**BUCOLICO JUNIOR ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM**

**KIT PER IL FORMATORE**

**MODULO: BRND YOUR NAME**

**MANUALE DEL FORMATORE**

Durata: 2x5 h

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tempo** | **Contenuto** | **Esercizi / Metodi** | **Materiali** |
| 10’ | **Introduzione**   1. 1. Il formatore si presenta 2. 2. Diapositiva - Obiettivi 3. 3. Diapositiva - Programma 4. 4. Diapositiva - Agenda 5. *Mi chiamo..., sono..., sono qui per conto...* 6. *Prima di iniziare, voglio raccontarvi cosa potete aspettarvi da questo workshop, come lavoreremo e quale sarà il risultato del nostro lavoro insieme.* 7. *Gli obiettivi che ci siamo posti per questo workshop sono: ...* 8. *Perseguiremo questi obiettivi implementando il seguente programma: ...* 9. *E qualche informazione organizzativa in più: il workshop di oggi dura dal ... al ..., abbiamo programmato le pause alle ..., le pause dureranno ... min.* 10. Il formatore può anche, se necessario, indicare altre informazioni rilevanti, ad es. l'ubicazione di servizi igienici, caffetterie, ecc. e definire le regole per bere o mangiare nella sala del workshop | Presentazione della lezione | Presentazione/ lavagne e fogli,  Computer, proiettore |
| 35” | **L’esperienza del cliente**  Il formatore dice:  *Prima di introdurre l’argomento, voglio che vi parliate.*  *Ognuno di voi è stato cliente più di una volta. Sicuramente ci sono stati degli acquisti che ti sono rimasti impressi nella memoria: o perché sono stati piacevoli o, al contrario, perché sono stati un'esperienza negativa. Parla di cosa rende piacevole il contatto con un’azienda e cosa lo rende spiacevole.* Il formatore divide i partecipanti in gruppi di 3-4 partecipanti  Incoraggia la discussione ed elenca su una lavagna a fogli mobili tutti i fattori che hanno reso l'acquisto piacevole o spiacevole (20')  Nella sintesi, il formatore indica che non solo il prodotto, ma anche le interazioni della persona con l'azienda creano l'esperienza del cliente. E questo accade non solo quando il servizio è servito da una persona, ma anche quando il servizio è automatizzato: la qualità di questi contatti influisce sulla soddisfazione del cliente. Il formatore sottolinea che le persone apprezzano sempre di più il contatto con altre persone e si aspettano che le aziende forniscano loro tale contatto. Il buon contatto con il rappresentante dell'azienda influenza se compreremo di nuovo o lo consiglieremo ad altri. Ecco perché molte aziende si sforzano di rendere il contatto con loro il più piacevole possibile per il cliente. | Discussione  Lezione | Fogli mobili  Marcatori |
| 45’ | **Cosa comprano i consumatori?**  Il formatore continua:  *Non è solo il primo contatto con un'azienda che influisce sul modo in cui le persone valutano i prodotti. L'uso stesso del prodotto è un'esperienza molto più ampia del semplice prodotto stesso. Ti incoraggio a dare un'occhiata a come le esperienze dei clienti differiscono in caso di prodotti simili.*  Il formatore divide i partecipanti in 4 squadre. Ogni squadra riceve una coppia di prodotti. Compito: discutere e identificare cosa spinge le persone a scegliere uno dei prodotti. Scrivilo su un foglio di lavagna a fogli mobili. Offre ai partecipanti 15 minuti (15 ')  1. Volvo - Mini Morris  2. Netflix - cinema  3. Spotify - CD  4. gioielli di marca - gioielli fatti a mano  Le squadre presentano i risultati del loro lavoro. (20’). Durante il discorso, il formatore chiede che tipo di persona è il destinatario di entrambi i prodotti, quali sono le differenze tra gli acquirenti e quali sono i loro motivi per acquistare. | Discussione | Fogli mobili  Marcatori |
| 15’ | Pausa |  |  |
| 35’ | **La “persona” cliente**  Il formatore chiede ai partecipanti che hanno già un'idea per la propria attività. Annuncia che possono sviluppare la loro idea più avanti nel workshop. Divide i partecipanti in tante squadre di lavoro quante sono le idee: una persona con un'idea più i suoi sostenitori, per creare tutte le squadre necessarie. Se non ci sono idee, il formatore dà suggerimenti alle squadre. Esempi di prodotti: olio d'oliva importato dall'Italia, candele profumate fatte a mano, creazione di siti Web, aiuto per la scrittura di libri, ecc.  Le squadre si siedono insieme.  Il formatore dice:  *Acquisisci familiarità con il tuo prodotto e pensa a quali caratteristiche deve avere e come sarà. Pensa anche a come sarà la tua azienda. Dagli un nome.*  *Sai come appare il tuo prodotto. Ora considera qual è l'intera esperienza del cliente con questo prodotto. Cosa è importante per il cliente in questa esperienza e in quali situazioni verrà utilizzato il prodotto. Descrivi il cliente: qual è il suo sesso, età, nome, fase della vita, com'è la sua vita, cosa è importante per lui. Consulta la pagina 3 del tuo manuale.*  Il formatore dà ai partecipanti 15 minuti per parlare.  Il formatore dice:  *Apri i tuoi libri di testo a pagina 4. C'è una mappa dell'empatia lì. È uno dei modi per guardare alla vita dei tuoi clienti.*  *Il tuo cliente ha una vita propria, piena di situazioni non correlate al tuo prodotto. Se vuoi capirli, devi sapere com'è la loro vita. Quali messaggi li raggiungono, cosa pensano, cosa gli manca, cosa li ferisce e cosa vogliono. Grazie a questo potrai parlare la loro lingua, fare riferimento a situazioni che gli sono familiari e ai bisogni che sentono davvero. Immagina ciò che il tuo cliente vede, sente e sente ogni giorno. Annota tutto sulla tua mappa.*  Il formatore dà ai partecipanti 15 minuti per lavorare. | Lavoro di gruppo | Manuale  Penne |
| 55’’ | **La “persona” cliente parte 2**  Il formatore dice:  Ora crea il collage che rappresenta il tuo cliente.  *Le squadre fanno collage. I collage possono essere realizzati manualmente, con immagini e pezzi ritagliati da giornali, oppure disegnati. Se i partecipanti hanno accesso ai computer, il collage può essere realizzato su Google Jamboard utilizzando le foto caricate.*  Il formatore concede ai partecipanti 20 minuti per lavorare.  Il formatore dice:  *Pensa all'esperienza cliente più importante che i clienti hanno con il tuo prodotto. Come cambia la loro vita in meglio, come rende loro la vita più facile o in quali situazioni danno loro gioia. Cerca di catturare l'essenza dell'utilizzo del tuo prodotto da parte di un cliente*  I team presentano le personalità del cliente e le esperienze chiave del cliente con il prodotto. I gruppi si presentano a turno, decidendo autonomamente l'ordine. (30') | Lavoro di gruppo | Flip chart  Riviste cartacee  Forbici, colla  Opzione: computer, Jamboard  Proiettore |
| 15’ | Pausa |  |  |
| 65’ | **Why do companies exist?**  Il formatore dice:  *Simon Sinek dice che la cosa che ci ispira è lo scopo più profondo, la causa, una ragione per credere in qualcuno o qualcosa. Le persone e le organizzazioni sanno COSA stanno facendo. Alcuni sanno anche COME lo fanno: come o con quali mezzi e azioni. Ma solo poche persone e poche organizzazioni possono dire qual è l'obiettivo più profondo dietro le loro azioni, PERCHÉ fanno quello che fanno.*  Sentiamo perché è importante distinguerli:  Film: https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF\_VuA  Il formatore visualizza una diapositiva o disegna tre cerchi coassiali su una lavagna a fogli mobili e annota nei punti giusti: cosa, come, perché. Discussione (15')  - Quali sono le differenze tra PERCHÉ, COME e COSA?  - Perché è importante distinguerli?  Il formatore dice:  *Voglio mostrarti un'azienda. Tra un momento guarderemo un film su questa azienda e il tuo compito sarà riconoscere COSA fa questa azienda, COME lo fa e PERCHE' lo fa. Forse non tutte le domande avranno una risposta diretta, quindi ti incoraggio a essere consapevole.*  Film: Ewa Michalak (20')  Discussione (15')  Il formatore chiede ai partecipanti PERCHE', COME e COSA dell'azienda Ewa Michalak. Scrive sulla lavagna precedentemente disegnata nei punti appropriati. Aiuta i partecipanti a riconoscere:  CO - biancheria intima  COME - aderente, curato nei dettagli, taglie piacevoli, frivoli, difficili da acquistare  PERCHE' - ogni busto merita un buon reggiseno | Lezione  Film | Computer  Proiettore  Flip chart  Marcatori  https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJKF\_VuA  Film: Ewa Michalak |
| 5’ | **Perché esistono le aziende? Parte 2**  Il formatore dice:  *(Indica COSA) Supponiamo che la tua idea di business sia la vendita di computer. I tuoi concorrenti sono tutte le altre società di computer. Supponiamo anche che tu sia un giocatore online e comprendi le esigenze dei giocatori. E tu dici: (indica PERCHE') ascolta, grazie a me vivrai le più grandi avventure della tua vita! Com'è possibile? (Indica COME)? Poiché ti fornirò attrezzature ottimizzate per questo compito, solo gli elementi necessari della massima qualità, ti consiglierò, aiuterò nella configurazione e consegnerò rapidamente.*  *Gli utenti di computer in generale avranno ancora una scelta tra tutti gli altri negozi di computer, ma chi gioca online saprà che vale la pena venire da te per un computer perché conosci le loro esigenze. Ora immagina di introdurre le poltrone nella tua offerta. Qualcuno che sta semplicemente cercando una sedia per computer ha ancora la scelta di tutte le altre aziende che vendono sedie. Ma le persone che passano molto tempo davanti al computer sanno che dovrebbero venire da te perché capisci le loro esigenze. E che l'offerta computer + poltrona abbia un senso e sia coerente. In futuro, potresti voler aggiungere più cose alla tua offerta, ad es. qualcosa che aiuterà i genitori a prendersi cura dei bisogni di sviluppo di un bambino che è un giocatore. E sarà anche un'offerta coerente. Puoi ampliare l'offerta del negozio senza cambiare il settore.*  *Capisci già perché iniziare con PERCHÉ? Le persone che crederanno saranno attratte da te perché non stai dando loro il prodotto stesso, stai anche regalando loro emozioni.*  *Ciò che è importante capire è che il PERCHE' riguarda i bisogni dei clienti e non quelli dell'azienda. Le aziende soddisfano il desiderio di alcune persone e cambiano così il mondo.* | Lezione | - |
| 20’ | **Sintesi dei partecipanti**  Il formatore riassume brevemente ciò che è stato discusso quel giorno. Richiama gli argomenti discussi e le conclusioni più importanti tratte dai partecipanti. Annuncia che il giorno successivo continueranno il viaggio per avviare un'impresa.  Invita i partecipanti a riflettere: la cosa più importante che ho scoperto/imparato oggi.  Se il tempo è poco, il formatore invita solo persone disposte a parlare. Se c'è più tempo (circa 2 minuti per partecipante), può invitare un giro di discorsi con tutti che parlano a turno. | Lezione Discussione di gruppo | - |
| 5’ | **Saluti e rinvio all’indomani**  Il formatore ringrazia i partecipanti per il tempo trascorso insieme, li invita al giorno successivo dei workshop, ricorda loro l'orario di inizio e saluta i partecipanti. | Intervento del formatore | - |

Fine della prima sessione.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tempo** | **Contenuto** | **Esercizi / Metodi** | **Materiali** |
| 20’ | **Inizio della seconda sessione**  Il formatore riassume brevemente il giorno precedente. Chiede ai partecipanti le loro riflessioni sul giorno precedente. Consente a tutti di parlare a turno. | Lezione  Discussione di gruppo | - |
| 40’ | **Perché la tua azienda dovrebbe esistere?**  Il formatore dice:  *Ieri abbiamo parlato del fatto che i clienti ottengono il prodotto E le emozioni e che l'azienda dovrebbe capire il suo impatto sui clienti non solo come prodotto, ma come esperienza ed emozioni.*  *Oggi continueremo a lavorare in team. Inizieremo considerando qual è il tuo PERCHÉ. Per fare ciò, devi iniziare con il cliente e in quali situazioni e per quale motivo utilizza il tuo prodotto. Il modo in cui il tuo prodotto cambia la vita del cliente è correlato a qual è il tuo PERCHE'.*  *Nei prossimi 20 minuti discuti il tuo PERCHÉ e cerca di esprimerlo nel modo più breve possibile. Poi ti chiederò di presentare la tua azienda nel modo in cui ne ha parlato Simon Sinek, ovvero: la nostra azienda esiste per questo PERCHE', lo fa a modo del COME, per un prodotto che è fuori COSA.*  Il formatore mostra una diapositiva o mostra una lavagna a fogli mobili con la frase scritta: La nostra azienda (completa la missione - PERCHE') grazie a (caratteristiche e azioni - COME) dal prodotto (COSA). (5'+20')  Al termine del lavoro, le squadre presentano il loro PERCHÉ. (15') | Intervento del formatore  Discussione di gruppo | Computer  Proiettore  Fogli Mobili |
| 45’ | **Se la tua azienda fosse l’eroe di una storia...**  Il formatore dice:  *Le aziende non vogliono essere viste semplicemente come un'azienda di computer, un'azienda di caffè o un'azienda di giocattoli. Ciò non li farebbe risaltare in alcun modo. Cercano di conferire al proprio marchio personalità e caratteristiche distintive.*  *Possiamo guardare alla personalità usando gli archetipi. Un archetipo è un modello di personalità che non abbiamo bisogno di imparare, perché lo comprendiamo intuitivamente.*  *Il formatore presenta gli archetipi su una diapositiva / lavagna a fogli mobili e insieme ai partecipanti trova un esempio di un eroe da un film o un libro e un marchio nazionale o internazionale per ciascun archetipo. (15')*  (fare riferimento al documento Esercizi per assistenza) (15')  Il formatore dice:  *Pensa quale archetipo sarebbe più vicino a ciò che vuoi che sia la tua azienda. A quali caratteristiche o valori vuoi che sia associata la tua azienda.*  *Pensaci e disegna la tua azienda come una persona che è uno degli archetipi. Hai 20 minuti per questo.*  Al termine del lavoro, le squadre presentano i loro disegni (10') | Lavoro di gruppo | Computer  Proiettore  Fogli Mobili  Markers  Pastelli |
| 15’ | Pausa |  |  |
| 45’ | **Storie di aziende**  Il formatore dice:  *Le aziende come comunicano il loro PERCHÉ?*  Discussione.  Il formatore dice:  *Le aziende parlano dei loro PERCHE' anche nella comunicazione pubblicitaria. Naturalmente, nessuna azienda dice: vogliamo che associ la nostra azienda alla sicurezza, sentiti al sicuro ora. Lo fanno con storie che innescano le emozioni dei clienti.*  *Una buona storia ha degli elementi fissi. C'è un eroe che ha un obiettivo o un desiderio, che incontra un ostacolo e deve affrontarlo per ottenere l'effetto desiderato.*  Il formatore presenta una diapositiva/lavagna a fogli mobili con la struttura della storia.  Il formatore dice:  *A volte la storia segue direttamente questo schema, e talvolta questi elementi appaiono in un ordine diverso per sorprendere il destinatario e aumentare l'effetto.*  *Ora guarderemo alcuni annunci di aziende che utilizzano le storie per trasmettere informazioni importanti ai propri clienti. Dopo ogni pubblicità ti chiederò di cosa tratta la storia e quali emozioni evoca.*  Il formatore presenta gli annunci e discute con i partecipanti. Evidenzia quattro elementi della storia. Mostra ed enfatizza come la narrazione proietta il destinatario direttamente nella storia, senza introduzioni e descrizioni. | Lezione | Computer  Proiettore  Fogli mobili |
|  | **Storie di aziende. Parte 2**  Proposte di pubblicità:  Land Rover (avventura, essere inarrestabile ma anche responsabile)  Presentazione del nuovo Land Rover DEFENDER  https://www.youtube.com/watch?v=pk5QL\_kKN\_g  Allegro (preparazione per un incontro importante)  Inglese per principianti | Czego szukasz w Święta?  https://www.youtube.com/watch?v=tU5Rnd-HM6A  Ufficio postale norvegese (sull'amore e sul desiderio)  Quando Harry ha incontrato Babbo Natale  (napisy ENG) https://www.youtube.com/watch?v=nDLumk\_rQQw  Opel (sulla vita e i valori delle giovani generazioni)  Meno normale. Più Mokka. Questa è Opel!  https://www.youtube.com/watch?v=zpDK5WS31jY  Sì (sull'essere una donna e sull'essere te stessa)  Jestem kobietą. Nowa kampania YES  https://www.youtube.com/watch?v=--T8-Jw52Qc  Lampada IKEA (sull'essere abbandonati/prendere buone decisioni)  IKEA - Lampada (2002, USA)  https://www.youtube.com/watch?v=jU-cori12KU | - | - |
| 40’ | **Storytelling creativo**  Il formatore dice:  *Voglio incoraggiarti a creare una storia sulla tua azienda. Ma prima di entrare nel merito, facciamo alcuni esercizi per stimolare la tua creatività narrativa.*  *Apri i tuoi manuali a pagina 8. Il tuo compito è scrivere racconti. Alcuni consisteranno in una sola frase. Altri richiederanno alcune frasi. Ma assicurati che queste frasi siano il più brevi possibile. Mostra, non dire. Lascia che i tuoi lettori indovinino i dettagli cruciali e stabiliscano una connessione emotiva da soli.*  *Hai 20 minuti per questo. (5'+20')*  Dopo che i partecipanti hanno terminato il compito, il formatore legge ogni frase ad alta voce e chiede ai partecipanti di leggere le loro storie. (15') | Lavoro individuale con l’handbook | Handbook |
| 15’ | Pausa |  |  |
| 40’ | **Quale storia racconta il nostro prodotto**  Il formatore dice:  *Hai già pensato a quando e in quali circostanze il cliente utilizza il tuo prodotto. Ora è il momento di trasformare questa situazione in una storia. Non descrivere la situazione, metti solo il destinatario al centro di essa. Prenditi cura dei quattro elementi della storia. Prova a usare questo schema: parla di qualcosa senza parlarne direttamente. Usa colori, metafore, impressioni, dettagli per suggerire la situazione, piuttosto che nominarla semplicemente.*  *Hai 20 minuti.*  I gruppi presentano i propri lavori. (20') | Lavoro di gruppo | - |
| 30’ | **Sintesi dei partecipanti**  Il formatore riassume brevemente ciò che è stato discusso quel giorno. Richiama gli argomenti discussi e le conclusioni più importanti tratte dai partecipanti.  Incoraggia la riflessione: qual è la cosa più importante che ho imparato oggi 1. sull'imprenditorialità e 2. su me stesso come futuro imprenditore.  Il formatore chiede alla prima persona disposta a parlare. Dopodiché, chiede loro di invitare un'altra persona a parlare. Il formatore si assicura che tutti parlino (purché non comunichino chiaramente che non vogliono parlare). | Conversazione di gruppo | - |
| 10’ | **Sintesi e saluti**  Il formatore consiglia libri e altre fonti.  Il formatore ringrazia i partecipanti per il tempo trascorso insieme.  Il formatore saluta i partecipanti. | Intervento del formatore | - |

Preparazione:

• Esempi di aziende locali che rappresentano archetipi

• Opzione: esempi di pubblicità nazionali contenenti una storia

• Inserisci le informazioni su di te nella presentazione

• Letteratura – in lingua locale

Materiali:

• Presentazione o lavagna a fogli mobili pre-preparata

• Computer, proiettore

• Lavagna a fogli con fornitura di fogli

• Marcatori

• Manuale del partecipante

• Pastelli / pennarelli

• Giornali e riviste con foto

• Forbici

• Colla