempo a conoscere il tuo pubblico e sei pronto a creare buoni contenuti che portino le persone a interagire con le tue pagine social.

Ricorda di creare contenuti incentrati sulle loro esigenze e interessi. Metti insieme un elenco di domande frequenti che ti sono state fatte sui social media e via e-mail. Spiega loro come la tua iniziativa li aiuterà a prendersi cura di ciò che li preoccupa; vogliono essere informati su come il prodotto renderà le loro vite più facili, non quanto siano grandi le caratteristiche del prodotto.

Infine, guidali verso un "invito all'azione", ad esempio "iscriviti al nostro canale YouTube" o "seguici su Instagram".

In questo modo sarai in grado di costruire la tua [community sui social media](#) e avere più persone coinvolte nelle tue pagine.



## Crea il tuo business plan

“I piani sono inutili, ma pianificare è tutto.”

*Dwight D. Eisenhower*

Prendiamo come un buon consiglio la dichiarazione fatta del generale dell'esercito americano e sviluppiamo insieme una pianificazione di successo per la tua futura impresa sociale e culturale.



Vorremmo offrirti uno schema guida per la ricerca, la pianificazione e la stesura di un business plan (o piano aziendale) per la tua impresa sociale e culturale.

Le sezioni seguenti fungono da tabella di marcia. La maggior parte dei business plan include ciascuna di queste sezioni, sebbene la lunghezza e la quantità di dettagli variano a seconda della natura dell'impresa, della complessità dell'organizzazione, dello scopo e del pubblico di riferimento.

### Sintesi

La sintesi (executive summary) fornisce le informazioni più importanti per i lettori che devono comprendere e supportare il concetto, ma non necessariamente conoscere i piani nel dettaglio.

- Descrizione dell'organizzazione
- Concetto di business
- Descrizione del mercato
- Proposta di valore o vantaggio competitivo
- Fattori chiave del successo
- Principali aspetti finanziari e requisiti patrimoniali

### Missione

Un'impresa sociale e culturale dovrebbe chiaramente indicare la sua missione, visione e proposta di valore, di cui abbiamo già discusso in precedenza.

Alcuni includono la teoria del cambiamento. L'adattamento alla missione è una questione cruciale.



- Missione dell'organizzazione e/o dichiarazione della visione aziendale
- Rapporto tra impresa sociale e missione organizzativa o missione separata dell'impresa

### Background e struttura

Questa sezione riepiloga la storia e i programmi dell'organizzazione e il modo in cui l'impresa si adatterà dentro un'organizzazione più ampia. La forma dovrebbe seguire la funzione e la struttura legale dovrebbe supportare lo scopo e le attività dell'impresa

- Breve descrizione, includendo contesto e programmi
- Come sarà strutturata l'impresa commerciale nell'organizzazione
- Struttura giuridica e governance (consigli di amministrazione, comitati consultivi, relazioni)

### Persone

Le persone coinvolte sono molto importanti, specialmente gli investitori e i donatori.

- Personale chiave
- Consulenti
- Supporters e partners
- Organigramma dell'organizzazione
- Piano delle risorse umane orientato al futuro



### **Analisi di mercato**

L'analisi del mercato è il cuore del business plan e troppo spesso non viene esplorata abbastanza quando si pianifica un'impresa sociale. Sono necessarie buone ricerche per comprendere il target di clienti e come l'impresa colmerà una lacuna e una domanda esistente sul mercato.

- Sintesi dell'attuale situazione di mercato
- Mercato e clienti di riferimento
- Caratteristiche dei clienti



### **Analisi comparativa**

Questa sezione descrive la concorrenza, sia senza scopo di lucro che a scopo di lucro, ma la proposta di valore, o vantaggio di mercato dell'attività proposta.

- Concorrenti primari
- Servizi e prodotti competitivi
- Rischi e opportunità del mercato competitivo
- Descrizione specifica del vantaggio/valore competitivo del prodotto o servizio propostoe



### **Servizi e prodotti**

Consiste in un riepilogo del prodotto o servizio che soddisferà la domanda del mercato. Non è necessario includere descrizioni dettagliate, listini prezzi o altri materiali.

- Descrizione dei prodotti o servizi
- Posizionamento dei prodotti o servizi
- Futuro dei prodotti/servizi



### **Marketing e vendite**

Questa sezione descriverà come l'organizzazione raggiungerà il mercato di riferimento e trasformerà tali clienti potenziali in clienti paganti.

- Strategia Marketing
- Tattiche di vendita
- Pubblicità, pubbliche relazioni e promozioni
- Riepilogo delle previsioni di vendita



### **Operazioni**

Questa è la sezione "come fare", che descrive la creazione e la consegna del servizio o del prodotto dell'azienda.

- Struttura di gestione
- Piano del personale e persone chiave
- Strategia e piano di assistenza / supporto clienti
- Servizi richiesti, inclusa attrezzatura specializzata e miglioramenti.



### **Valutazione**

La maggior parte delle aziende a scopo di lucro misura il proprio successo in base ai risultati finanziari. Le imprese sociali hanno una **triple bottom line**.

Ti ricordi?  
Questa sezione descrive i fattori che verranno valutati per valutare il successo di ciascuno

- Obiettivi finanziari quantificabili
- Obiettivi missione quantificabili
- Strategia di monitoraggio e valutazione





### Piano finanziario e proiezioni

La sezione finanziaria comprende le proiezioni di entrate e spese per almeno tre anni.

Questa sezione descrive in dettaglio i costi di avviamento di attrezzature, inventario, marketing iniziale e del personale. Questi requisiti possono essere finanziati da contributi delle organizzazioni no profit, sovvenzioni per l'impresa e così via.



- Costi di avviamento e investimenti in attrezzature/tecnologia
- Requisiti patrimoniali e fonti
- Proiezione di entrate e uscite
- Riepilogo o proiezione del flusso di cassa
- Commenti e presupposti



### Rischi

Precisa i principali rischi e come vengono mitigati. Mostra sempre le possibili soluzioni che hai per i rischi citati.

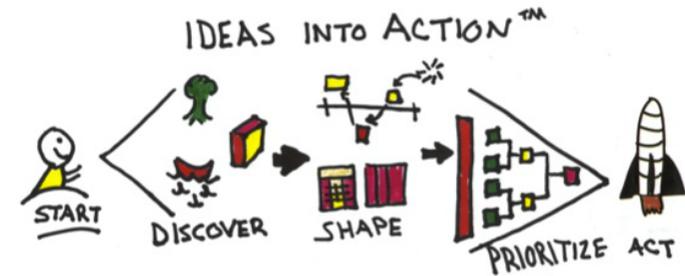
- Rischi esterni
- Rischi interni



## Vendi la tua idea

Spesso non è sufficiente possedere una buona visione o una buona idea, si dovrebbero attuare molti altri passaggi e valutazioni, necessari per trasformarli in un successo misurabile. In questo momento di sovrabbondanza informativa, l'attenzione della gente non può essere catalizzata su tutta la sua varietà, quindi la mente umana agisce in modo selettivo per proteggere la persona dal sovraccarico.

L'assegnazione delle priorità avviene spesso in modo conscio, ma col tempo diventa subconscia ed è questo che ogni imprenditore dovrebbe affrontare: c'è soltanto un numero limitato di persone potenzialmente interessate a un'offerta e questo a seconda del loro attuale stato sociale, dello stato emotivo o altra congiuntura.



Una delle prime cose da fare per un imprenditore quando si tratta di trasformare le idee in azioni, è capire il target di riferimento che sarà interessato alla nostra idea e quali sono i gruppi che collaborerebbero per realizzarla.

Ciò comporta studiare l'ambiente sociale, le esigenze di potenziali beneficiari e clienti/compratori o donatori. Devi ricordare che ogni idea o iniziativa dovrebbe risolvere qualche problema e devi chiederti costantemente che problema c'è per la tua impresa. Per gli imprenditori sociali un successo si misura in primo luogo dall'effetto sociale che l'impresa genera.



Ti consigliamo vivamente di iniziare a fare ricerche nel tuo campo. La fattibilità della tua idea si basa sulla sua unicità, novità e pertinenza.

Parla con gli esperti del campo che conosci di persona o tramite reti professionali, leggi fonti professionali e rimani aggiornato sulle ultime novità del settore.

Dovresti avere le risposte per le seguenti domande:

- ⇒ *Qualcuno ha già implementato la mia idea? Se non hanno avuto successo, la mia versione è migliore?*
- ⇒ *Quali altre soluzioni simili o complementari sono disponibili??*
- ⇒ *Quanto è grande il tuo pubblico di riferimento?*
- ⇒ *Mi fa sentire realizzato lavorare su questa causa?*



Oltre a studiare la tua idea e i gruppi a cui è rivolta, dovresti essere preparato e conoscere l'argomento in modo da poter presentare l'idea in modo attraente ai tuoi potenziali clienti. Questo è un fattore molto importante e trascurarlo che può portare a sottovalutare o trascurare le buone idee.

Pertanto, ci sono una serie di tecniche che dovresti padroneggiare per essere in grado di presentare al meglio le idee, riveleremo quindi il Pitching (lancio).



### **Pitching**

Elaborare buone idee è abbastanza difficile, ma convincere gli altri a farci qualcosa è molto più difficile. In molti campi il compito di portare un'idea a qualcuno, con il potere di far qualcosa con essa, è chiamato Pitch: idee per le funzionalità del software, strategie di implementazione, sceneggiature di film, cambiamenti organizzativi e piani aziendali, sono tutti "lanciati" da una persona all'altra.



- ✓ **Il tempismo è fondamentale**  
Minore è il tempo che impiega il pitch, meglio è. Un'idea geniale non significa nulla a meno che tu non riesca a distillarla in alcuni momenti di puro potere. Più conciso sarai, maggiore sarà la tua efficacia.
- ✓ **Trasforma il tuo pitch in una storia**  
Lo storytelling è un modo scientificamente provato per catturare e mantenere l'attenzione di un ascoltatore. Inoltre, rende il tuo pitch indimenticabile.
- ✓ **Spiega chiaramente qual è il tuo prodotto**  
Mostra ai tuoi potenziali investitori una foto del prodotto reale o daglielo in mano.
- ✓ **Spiega chiaramente ciò che è unico nel tuo prodotto/servizio**
- ✓ **Spiega esattamente chi è il tuo pubblico di riferimento**  
Usa le caratteristiche demografiche e psicografiche per individuare i tuoi clienti. Mostra agli investitori un'immagine di un cliente insieme a dati rilevanti che lo riguardano.
- ✓ **Sii entusiasta**  
Una buona tecnica per aumentare il tuo livello di energia è di aggiungere circa il 50 per cento in più energia di quella che ti fa sentire a tuo agio. L'entusiasmo sfrenato non oscurerà la tua raffinatezza, perspicacia, integrità e realismo. Le migliorerà solamente.
- ✓ **Cur ail tuo aspetto**  
Puoi giudicare una persona dal suo aspetto. Potrebbe essere ingiusto e potresti sentirti, ma questa è una tendenza umana naturale che non si può superare.
- ✓ **Allena il tuo Pitch**  
Sì, di nuovo.
- ✓ **Preparati a rispondere alle domande**



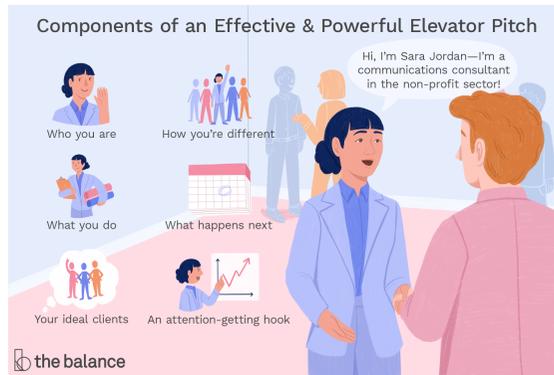


## Elevator Pitch

Importante nell'attività di qualsiasi imprenditore non è solo la capacità di presentare un'idea o un prodotto, ma anche di essere in grado di fare una buona auto-presentazione.

Questo può essere utile quando si creano legami con potenziali donatori o clienti. Questo è fondamentalmente un discorso su di te: chi sei, cosa fai e cosa vuoi fare (nel caso tu stia cercando lavoro).

Il tuo elevator pitch è un modo per condividere le tue competenze e credenziali in modo rapido ed efficace con persone che non ti conoscono.



### ✓ Il tuo discorso da ascensore (elevator speech) deve essere breve

Limita il discorso a 30-60 secondi - questo è il tempo necessario per aspettare in ascensore, da cui il nome. Non è necessario includere tutta la tua storia lavorativa e i tuoi obiettivi di carriera. Il tuo pitch dovrebbe essere un breve riassunto di chi sei e ciò che fai.

### ✓ Devi essere persuasivo

Anche se breve, il discorso da ascensore dovrebbe essere sufficientemente convincente da suscitare l'interesse dell'ascoltatore per la tua idea, organizzazione e background. Condividi le tue abilità. Il tuo elevator pitch dovrebbe spiegare chi sei e che qualifiche e competenze hai.

### ✓ Fai pratica, pratica e ancora pratica

Il modo migliore per sentirsi a proprio agio nel tenere un discorso in ascensore è quello di esercitarsi fino a quando la velocità e "il tono" risultino naturali, senza suonare robotico.

### ✓ Sii flessibile

Non hai un colloquio per una posizione specifica, dunque devi apparire di larghe vedute e flessibile. È la tua occasione per fare un'ottima impressione con un potenziale partner.

### ✓ Menziona I tuoi obiettivi

Non è necessario essere troppo specifici. Un obiettivo troppo specifico non è utile, siccome il tuo pitch verrà utilizzato in molte circostanze e con diversi tipi di persone. Tuttavia ricordati di dire quello che stai cercando.

### ✓ Conosci il tuo pubblico e parla con loro

In alcuni casi usare delle espressioni gergali può essere una mossa molto potente - dimostra la tua conoscenza del settore. Ma fai attenzione a usare il gergo durante un elevator pitch, in particolare se stai parlando con qualcuno che potrebbe non avere familiarità con tali espressioni e quindi trovarle sgradevoli. [Guarda questo esempio.](#)

### ✓ Tieni pronto un biglietto da visita

Se hai un [biglietto da visita](#), offrilo alla fine della conversazione come modo per continuare il dialogo. In caso contrario, potresti utilizzare il tuo smartphone per condividere le informazioni di contatto.



Mentre fai pratica, presta attenzione a queste funzionalità. Questi sono errori comuni, cerca di evitarli.

- ✗ Fallire nel connetterti con il tuo pubblico
- ✗ Non arrivare al punto
- ✗ Essere prolisso
- ✗ Sottovalutare ciò che significa veramente "breve o sintetico".
- ✗ Mostrare troppi dettagli finanziari.
- ✗ Far sembrare che la concorrenza sia poco importante



## Creazione di un Pitch Deck

Un pitch deck è una breve presentazione, spesso creata utilizzando PowerPoint, Keynote o Prezi, utilizzata per fornire al pubblico una rapida panoramica del concept o del business plan. Di solito utilizzerai il tuo pitch deck durante gli incontri faccia a faccia o online con potenziali investitori, clienti, partner e co-fondatori.

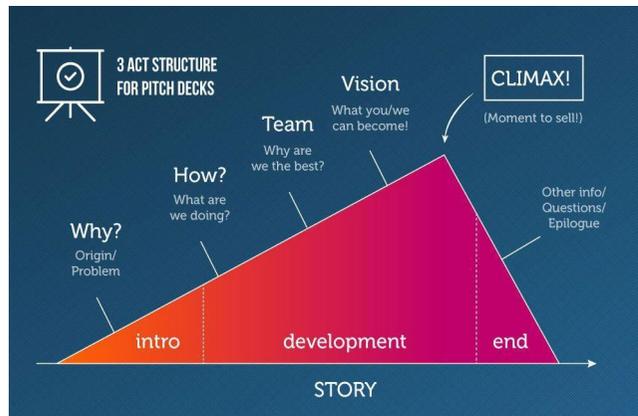
### Il contenuto del Pitch Deck:

- 1 Raccontare una storia.
- 2 Non includere slides complicate.
- 3 Essere pratico nelle dimensioni.

### La struttura del Pitch Deck:

- 1 La tua presentazione (presentazione) dovrebbe contenere massimo 10-15 slides
- 2 Durante il pitching, la conversazione è più importante della presentazione;
- 3 Pianifica il tuo tempo, in modo da consentire la discussione a fianco di ogni diapositiva

### Il profilo del pitch deck



**Idea** (1 slide);  
**Problema** (1-3 slides);  
**Soluzione** (1-2 slides);  
**Modello di business** (1-2 slides);  
**Concorrenza** (1 slide);  
**Piano di marketing** (1 slide);  
**Squadra alle spalle** (1 slide);  
**Futuro** (1 slide);  
**Money** (1-2 slides).

## Cresci e migliora

Probabilmente sai che per aiutare la tua iniziativa a crescere e prosperare, è importante monitorare diversi aspetti chiave della tua attività. Il bisogno di misurare è più evidente quando una start-up compete con se stessa. Questo rappresenta il miglior tipo di competizione per due ragioni principali.

- ✓ Prima di tutto fare meglio di quanto hai fatto l'anno prima è un chiaro segno di crescita.
- ✓ In secondo luogo, l'auto-competizione è lo stimolo perfetto per auto motivarsi.



Le domande più elementari che ci attraversano la mente, quando pensiamo alla misurazione, sono perché e come. Ti invitiamo a rispondere a queste domande prima di iniziare.

### ➡ Perché dovrei misurare?

Se non sai bene cosa fare per migliorare, allora con cosa stai competendo? È necessario un punto di riferimento (benchmark) per misurare i tuoi progressi. Prendendo in considerazione una start-up in costante crescita, un indice di performance alla fine di ogni anno è il miglior punto di riferimento per quello successivo.

### ➡ Come dovrei misurare?

Esistono molte proporzioni che fungono da indicatori di progresso. Possono essere classificate nella vasta categoria di **indicatori chiave di prestazione**.





### I benefici dell'usare gli indicatori KPI

Impostare e monitorare gli indicatori KPI può tenerti aggiornato. Se li imposti correttamente, rifletteranno subito gli elementi più importanti della tua attività.

Per ciascuna attività del tuo elenco, puoi chiederti come contribuirà a colpire uno dei tuoi KPI e prioritizzarsi di conseguenza. In questo modo potrai dedicare gran parte del tuo tempo ad attività con un impatto diretto su qualcosa di veramente importante per la tua impresa.



### Scegli gli indicatori KPI in base ai tuoi obiettivi strategici

Dunque, cominciamo facendo riferimento al tuo piano aziendale (business plan). Anche il piano aziendale più informale dovrebbe avere un chiaro elenco di obiettivi strategici. Inizia con questo elenco e sviluppa i KPI per riflettere su ciascuna delle aree di maggiore importanza. La no profit Jisc per l'educazione superiore britannica fornisce un [utile elenco di domande](#) da porsi durante l'impostazione dei KPI.

Ecco una versione ristretta di tale elenco:

- ➡ *A quali domande speri di rispondere tramite i tuoi KPI?*
- ➡ *Queste domande si collegano direttamente agli obiettivi strategici delineati nel piano strategico?*
- ➡ *Stai raccogliendo i dati richiesti per rispondere a queste domande o ti stai concentrando semplicemente sui dati che sai di poter fare facilmente reperire?*
- ➡ *Stai raccogliendo dati inutilmente?*
- ➡ *Come e con quale frequenza monitorerai i progressi rispetto ai tuoi KPI?*

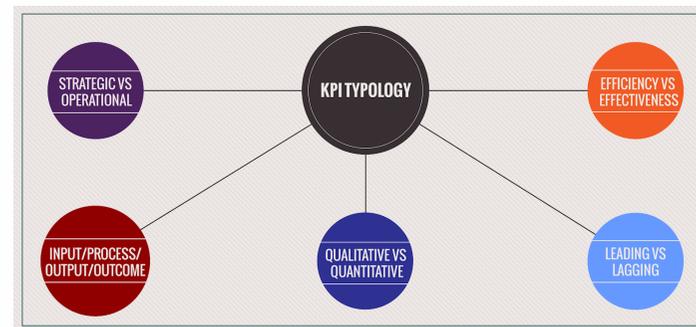


Vedi l'articolo linkato sopra per l'elenco completo delle domande. Ma nota bene che alcune di esse sono più appropriate per istituzioni più grandi e potrebbero dover essere personalizzate per fare al caso della tua impresa creativa e culturale.



### I diversi tipi di KPI

Quindi quali tipi di KPI ci sono? In realtà, puoi monitorare tutto ciò che desideri e le aree saranno diverse per ogni azienda.



#### ★ Qualitativo contro quantitativo

Questo è probabilmente uno degli approcci più popolari per la definizione di KPI. Di solito, i KPI che misurano i tratti e le percezioni personali sono considerati qualitativi, mentre il resto è quantitativo.

#### ★ Leading contro Lagging

Questa tipologia esamina le interdipendenze tra i KPI. In questa situazione, la distinzione tra un KPI "in testa" (leading) e uno "in ritardo" (lagging) dipende dal contesto. "Leading" si riferisce a quegli indicatori chiave di prestazione che possono influenzare il valore futuro, mentre "Lagging" include indicatori chiave di prestazione che fanno riferimento a prestazioni passate.

#### ★ Efficienza contro efficacia

Queste categorie sono utili per comprendere le dimensioni di un processo. L'efficacia esamina se i risultati desiderati sono stati generati, mentre l'efficienza indica la misura in cui tempo, sforzo o costo sono ben utilizzati per i risultati desiderati.

#### ★ Input-processo-output-risultato

Utilizzare un'analisi del flusso di valore per ciascun obiettivo fornisce ulteriori approfondimenti per misurare il KPI. I KPI rilevanti possono essere identificati per ciascuna delle 4 fasi (input, processo, output e risultato). Questa analisi del flusso di valore genera diversi KPI che possono essere utilizzati per tenere traccia del raggiungimento di ciascun obiettivo.

### ★ Strategico contro operativo

I KPI basati sul livello organizzativo su cui incidono dipendono fortemente dal contesto.

### ★ Pubblico contro Interno

Il KPI è pubblicato per un vasto pubblico o segnalato solo all'interno dell'organizzazione, in pratica, riconoscere l'esistenza delle tipologie di KPI fornisce approfondimenti su come i KPI si comportano in contesti diversi e quali dimensioni possono essere misurate per lo stesso scopo.



### Strumenti software

- 1 Asana
- 2 Dasheroo
- 3 Databox
- 4 Handy KPI
- 5 Inetsoft



## Aspetto finanziario

L'imprenditoria sembra eccitante e interessante, non è vero?



Possedere e gestire la propria attività può essere un sogno che diventa realtà, ma dovrai rimanere saldamente radicato nella realtà se vuoi avere successo.

Dopo tutto, le aziende devono fare soldi, il che significa che gli imprenditori devono sapere come gestire le proprie finanze e il budget in modo efficace. Indipendentemente dal tipo di azienda che gestisci, il controllo delle tue finanze ti aiuterà ad evitare perdite e far crescere la tua attività più in fretta.



### Budget e pianificazione aziendale

Ecco alcuni vantaggi dell'elaborazione di un budget aziendale, tra cui la migliore capacità di:

- Gestire i tuoi soldi in modo efficace
- Assegnare risorse adeguate ai progetti
- Raggiungere i tuoi obiettivi
- Migliorare il processo decisionale
- Identificare i problemi prima che si verifichino
- Pianificare per il futuro
- Aumentare la motivazione del personale



### Creare un budget

Creare, monitorare e gestire un budget è la chiave del successo aziendale. Dovrebbe aiutarti ad allocare le risorse dove sono necessarie, così che la tua azienda rimanga redditizia e di successo. Non deve essere complicato. Devi semplicemente capire cosa puoi guadagnare e cosa puoi spendere nel periodo di budget.

Inizia ponendoti queste domande:

➡ *Quali sono le vendite previste nel **periodo di budget**? Sii realistico: se le sopravvaluti, questo ti causerà problemi in futuro.*

➡ *Quali sono i **costi diretti** delle vendite, ovvero i costi di materiali, componenti o subappaltatori per realizzare il prodotto o fornire il servizio?*

➡ *Quali sono i **costi fissi** o le spese generali?*



È necessario suddividere i **costi fissi e le spese generali per tipologia**.

La tua azienda potrebbe avere diversi tipi di spese e potrebbe essere necessario suddividere il budget per reparto. Non dimenticare di aggiungere l'importo necessario

Pro Forma Business Budget			
Expense Category	Planned Expense	Actual Expense	Variance
Building Rent / Lease	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Equipment Rent / Lease	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Product / Material</b>			
Coffee	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Marketing Expenses</b>			
Brochure	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Website	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Business Cards	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Advertising	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Administrative Expenses</b>			
Fax/Copies	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Postage	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Office Supplies	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Sales Expenses</b>			
Mileage	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Parking	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Other	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>Operating Expenses</b>			
Utilities	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Insurance	\$0.00	\$0.00	\$0.00

l'attività nel prossimo più periodo, di solito un anno.

Man mano che la tua azienda cresce, è probabile che il tuo budget operativo totale sia composto da diversi budget individuali come i budget di marketing o di vendita.

per pagare te stesso e includere un'indennità fiscale.

Una volta realizzato un piano di budget, dovresti attenerti ad esso il più possibile, ma se necessario, riesaminalo e rivedilo.

Le aziende di successo spesso dispongono di un budget variabile, in modo che da realizzare continuamente dei piani di budget, ad es. con un anno di anticipo

Decidi di quanti budget hai davvero bisogno. Molte piccole imprese hanno un budget operativo complessivo che stabilisce la quantità di denaro necessaria per gestire



**Cosa dovrà includere il tuo budget**

★ **Il flusso di cassa previsto**

Il budget in contanti proietta la tua futura posizione su base mensile. Pianificare il budget, in tal senso, è vitale per le piccole imprese, in quanto può individuare eventuali difficoltà che potresti fronteggiare. Dovrebbe essere rivisto almeno con cadenza mensile.

★ **Costi**

In genere, la tua azienda avrà tre tipi di costi:

- ➡ *costi fissi - come affitto, stipendi e costi di finanziamento*
- ➡ *costi variabili - comprese materie prime e straordinari*
- ➡ *costi di capitale una tantum - ad esempio acquisti di apparecchiature informatiche o locali*

Per prevedere i costi, può essere utile consultare i registri dell'anno precedente e contattare i fornitori per i preventivi.

★ **Ricavi**

Le previsioni sulle vendite o sulle entrate si basano in genere su una combinazione tra cronologia delle vendite e l'efficacia che ti aspetti dai tuoi sforzi futuri. Utilizzando le previsioni di vendita e spesa, è possibile visualizzare i profitti preventivati per i prossimi 12 mesi. Ciò ti consentirà di analizzare i tuoi margini e altri rapporti chiave come il ritorno sull'investimento.





### Utilizza il tuo budget per misurare le prestazioni

Se basi il tuo budget sul business plan, creerai un piano d'azione finanziario. Ciò può servire a diverse funzioni utili, in particolare se si rivedono regolarmente i budget come parte del ciclo di pianificazione annuale.



Il tuo budget può servire come:

- un indicatore dei costi e dei ricavi legati a ciascuna delle tue attività
- un modo per fornire informazioni e supportare le decisioni di gestione durante l'anno
- un mezzo per monitorare e controllare la tua attività

#### ★ Prestazioni e benchmarking

Confrontare il tuo budget di anno in anno può essere un eccellente modo per confrontare le prestazioni della tua attività: puoi confrontare i dati previsti, ad esempio, con gli anni precedenti per misurare le tue prestazioni.

È inoltre possibile confrontare i dati relativi ai margini e alla crescita prevista con quelli di altre società che operano nello stesso settore.

#### ★ Indicatori chiave di prestazione

Per migliorare le prestazioni della tua azienda, devi comprendere e monitorare i "driver" chiave della tua attività: un driver è qualcosa che ha un impatto importante sulla tua attività.

I tre driver chiave per la maggior parte delle aziende sono:

**Vendite** ➡ **costi** ➡ **e capitale circolante**



Eventuali problemi di flusso di cassa o nel calo della redditività verranno mostrati in queste cifre, misurandole rispetto al budget e alle previsioni fatte. Possono aiutarti a individuare i problemi in anticipo se vengono calcolati su una base solida.



### Controlla regolarmente il tuo budget

Per utilizzare i vari budget in modo efficace, è necessario revisionarli e rivederli di frequente. Questo è particolarmente vero se la tua azienda sta crescendo e hai intenzione di trasferirti in nuove aree.

L'uso di piani di budget aggiornati ti consente di essere flessibile e ti consente anche di gestire il tuo flusso di cassa e identificare ciò che deve essere raggiunto nel prossimo periodo di pianificazione delle spese.

#### ★ Il tuo reddito effettivo

Ogni mese confronta il tuo reddito effettivo con il tuo budget di vendita, per:

- ➡ Analizzare le ragioni di qualsiasi deficit
- ➡ Tener conto delle ragioni di un fatturato particolarmente elevato
- ➡ Confrontare i tempi delle entrate con le proiezioni e controllare che si adattino reciprocamente.



## ★ *Le tue spese effettive*

Rivedi regolarmente le tue spese effettive, rispetto a quanto hai preventivato nel budget. Questo ti aiuterà a prevedere i costi futuri con una maggiore affidabilità.



Dovresti:

- ➡ guardare come i costi fissi differiscono dal budget
- ➡ controllare che i costi variabili siano in linea con il tuo budget - normalmente i costi variabili si adeguano al tuo volume di vendite
- ➡ analizzare eventuali ragioni del o dei cambiamenti nella relazione costi-fatturato
- ➡ analizzare eventuali differenze nei tempi di spesa, controllando i fornitori e i termini di pagamento



### *Modelli di budget utili e strumenti software*

- **Simple Budget Worksheet Template** (modello semplice di budget) è un modello semplice per pianificare il budget e il flusso di cassa.
- **Weekly Budget Planner Template** (modello settimanale di pianificazione del budget) è una versione più dettagliata per gli imprenditori che aiuterà a tenere d'occhio le spese su base settimanale.
- **Small Team Budget Template** (modello per la gestione del budget di piccoli team) è un passo avanti per gli imprenditori che hanno già un team e hanno bisogno di un budget più dettagliato.
- **Project Budget Template** (modello di pianificazione del budget) un'ottima aggiunta per pianificare e controllare il budget del progetto e quanto bene lo stai seguendo.
- **Event Management Project Tracker Template** (modello di monitoraggio del progetto per la gestione degli eventi) è uno strumento utile per tenere traccia delle spese dell'evento e mostrarti tutti i dettagli del budget.

- **Expense Tracker Orange Template** (modello di monitoraggio delle spese) è un modello preimpostato intelligente per controllare le spese aziendali e i suoi colori brillanti saranno una piacevole distrazione.
- **Personal Budget Template** (modello di budget personale) ti aiuterà a separare le tue finanze aziendali e personali e terrà tutto organizzato.
- **Cash Flow Statement Blue Template** (modello blu del rendiconto finanziario) è un modello aziendale formale per gli imprenditori, progettato per tenere traccia del flusso di cassa e delle finanze.
- **Financial Report Template** (Il modello di relazione finanziaria) è stato creato principalmente per fini fiscali e ridurrà sicuramente lo stress in primavera durante la stagione fiscale.



- 1 YNAB
- 2 Personal capital
- 3 Quick Books
- 4 Wave
- 5 Mint

## Educazione non formale

Sono finiti i giorni in cui l'istruttore, per condurre la sua sessione, dipendeva esclusivamente dal metodo di lezione standard. Oggi un trainer per attirare l'attenzione dei partecipanti e mantenere viva la motivazione fino alla fine del programma deve combinare una serie di strumenti.

Anche i partecipanti si aspettano una sessione innovativa e interattiva piuttosto che una lezione monotona.

*I giochi sono uno di questi strumenti oggi giorno sempre più utilizzati.*

- ★ I giochi incoraggiano l'interazione tra il trainer e i partecipanti e anche tra i partecipanti stessi.
- ★ Giochi come gli Icebreakers (rompighiaccio) aiutano i partecipanti a sentirsi a proprio agio
- ★ I giochi possono essere utilizzati mostrare tendenze comportamentali esistenti (comunicazione, dinamiche di gruppo, leadership) e per sviluppare nuove abilità (pensiero analitico, negoziazione).
- ★ I giochi possono tornare utili quando la sessione o il programma dura più a lungo



I livelli di attenzione calano nel tempo. L'introduzione di giochi nel mezzo può portare movimento e attività e quindi ripristinare i livelli di energia ed entusiasmo dei partecipanti. Infine, i giochi possono essere utilizzati per implementare concetti appena appresi.

Ciò aiuterebbe i partecipanti a trattenere l'argomento a lungo, capire praticamente il processo e applicarlo sul posto di lavoro.



### «Il capolavoro»

- ➡ **Obiettivo:** imparare a lavorare insieme, rompere il ghiaccio, consolidare la conoscenza di un argomento dopo l'introduzione teorica.
- ➡ **Numro di partecipanti:** 20-30.
- ➡ **Durata:** 30-60 minuti.
- ➡ **Materiali richiesti:** spazio sufficiente
- ➡ **Argomento:** Elevator pitch, lanciare una Startup, gruppi di riferimento, raccolta fondi, imprenditoria, ecc...
- ➡ **Passi:**

1. Questo esercizio ha lo scopo di aiutare le persone a memorizzare le conoscenze su argomenti specifici. Dovrebbe essere fatto dopo che il trainer ha spiegato l'argomento e che i partecipanti lo hanno compreso.

2. I partecipanti sono divisi in gruppi di 4-6 persone.

3. A ciascun gruppo di partecipanti viene assegnato un nome collegato ad un argomento (ad esempio: "tipi di economia sociale" o "uno degli obiettivi di sviluppo sostenibile"). I nomi sono segreti per gli altri gruppi.

4. Ogni gruppo ha il compito di rappresentare le proprie idee sull'argomento con una scultura (una figura) utilizzando i propri corpi rimanendo fermi. I gruppi hanno 10 minuti per preparare la propria scultura.

5. Quindi tutti i gruppi si incontrano nella stessa stanza ogni gruppo, uno dopo l'altro, presenta la propria scultura. Ricordati è importante che gli altri partecipanti non siano a conoscenza degli argomenti altrui, poiché dovranno indovinarli.

6. Alla fine, dai un elenco di tutti gli argomenti ai partecipanti e spiegali.





### «Missione (IM)possibile»

⇒ **Obiettivo:** imparare a lavorare insieme, rompere il ghiaccio, risoluzione dei problemi.

⇒ **Numro di partecipanti:** 5-30.

⇒ **Durata:** 60 minuti (dipende dal numero di attività).

⇒ **Materiali richiesti:** telefono cellulare, accesso a Internet

⇒ **Passi:**



1. Questo esercizio ha lo scopo quello di aiutare le persone a risolvere dei compiti collaborando ed esplorare l'area circostante;

2. I partecipanti potrebbero essere divisi in piccoli gruppi;

3. Ogni gruppo di partecipanti riceve un elenco comune di attività;

4. Quindi tutti i gruppi si incontrano nella stessa stanza e ogni gruppo, uno per uno, presenta i compiti compiuti.

5. Alla fine i partecipanti condividono le loro emozioni

#### Esempi di attività:

- Crea una foto di gruppo e pubblicala nel gruppo FB;
- Fai una foto della piramide umana;
- Danza una danza tradizionale con la gente del posto;
- Traccia la strada fino al negozio/banca/ufficio postale più vicino;
- Illustrare il programma ERASMUS+ alle persone e scatta una foto con loro;
- Scatta una foto con 10 persone del posto;
- Impara come salutare le persone in moldavo, tedesco o italiano;
- Scrivi una poesia sul primo giorno;
- Fai una foto dei luoghi di lavoro nell'area e così via.



### «Risolvilo!»

⇒ **Obiettivo:** incoraggiare i giovani a pensare come imprenditori e risolvere problemi in modo efficiente.

⇒ **Numro di partecipanti:** 5-20 partecipanti divisi in gruppi più piccoli.

⇒ **Durata:** 60 minuti.

⇒ **Materiali richiesti:** adesivi, penne, fogli di carta, pennarelli, nastro adesivo

⇒ **Passi:** il compito di ciascun gruppo è quello di pensare a determinati problemi che possono vedere/trovare nelle loro società e trovare possibili soluzioni commerciali che possono fare al caso loro.

1. 20 partecipanti devono dividersi in gruppi di quattro. Ogni gruppo deve dedicare 10 minuti al brainstorming di idee, pensando a situazioni, problemi, bisogni (della società, nazione, comunità locale ecc...) Che potrebbero essere risolti da un'impresa (un'idea per far soldi). Dopodiché devono mettere le idee su carta o lavagna a fogli.

2. Ogni gruppo deve scegliere 3-4 idee considerate adatte ad un'impresa sociale o ad un'impresa con una componente sociale basandosi su questi criteri: risorse (sia umane che materiali) necessarie per risolvere il problema/situazione, il prodotto con cui entrano nel mercato, l'acquirente/utente/consumatore del prodotto o componente finanziaria.

3. Analizzare le idee. Tutti i gruppi dovrebbero sedere insieme in un cerchio e presentare le idee che hanno scelto. Dovrebbero discutere/discutere i problemi e le possibili soluzioni; decidere qual è l'opzione migliore da scegliere.





### «Il Pitch delle idee»

➡ **Obiettivo:** incoraggiare i giovani a pensare come imprenditori e risolvere problemi in modo efficiente e a presentare le proprie idee in modo breve e chiaro.

➡ **Numro di partecipanti:** 1-99

➡ **Durata:** 60 minuti.

➡ **Materiali richiesti:** adesivi, penne, fogli di carta, pennarelli,

➡ **Passi;**



1. Il gruppo deve dividersi in 6 sottogruppi in base al tipo di idea creativa che hanno avuto: patrimonio, arte, media, creatività funzionale, creatività sociale e altra creatività.

2. Ogni partecipante discute le proprie idee imprenditoriali in gruppi di 3-7 persone, cercando consensi, i migliori 7 (coloro che hanno ottenuto più consensi) presenteranno di fronte alla comunità (il gruppo) e riceveranno feedback pertinenti.

3. Viene scritto il concetto di impresa e identificato il pubblico di riferimento. Verrà creato un grafico per rappresentare le idee individuali.



### «Pubblicità. Vendilo!»

➡ **Obiettivo:** incoraggiare i giovani a pensare come imprenditori e in modo creativo, come registrare e montare video.

➡ **Numero di partecipanti:** 5-40 partecipanti (da dividere in gruppi più piccoli).

➡ **Durata:** 60-80 minuti.

➡ **Materiali richiesti:** adesivi, penne, fogli di carta, pennarelli, nastro e altri materiali preesistenti

➡ **Passi;**

1. I partecipanti devono raccogliere bendati 3-4 oggetti da una scatola (nella scatola potrebbero esserci di tutto: pennarelli, un ombrello, della cioccolata, un telefono, un diario, un fiore, ecc.)

2. Il compito di ciascun gruppo è preparare una pubblicità (usando gli oggetti scelti)

3. Realizzare un video e promuovere il "prodotto"



### «Cosa vedi?»

➡ **Obiettivo:** incoraggiare i partecipanti a sviluppare il pensiero creativo sull'imprenditoria sociale e l'economia sociale.

➡ **Numero di partecipanti:** 10-25 (gruppi di 5).

➡ **Durata:** 60-90 minuti.

➡ **Materiali richiesti:** adesivi, penne, fogli di carta, pennarelli, nastro adesivo.

➡ **Passi;**

1. I partecipanti devono essere suddivisi in gruppi di 5 membri massimo.

2. Ogni squadra riceve la stessa cartella con 10 immagini a caso. Le immagini rappresentano diversi aspetti dell'economia sociale.

3. Ogni squadra deve scegliere 3 foto su 10 e sviluppare una storia sull'economia sociale o business collegato alle foto scelte.

4. Ogni squadra deve presentare la storia che ha creato con l'ausilio delle foto.

5. Ogni individuo è invitato a commentare le storie che i gruppi hanno creato. L'obiettivo è stabilire un dibattito aperto sulle buone idee venute fuori.



## Link utili per giovani imprenditori

### UnLtd

Fornitore leader del supporto agli imprenditori sociali, offre la più grande rete di questo tipo al mondo. Ricercano centinaia di persone ogni anno attraverso il loro principale programma premi. UnLtd investe direttamente nelle persone offrendo premi di finanziamento, consulenza continua, networking e supporto pratico.

### Prince's Trust

<http://www.princes-trust.org.uk/>

Fornisce supporto pratico e finanziario ai giovani, aiutandoli a sviluppare le competenze chiave, la fiducia e la motivazione, consentendo loro di entrare nel mondo del lavoro, nell'istruzione o nella formazione. Il programma Enterprise fornisce denaro e supporto per aiutare i giovani ad avviare un'attività.

### Rockstar Youth

<http://www.rockstarstartup.co.uk/>

Rockstar Youth fa parte del Gruppo Rockstar, la più grande organizzazione di mentoring imprenditoriale del Regno Unito. Rockstar Youth ha prodotto un programma leader di mercato per i giovani imprenditori di età compresa tra i 18 e i 30 anni per supportarli nell'ideazione e nella creazione di un'impresa, accelerandone la crescita e gli investimenti. Lungo il processo i giovani imprenditori acquisiscono esperienza, fiducia, un network vincente e un business sostenibile.

### Newable

<https://www.newable.co.uk/>

Offre prestiti per iniziare la tua impresa, di oltre 500 sterline, con incrementi di ulteriori £500. Riceverai supporto gratuito per preparare la tua domanda e supporto mentoring una volta che inizierai a fare trading. Devi avere almeno 18 anni, voler avviare un'attività nel Regno Unito, vivere e avere un indirizzo permanente nel Regno Unito o legalmente autorizzato a vivere e lavorare nel Regno Unito per richiedere questo prestito. GLE vorrebbe anche sapere se questo è l'unico prestito che stai attualmente richiedendo ad un fornitore di prestiti per Start Up.

### Elevation Networks

<http://www.elevationnetworks.org/>

Offre agli imprenditori che risiedono nel Regno Unito la possibilità di finanziare le proprie attività e metterle in funzione. Per candidarti devi avere più di 18 anni e la tua azienda deve avere meno di un anno.

### Start Up Direct

<http://startupdirect.org/>

Start Up Direct fornisce finanziamenti, tutoraggio e supporto alle imprese con sede in Inghilterra. Tutti i beneficiari del prestito avranno accesso a 12 mesi di tutoraggio, seminari ed eventi di networking, un servizio di assistenza aziendale, coaching individuale e sconti dai loro partner globali.

### Small Business Centre

<http://smallbusinesscentre.org.uk/>

Fornisce servizi di supporto alle imprese; tra cui seminari di pianificazione aziendale, corsi di formazione, consulenza aziendale individuale (tutoraggio) e prestiti. Fornire prestiti di avvio per nuove imprese e prestiti di crescita per piccole imprese con sede a Londra.

### Startup Nation

Startup Nation offre consulenza imprenditoriale da una centinaia di persone con un'enorme esperienza - e che hanno un'attività che lo dimostra. Il sito offre consigli su quasi ogni aspetto della creazione e conduzione di una startup.

### Lateral Action

Per i tipi creativi, come grafici, scrittori e simili, ci sono alcune sfide particolari dovute dalla gestione della propria attività. Lateral Action offre consigli appositamente indirizzati a questa categoria.

### Freelance Switch

FreelanceSwitch ha tutto quello che serve ai liberi professionisti: consulenza aziendale, idee per rimanere produttivi e molto altro. Anche se il titolo dice "freelance", ci sono molte buone informazioni per chiunque gestisca la propria attività.

### Young Entrepreneur

Young Entrepreneur si concentra sulle sfide che i giovani imprenditori affrontano quando avviano un'attività. Ha anche alcuni fantastici profili di giovani imprenditori.

### Small Business Labs

Non è facile prevedere le tendenze che influenzeranno le piccole imprese, ma Small Business Labs fa il possibile per aiutare gli imprenditori a capire cosa accadrà in futuro.

### **SCORE**

Se hai bisogno di tutoraggio da parte di un imprenditore che ha già superato di tutto, SCORE può aiutarti a trovare un mentore. L'organizzazione è una straordinaria fonte di consulenza aziendale gratuita.

### **Freelancers Union**

The Freelancers Union offre un lungo elenco di risorse per i liberi professionisti - e la definizione di Unione include una vasta gamma di imprenditori e liberi professionisti. Tra le informazioni che potrai trovare su questo sito ci sono le opzioni di assicurazione sanitaria che non richiedono una spesa eccessiva.

### **Entrepreneur**

Per avere una vasta raccolta di informazioni sull'avvio e la gestione della propria attività, inizia con Entrepreneur.

### **Women Entrepreneur**

Una buona risorsa per le donne che guardano all'imprenditoria.

### **About.com Entrepreneurs**

About.com offre risorse regolarmente aggiornate sull'imprenditorialità. Ci sono collegamenti con ogni tipo di risorsa, sia su About.com che altrove su Internet.

### **Entrepreneurship.org**

Il sito Entrepreneurship.org è gestito dalla Fondazione Ewing Marion Kauffman per fornire risorse globali agli imprenditori.