

ENTER

Potenziare i NEET per l'imprenditoria sociale
-WEBINAR-

Marketing digitale per il tuo business sociale



Il supporto della Commissione Europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono solo il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Programma webinar

- ➔ Sviluppo dell'idea
- ➔ Esigenze
- ➔ Rischi
- ➔ Startup
- ➔ Accessibilità

CHE COS'È IL MARKETING DIGITALE?

Definizione: si chiama anche marketing online; è la promozione di marchi per connettersi con potenziali clienti utilizzando Internet e altre forme di comunicazione digitale. Ciò include non solo e-mail, social media e pubblicità basata sul Web, ma anche messaggi di testo e multimediali come canale di marketing.

IDEA

Consigli:

**PUBBLICO DI
RIFERIMENTO**

Umani

◆ Femmina

◆ Maschio

Fascia
d'età

Animali

◆ Animale } Specie

◆ Proprietario

PRODOTTO

TRADIZIONALE

- “Perché compro questo prodotto tradizionale su questo sito specifico?”
- La presentazione del prodotto è molto importante

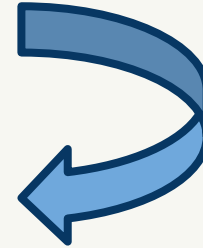
ALLA MODA

- Tendenze del momento
- Adattamento al cambiamento della situazione

PIANO AZIENDALE E RAGIONE SOCIALE

Se l'idea è fortemente nella tua mente:

- brainstorming sul nome della tua attività
- creazione di un business plan



- Organizzazione
- Direzione della tua attività
- Affronta gli ostacoli

IDEA E STRUTTURA AZIENDALE



1. STEP

- Confronto: posso offrire qualcosa più di loro?
- Facciamolo: implementazione del business plan

2. STEP

- Definisci perché

DIVERSO TIPO:

1. Ditta individuale
2. Associazione
3. Società
4. Società a responsabilità limitata

ALTRA OPZIONE

Puoi aprire un franchising

BISOGNI DEI CLIENTI



Qual è il significato di bisogni?

- I bisogni non sono desideri
- Dipendono dal concorso (non arbitrario)
- Obiettivo specifico
- Collegamento con altre esigenze

Possono essere:

➡ Fisici:
sei arrabbiato

➡ Psicologici:
scarpe specifiche

REQUISITI DEL PRODOTTO



➡ Funzionalità

➡ Progetto

➡ Trasparenza e
correttezza

➡ Prezzo

➡ Affidabilità

➡ Opzioni

➡ Convenienza

➡ Prestazione

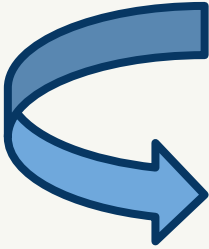
➡ Informazione

➡ Esperienza

➡ Compatibilità

➡ Accessibilità

ANALISI DELLE ESIGENZE



SCOPO:

Identificare problemi, aree di miglioramento, cause di disagio, sviluppo delle capacità umane.

Figura molto importante: **VALUTATORE**

- Sviluppo delle informazioni
- Coordinamento e gestione di gruppi

Scopo: individuare la priorità dell'intervento e le modalità di intervento

INDAGINE CLIENTI E SOCIAL MEDIA



Come monitorare

1. MODULO GOOGLE

Come funziona?

- account Google
- Diversi tipi di risposta:
 - singole risposte
 - risposte multiple
 - risposte di lunghezza del saggio

Finalità:

- ◆ Avere contatti con i clienti
- ◆ Creazione di una relazione
- ◆ Conoscerli

2.INDAGINE OVUNQUE

3.BELLA RISPOSTA

4.INIZIO DOMANDA

5.TIPO FORMA

MARKETING A RISPOSTA DIRETTA



Come funziona?

Significato:

- tipo di strategia di marketing

Come funziona?

- Genera nuovi contatti (numero, URL)
- Semplice e specifico
- Solo le informazioni necessarie - indicazioni

Canali:

- ◆ E-mail marketing digitale (DEM)
- ◆ SMS
- ◆ **Notiziario** (aggiornamento periodico delle informazioni)

NEWSLETTER



CANVA



RISCHI



Negativo, positivo o entrambi?

- Rischi negativi = **RISCHI AL RIBASSO**
- Rischi positivi = **RISCHI A RIALZO**

Come prevenire i rischi?

GESTIONE DEL RISCHIO:

- **RESPONSABILE DEL RISCHIO PRINCIPALE (CRO)**
- **ANALISI DELL'IMPATTO AZIENDALE (BIA)**
- **RICERCA**
- **PIANO DI EMERGENZA**

GESTIONE DEL RISCHIO

Scopo:

Guidare e controllare un'organizzazione in relazione ai rischi

RESPONSABILE DEL RISCHIO PRINCIPALE

- SORVEGLIANZA E MITIGAZIONE
- CREARE STRATEGIA
- IDENTIFICAZIONE DI VULNERABILITÀ E POTENZIALI MINACCE
- CREARE UNA MAPPA DEI RISCHI E CONDIVIDERLA

IMPATTO AZIENDALE

- NOME + DESCRIZIONE
- DIPARTIMENTO E LUOGO DI LAVORO
- RISORSE UMANE E TECNOLOGICHE
- MASSIMO TEMPO DI INATTIVITÀ SENZA CONSEGUENZE SIGNIFICATIVE
- CONSEGUENZE INTERNE ED ECONOMICHE
- CONSEGUENZE ESTERNE/INTERNE
- DESCRIZIONE GUASTI/FASI DI INATTIVITÀ

GESTIONE DEL RISCHIO



RICERCA

- CONFRONTI CON ALTRE AZIENDE
- ESPANDERE LE TUE CONOSCENZE
- IMPARARE DALLE ESPERIENZE POSITIVE O NEGATIVE

PIANO DI EMERGENZA

- PRIMA DELL'EVENTO PERTURBANTE
 - LE AZIONI CHE IL MARKETING DEVE INTRAPRENDERE
 - LA PRIORITÀ DI OGNI COMPITO
 - L'AUTORITÀ DECISIONALE PER OGNI ELEMENTO.
- COME CREARLO:
- *QUAL È LA PRIMA COSA CHE DEVI FARE?*
 - *CHI DEVE ESSERE COINVOLTO?*
 - *COME SEGNALE CHE LE AZIONI SONO STATE COMPLETATE?*
 - *QUAL È LA PROSSIMA PRIORITÀ?*

VALUTA LA TUA ATTIVITÀ



ANALISI DEL BREAK EVEN:

Prezzi fissi ÷ (Prezzo medio - Costi variabili)

CONSIGLI:

- Non spendere troppo
- Monitora le tue spese
- Scegli la banca o gli investitori o le sovvenzioni corretti
- Essere in grado di gestire il denaro

IL RISCHIO NELL'ERA DIGITALE



DANNI:

Frode, estorsione, furto di denaro e dati personali, interruzione dell'attività, danni materiali e reputazionali, perdita di clienti e fornitori

CRIMINE INFORMATICO

COME FUNZIONA?

NEUTRALIZZARLO:

- Valutazione del rischio informatico
- Polizza assicurativa

- Programmi
- Malware: unità operativa
- Spyware: spionaggio
- Troja: app autentica

STARTUP



Cos'è una startup?

- Nuova società o società appena quotata in borsa.
- "matricola" = compagnia che è nuova nel mondo finanziario.

CERCHIO DELLA VITA:

- ➔ Pre-velocità/ Bootstrap
- ➔ Marchio
- ➔ Fase iniziale
- ➔ Crescita precoce
- ➔ Crescita
- ➔ Uscita

CERCHIO DELLA VITA

1. PRE-VELOCITÀ/BOOTSTRAP:

- Sviluppo e perfezionamento dell'idea e del modello di business

2. MARCHIO:

- Finalità: ottenere finanziamenti
Puoi usare acceleratori e incubatori

3. FASE INIZIALE:

- Maturazione

4. CRESCITA ANTICIPATA:

- Crescita reale e consolidamento

5. CRESCITA:

- Scopo: aumentare il numero di clienti

6. USCITA:

- Autofinanziamento + espansione

CARATTERISTICHE



- Non più di 60 mesi
- Svolge attività commerciale
- valore complessivo: 5 milioni di euro
- Utili non distribuiti
- Non nasce da fusione o scissione aziendale né da cessione di azienda o ramo d'azienda

◆ REPLICABILITÀ:

Essere ripetibili

◆ TEMPORANEITÀ:

Crescere in fretta

◆ SCALABILITÀ:

In crescita esponenziale

◆ INNOVAZIONE:

Creazione di un nuovo mercato

SCALABILITÀ



SMOKING TEST

- Scopo: valutare l'efficacia di un software e **monitorarlo**

- Vantaggi:

◆ Apprendimento e ottimizzazione

◆ Fedeltà degli utenti

◆ **Trazione** = validazione del prodotto

Metrica:

1. Metriche di convalida: PUNTI DI FORZA + PUNTI DEBOLE

2. Metriche delle prestazioni



Traffico generato:

- statistiche di Google

Comportamento degli utenti:

- Hotjar

MENTALITÀ

Qual è il suo significato?

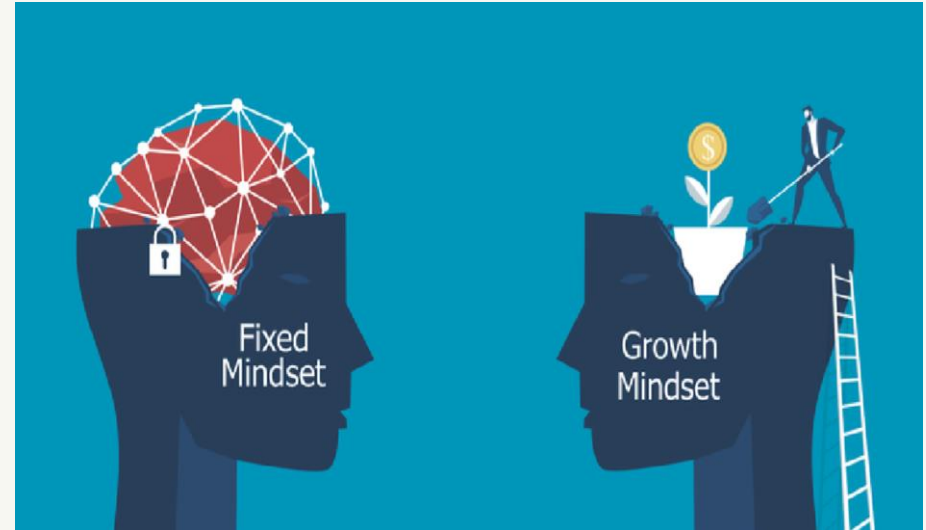
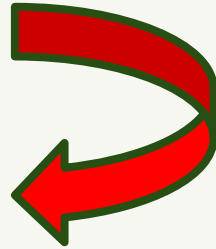
È lo stato mentale abituale di un individuo

SCOPO:

Trovare nuove soluzioni

Due tipi di mentalità:

1. Mentalità fissa
2. Mentalità in crescita



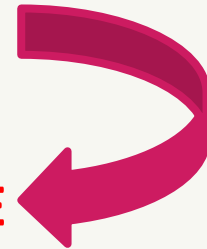
ACCESSIBILITÀ



Definizione: la capacità di un'app, di un sito Web o di un software di essere accessibile a persone con disabilità che ne compromettono la vista, l'udito, la cognizione e/o le funzioni motorie.

- Situazione attuale: 87 milioni di persone con disabilità nell'UE trovano servizi online inaccessibili.

PROGETTAZIONE UNIVERSALE



DESIGN UNIVERSALE



Cosa significa ?

- Comunicare le informazioni necessarie in modo efficace
 - Può essere :
 - avvicinato
 - raggiunto
 - manipolato
 - usato
- indipendentemente dalle dimensioni del corpo, dalla postura o dalla mobilità dell'individuo.

I PRINCIPI

➔ Uso equo

➔ Flessibilità nell'uso

➔ Utilizzo semplice ed intuitivo

➔ Informazioni percepibili

➔ Tolleranza per l'errore

➔ Basso sforzo fisico

➔ Dimensioni e spazio per l'approccio e l'uso

FAI ATTENZIONE: Convenzione sui diritti delle persone con disabilità (CRPD)

UTENTE CIECO

1. Design ordinato e semplice:

- limitare i colori e le immagini
- la multimedialità non si sovrappone
- evitare pop-up e pubblicità
- caratteri semplici

2. Colori intelligenti:

- elevato contrasto cromatico
- nessuno sfondo con motivi o complessi
- utenti daltonici
- non solo i colori per capire i prompt

3. Contenuto adattabile:

- descrizioni audio
- dimensione del carattere e adattamento del colore

VANTAGGI



➔ Migliore SEO (ottimizzazione per i motori di ricerca)

➔ Vendita stivali

➔ Aumenta l'usabilità delle dimensioni

➔ Benefici per il tuo marchio

➔ Ridurre al minimo i rischi legali

SOBRIETÀ DIGITALE



Cosa significa?

Significa diventare più consapevoli di come utilizzare la tecnologia in modo più sostenibile.

Scopo:

Promuovere l'uso di Internet e della tecnologia in modo più consapevole e responsabile, piuttosto che eliminarli del tutto.



COME?



SOBRIETÀ DIGITALE



Cosa dovrebbero fare le aziende?

- dimostrare che esiste l'opzione del "consumo sobrio".
- spiegare cosa significa e dimostrare che tutti possono agire
- applicando un approccio sobrio durante la produzione

ALTRE STRATEGIE:

- prolungare la durata della vostra attrezzatura
- per dare all'attrezzatura una seconda vita
- spegnendo il router
- chiudendo tutte le applicazioni che utilizzano molti dati (geolocalizzazione, Bluetooth)
- ridurre il numero di account

Conclusione

1. **IDEA**: essere creativo!
2. **ESIGENZE DEI CLIENTI**: ascoltali
3. **RISCHI**: prevenire è meglio che curare
4. **STARTUP**: sii innovativo e lavora sodo
5. **ACCESSIBILITÀ**: creare inclusione



GRAZIE MILLE

Il supporto della Commissione Europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono solo il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

