



Deep.

Toolkit

Set di competenze digitali per l'imprenditorialità

La pandemia di COVID-19 ha cambiato il mondo intero, l'atteggiamento delle persone verso le nuove tecnologie e il lavoro a distanza, anche i requisiti di lavoro. Poiché la maggior parte delle aziende, sia micro che internazionali, hanno iniziato a migliorare un sistema di lavoro a distanza o ibrido, il business, non importa di che tipo, è diventato più digitale.

Ecco perché abbiamo preparato per voi il Set di competenze digitali per l'imprenditorialità:

- **Analisi dei dati** - secondo "The Future of Jobs Report 2020" [p. 30] pubblicato nell'ottobre 2020 dal World Economic Forum, l'analista e lo scienziato dei dati è al primo posto nei primi 20 ruoli lavorativi in tutti i settori. L'analisi dei dati è una competenza cruciale nella realtà delle fake news. Inoltre, nella top 15 delle competenze per il 2025 [p. 36] al primo posto, si trovano il pensiero analitico e le innovazioni. Quindi non si tratta solo di analizzare i dati - ma bisogna anche essere pronti a usarli in progetti innovativi.
- **Pensiero critico e analisi** - abilità collegata alla precedente; collocata al 4° posto nella top 15 delle competenze per il 2025 [p. 36 del rapporto].
- **Problem-solving complesso** - collocato al 3° posto nella top 15 delle competenze per il 2025 [p. 36 del rapporto]. Non si tratta solo di trovare l'origine del problema. Nella nuova realtà del mondo digitale, bisogna essere pronti ad affrontare un problema da diverse prospettive. Avere una mentalità aperta e creatività sarà utile in questo processo.
 - **Creatività, originalità e iniziativa** - parlando di creatività, è stata anche menzionata nella classifica - posta al 5° posto nella top 15 delle competenze per il 2025 [p. 36 del rapporto]. Era collegata all'originalità e all'iniziativa - perché? Perché è difficile creare qualcosa di originale e nuovo nell'era di Internet e dei social media. Conoscete quel pensiero che tutto ciò che inventate qualcuno ha inventato prima di voi? Esattamente... La creatività, l'originalità e l'iniziativa come abilità vi mostrano il modo di trovare nuove possibilità per adattare soluzioni ben note nella vostra realtà.
 - **Apprendimento attivo e strategie di apprendimento** - posizionato al 2° posto nella top 15 delle competenze per il 2025 [p. 36 del rapporto]. È l'abilità principale di ogni imprenditore - non si può fare un business senza un apprendimento attivo. L'imprenditore ha bisogno di preziose fonti di informazione per imparare, ma anche di disimparare vecchie idee e comportamenti. Disimparare vecchie idee e comportamenti nel contesto delle competenze digitali sembra essere cruciale. Ci sono aggiornamenti

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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



Deep.

quotidiani, nuovi add-on, cambiamenti di interfaccia... devi essere sempre pronto ai cambiamenti.

- Resilienza, tolleranza allo stress e flessibilità - ovviamente, legate ai cambiamenti quotidiani di cui sopra. Queste competenze sono collocate al 9° posto nella top 15 delle competenze per il 2025 [p. 36 del rapporto].
- Marketing digitale/strategia digitale - il suddetto rapporto menziona gli specialisti in questi campi al 4° posto tra i 20 migliori ruoli lavorativi in tutti i settori. Il marketing digitale, in particolare il social media marketing, gioca attualmente un ruolo enorme nel disegnare l'immagine e la comunicazione delle marche, aumentare le vendite e stabilire la cooperazione.

Basato su:

World Economic Forum, ottobre 2020: "The Future of Jobs Report 2020":
http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf

Pratiche Ottimali:

Cosa ha funzionato in quale ambiente e in quali circostanze?

Sia che si inizi a costruire un business online da soli, come freelance, iniziando un lavoro auto-nomo, o si decida di formare un team, per raggiungere il livello desiderato di produttività nell'ambiente online, è necessario ricordare i seguenti punti:

1. La cooperazione è fondamentale

Per quanto possa sembrare un cliché, senza il networking online, sarete solo elettroni liberi. Potete abbracciare la cooperazione in molti modi:

- Contribuite ai gruppi di Facebook - mostrerete il vostro livello di competenza mentre aiutate gli altri. Più pubblicate, più sarete identificati nella vostra specializzazione, aumentando così le vostre possibilità di ottenere un'offerta di collaborazione retribuita per progetti interessanti.
- Create le vostre comunità su Facebook, Instagram e LinkedIn. Riunite persone con valori simili. Solo le persone che condividono i vostri valori potranno diventare





Deep.

ambasciatori della vostra azienda senza la promessa di una ricompensa o di un pagamento.

- Scambio di competenze. La cooperazione non deve essere necessariamente basata su un compenso finanziario; potete iniziare la vostra attività basandovi sul baratto, cioè sullo scambio non monetario di beni e servizi. Se siete bravi nel web design, questa è la vostra valuta - potete insegnare a qualcuno il web design o creare un sito web per lui/lei in cambio di un altro servizio o bene. Ricordate, il bene/servizio in questo scambio ha un prezzo contrattuale. Non dovete abituare i vostri clienti e partner all'idea che con voi tutto può essere fatto usando il metodo del baratto, perché allora non inizierete mai a guadagnare.
- Sfruttate le opportunità di finanziamento e crowdfunding dell'UE. Questo vi permette non solo di far crescere il vostro business, ma anche di fare rete con i partner in tutta l'UE.

2. La flessibilità non è più sufficiente

Con la pandemia di COVID-19 e la conseguente digitalizzazione accelerata, il termine "flessibilità" ha assunto un nuovo significato. In precedenza, quando appariva nelle offerte di assunzione significava più o meno "essere pronti ad adattarsi al nostro ambiente". Ora flessibilità significa molto di più:

- è una prontezza ai cambiamenti improvvisi dell'ambiente (comprese le regolamentazioni interne ed esterne)
- è una capacità di implementare l'azione in situazioni di cambiamento e di crisi
- è la consapevolezza che ciò che state imparando ora potrebbe presto diventare obsoleto, quindi dovete essere pronti a fare i prossimi passi.

Sia che scegliate Agile o Lean nel vostro business, o forse scegliate di saltarli del tutto e prendere un altro percorso, essere pronti per le transizioni dovrebbe essere la vostra priorità assoluta. La pratica migliore è quella di monitorare i cambiamenti attraverso le newsletter e i blog creati dalle app che usate ogni giorno e i feed di LinkedIn.

3. Calcolare il rischio

Il rischio dovrebbe essere sempre incluso nella creazione di un business e non è negoziabile. Tuttavia, quando si parla di business online e di branding online, si assumono ulteriori rischi a causa delle caratteristiche degli strumenti online, delle applicazioni e dei social media.

Quindi prestate particolare attenzione a:

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



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



Deep.

- La selezione di strumenti per il vostro livello di abilità digitale. In questo modo, minimizzerete il rischio di fare un errore critico e molte frustrazioni quotidiane. Naturalmente, col tempo avrete bisogno di applicazioni sempre più avanzate, quindi - per minimizzare il rischio di sovraccarico di informazioni - distribuite il nuovo materiale: ogni settimana imparate uno strumento, testandolo nella pratica.
- Se create un team, quando scegliete ogni strumento tenete conto anche dei costi di adattamento. Considerate che 5 persone su 8 hanno già familiarità con MS Teams, mentre voi preferite Zoom e solo voi lo conoscete. Avete una settimana per scegliere uno strumento di videoconferenza. Ci vorrà molto più tempo per formare tutto il team con Zoom e dovrete farlo voi stessi. Ci saranno anche molti più rischi - chiamate perse, errori, stress, frustrazione. Se delegate questo compito alle 5 persone di cui sopra e accettate MS Teams, i rischi e i costi di adattamento saranno molto più bassi.
- Scegliete strumenti che offrono un supporto attivo o almeno che abbiano gruppi di supporto attivi su Facebook. Contrariamente a quanto si possa pensare, non è così facile ottenere una risposta dal dipartimento di supporto delle grandi aziende. Se gli sviluppatori stessi non vi rispondono, cercate aiuto nei gruppi di Facebook.
- Prima di usare uno strumento, leggete attentamente la sua licenza. Non tutti gli strumenti e non tutti i piani sono permessi per uso commerciale, ed è così che li utilizzerete quando li sceglierete per il vostro business.
- Ricordate che nei social media niente è privato. Qualsiasi cosa che pubblicate diventa un contenuto pubblico (anche se lo pubblicate su Facebook, sul vostro cosiddetto profilo privato nella modalità di visibilità "Solo per gli amici", questo contenuto non è né vostro né privato), quindi se scrivete un post o un commento, calcolate il rischio che voi e il vostro brand state correndo. Una volta che iniziate a costruire il vostro brand online, qualsiasi cosa pubblicate privatamente può influenzare la percezione del vostro business.

4. Empatia e design dell'esperienza utente

Naturalmente, progettare servizi e prodotti incentrati sull'utente è stato importante in passato, ma la pandemia di COVID-19 ha mostrato la direzione che i brand devono prendere non solo per attirare i clienti ma anche per mantenerli. In un business condotto interamente online, è molto facile dimenticare che c'è un essere umano seduto dall'altra parte dello schermo che ha bisogni ed emozioni reali. Disumanizzare la comunicazione sui social media o il processo di acquisto fa sentire i clienti come se fossero solo uno dei tanti nella folla. Ecco perché l'empatia gioca un ruolo così importante nella costruzione di un business online e del branding online. Ricordatevi di scegliere correttamente non solo i canali di comunicazione ma anche la forma della comunicazione stessa. Non parlate solo di voi stessi e del vostro business, ma ascoltate anche il vostro utente.





Deep.

Lezioni apprese:

Cosa è andato storto in quale ambiente e in quali circostanze?

Quando si entra in un ambiente online, molte cose possono andare storte. Ci sono molte variabili e avete tutto il diritto di essere preoccupati. A cosa dovrete prestare attenzione?

- Durante la pandemia, molte persone hanno iniziato la loro avventura con le app di video-conferenza. Avrete sentito molti incidenti spettacolari quando qualcuno pensava di avere il microfono muto, ma non era così e ha detto una parola di troppo. Tali incidenti sono accaduti a politici, celebrità, uomini d'affari - possono accadere anche a voi. Come affrontarli? Per prima cosa, controllate regolarmente che siate silenziati. Le icone del microfono barrate in Zoom/Teams sono visibili accanto al vostro nome e indicano che gli altri non possono sentirvi. Secondo: quello che potete, conservatelo per dopo. Gli strumenti a volte possono rompersi.
- Prima della pandemia, non tutte le aziende utilizzavano soluzioni cloud. Memorizzavano i loro dati sui loro computer interni. Quando arrivò il lockdown e la crisi, i dipendenti dovettero essere mandati all'home office, l'effetto fu che i dati non potevano essere trasferiti liberamente perché erano solo sulla sede dell'azienda. Se i dati fossero stati nel cloud, le aziende avrebbero potuto continuare le loro operazioni quotidiane senza problemi e senza tempi di inattività.
- Nelle realtà europee, gli incontri faccia a faccia negli affari sono ancora considerati più efficaci delle video o audio conferenze. Indubbiamente, la pandemia ha contribuito a cambiare la prospettiva su questo tema, ma ci sono ancora aziende con cui non si prenderà un appuntamento online. Non è perché il vostro business non può essere gestito in quel modo, è perché qualcuno apprezza il contatto umano dal vivo più delle soluzioni online. Non è raro che i clienti e i datori di lavoro vi spingano a viaggiare per partecipare a un incontro che può essere fatto online. I clienti e i datori di lavoro hanno il diritto di avere le loro preferenze e convinzioni - ma lo stesso vale per voi. Ricordate





Deep.

che anche il vostro tempo sulla strada (anche su un autobus attraverso la città) ha un valore.

Linee-guida:

I principi guida "chiave" dell'imprenditorialità digitale in ambiente VET

La prima cosa da ricordare sull'imprenditorialità digitale nella formazione professionale è che creare un business online non è un'alternativa inferiore a un business offline. Nei servizi al di fuori dell'industria IT, rimanere online al 100% con il proprio business è ancora visto in alcuni circoli come un equivalente di minor valore dei servizi e prodotti "reali".

Il business online è un'altra forma - non inferiore, non meno preziosa. Fornisce altre opportunità rispetto all'offline, alcune le toglie. Quello che potete fare è approfittare di tutto il potenziale che l'ambiente online offre.

La seconda linea guida da ricordare è che il mondo online non è solo per i giovani. Questo è uno stereotipo poco specifico. Cosa significa "giovane"? Si tratta di qualcuno della generazione Z (nata a metà degli anni '90), o dei Millennials degli anni '80?

Il fatto è che la vostra data di nascita non fa di voi uno degli specialisti delle nuove tecnologie o dei social media. Sì, se siete nati a metà degli anni '90 o più tardi, l'esistenza dell'ICT e dei social media è più naturale per voi che per qualcuno nato negli anni '60 o '70. Tuttavia, questo non significa che una persona giovane sia più competente di una persona anziana, né che una persona giovane sia essenzialmente più interessata alle nuove tecnologie rispetto ad una persona anziana.

Pertanto, quando si costruisce un business online:

- potete investire in un team diversificato
- si può investire in prodotti e servizi mirati a clienti di diverse età
- dovrete evitare gli stereotipi sull'età quando parlate con i vostri clienti/partner.





Deep.

Diversità nell'ambiente online significa soprattutto diversificazione delle persone in termini di età, esperienza con le nuove tecnologie e applicazioni, competenze (compreso il livello di competenza digitale!), e istruzione. Ricordate che quando si lavora con le nuove tecnologie, l'esperienza e la conoscenza pratica sono fattori chiave da considerare - non gli studi, anche se rilevanti. L'industria IT è un ottimo esempio del fatto che non è necessaria una laurea nel settore in cui si lavora per diventare un esperto. Tuttavia, non è possibile farlo senza apertura al cambiamento costante, flessibilità nell'imparare cose nuove, capacità di lavorare in team interdisciplinari e diversi.

Anche se non avete intenzione di lavorare nell'IT, investire in un team diversificato e in un cliente diversificato può non solo espandere il portafoglio del vostro brand, ma anche arricchire le vostre conoscenze personali, competenze ed esperienze molto più che se vi concentrate solo su gruppi omogenei di professionisti e/o clienti.

Ecco perché la terza linea guida da ricordare è quella di prendersi cura del proprio portfolio. Qualsiasi cosa facciate nell'ambiente online, assicuratevi di documentarla. Naturalmente, spesso sarete limitati da un accordo di confidenzialità con un cliente, non sarete in grado di descrivere i dettagli sul vostro sito web o sui social media. Cosa potete fare?

Fornite alcuni elementi già nella fase di definizione dei termini dell'accordo. Alcune cose non devono essere confidenziali. Potete stabilire all'interno dell'accordo che la cooperazione stessa con il cliente (nome della marca, settore, tipo di progetto) non sia confidenziale e potete descriverlo.

Dopo aver completato il progetto secondo il contratto, quando entrambe le parti sono soddisfatte della cooperazione, è possibile chiedere al cliente raccomandazioni su LinkedIn e un logo per il vostro sito web. Questo tipo di testimonianza sarà visibile a chiunque visiti il vostro profilo e sito web, inoltre, sarà disponibile in qualsiasi momento e a chiunque si desidera inviare un tale portfolio.

In caso di collaborazione molto proficua, potete anche chiedere se il cliente accetta di descrivere i suoi risultati sotto forma di un caso di studio per il vostro blog o social media. Tale descrizione può anche essere fatta mantenendo il nome dell'azienda segreto secondo i desideri del cliente e menzionando solo il settore.

