**Training Fiche Model**



|  |  |
| --- | --- |
| **Titolo**  | Imprenditorialità |
| **Parole chiave (meta tag)** | CANVAS triple balance – Analisi PESTEL – Design del prodotto – Progettazione dei servizi – Redditività economica |
| **Lingua** | Inglese |
| **Obiettivi / Obiettivi / Risultati di apprendimento** | * Imparare la definizione dell'idea e la progettazione del modello di business
* Avere una conoscenza migliore del mercato e della clientela
* Informazioni sulla progettazione e la convalida di prodotti e servizi
* Capire cosa significa redditività economica
 |
| **Area di training: (Seleziona una)** |
| **Competenze professionali, imprenditoriali e lavorative** | **X** |
| **Competenze digitali** |  |
| **Empowerment personale, sociale e del benessere** |  |
| **Descrizione** | Questo modulo di formazione sull’imprenditorialità affronterà i seguenti argomenti: * Definizione dell'idea e progettazione del modello di business (CANVAS Triple Balance, nuove economie e SDGs, imprenditoria sociale)
* Conoscenza del mercato e della clientela: analisi PESTEL e studio di mercato. Competizione vs collaborazione. Costruire una rete di supporto.
* Progettazione e validazione di prodotti e servizi: design thinking, design sprint, test di mercato, interviste alle soluzioni.
* Redditività economica. Investimenti, spese fisse e spese variabili. Come posso stimare il prezzo dei miei servizi o prodotti? Stimando l’investimento della mia attività e il mio punto di pareggio, la mia attività può essere redditizia? (piano economico e finanziario)
 |
| **Contenuti disposti su 3 livelli** | **1. Definizione dell’idea e progettazione del modello di business**La parola modello di business si riferisce alla strategia di profitto di un’azienda. Specifica i prodotti o i servizi che l’azienda intende vendere, il suo mercato di riferimento e le eventuali spese previste. I modelli di business sono fondamentali sia per le aziende nuove che per quelle esistenti. Assistono le imprese nuove e in espansione nell’attrarre investimenti, reclutare talenti e motivare il management e i lavoratori. Le aziende consolidate devono cambiare regolarmente i loro modelli di business o non riusciranno a prevedere le tendenze e i problemi futuri. I modelli di business aiutano anche gli investitori a valutare le aziende di loro interesse e i lavoratori a comprendere il futuro di un’azienda per cui potrebbero voler lavorare.Il **business model canvas** è uno strumento estremamente efficace poiché riunisce numerosi aspetti per fornire un quadro del modello di business dell’azienda in un determinato momento (maggiori informazioni sulla ricorrenza del processo un po' più avanti).* 1. **CANVAS Triplo Saldo**

Il Business Model Canvas è un’ottima risorsa per gli imprenditori; Tuttavia, non è privo di problemi. È necessaria più di una singola tela aziendale per scavare più a fondo nell'intera strategia di un'azienda e scoprire potenziali clienti. Il Triple Layered Business Model Canvas è uno strumento per sperimentare l’innovazione del modello di business sostenibile. Aggiunge due livelli al canvas del modello di business di base: un livello ambientale basato su una visione del ciclo di vita e un livello sociale basato sulle prospettive degli stakeholder. Quando i tre livelli del modello di business sono combinati, rivelano come un’organizzazione produce diversi tipi di valore: economico, ambientale e sociale. Offrendo uno strumento di progettazione che inquadra le sfide della sostenibilità nell’innovazione del modello di business, questo nuovo strumento si aggiunge alla ricerca sul modello di business sostenibile.* 1. **Nuove economie e SDGs**

Il ruolo dell'imprenditorialità nel migliorare la qualità della vita delle persone comuni, compresi i gruppi svantaggiati, è riconosciuto nel contesto dell’Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, in quanto contribuisce alla costruzione di infrastrutture resilienti, alla promozione di un’industrializzazione inclusiva e sostenibile e alla promozione dell’innovazione. Gli SDG 4 e 8 sono collegati all’imprenditorialità. L'obiettivo SDG 4.4 aspira ad ampliare significativamente il numero di giovani e adulti con competenze pertinenti, comprese le competenze tecniche e professionali, per l’occupazione, posti di lavoro dignitosi e imprenditorialità. Allo stesso tempo, l’obiettivo SDG 8.3 mira a promuovere politiche orientate allo sviluppo che incoraggino le attività produttive, la creazione di posti di lavoro dignitosi, l’imprenditorialità, la creatività e l’innovazione, nonché la formalizzazione e la crescita delle micro, piccole e medie imprese (MPMI), anche attraverso l’accesso ai servizi finanziari.* 1. **Imprenditoria sociale**

Fare affari per uno scopo è ciò di cui si occupa l’imprenditoria sociale. Questo tipo di imprenditorialità mescola preoccupazioni commerciali e sociali nel tentativo di migliorare la vita delle persone. Oltre alle motivazioni umanitarie, una logica concepibile per un tale cambiamento è che con l’avanzare della società, le imprese diventeranno più redditizie. Esistono diverse varietà di imprenditoria sociale, tra cui: 1. **Imprenditore sociale della comunità**: operano in aree geografiche e comunità specifiche per una vasta gamma di cause, che vanno dall’igiene e dai servizi igienico-sanitari ai programmi di occupazione e distribuzione alimentare. Sono quelli che effettuano cambiamenti immediati e aspirano a qualcosa di più.
2. **Imprenditore sociale senza scopo di lucro**: questi imprenditori sociali pensano che i guadagni dovrebbero essere reinvestiti. Quindi, oltre alla spesa iniziale, hanno investito i loro guadagni nella causa. Le aziende e le organizzazioni hanno selezionato l’imprenditoria sociale senza scopo di lucro per incanalare la loro generosità.
3. **Imprenditore sociale trasformazionale**: si concentrano sulla costruzione di un’azienda in grado di affrontare un problema che gli sforzi del governo e altre imprese non possono.
4. **Imprenditore sociale globale**: gli imprenditori sociali globali pensano su una scala più ampia e si concentrano sulle trasformazioni globali. Danno priorità alla responsabilità sociale rispetto ai guadagni. Generalmente collaborano con gruppi che lavorano su questioni simili in determinate regioni/paesi.
5. **Conoscenza del mercato e della clientela**
	1. **Analisi PESTEL e studio di mercato**

Un’analisi PESTEL è un quadro strategico che viene spesso utilizzato per esaminare l’ambiente aziendale di un’azienda. Tradizionalmente, il framework era noto come analisi PEST, che stava per elementi politici, economici, sociali e tecnologici; tuttavia, nella storia più recente, il quadro è stato ampliato per incorporare anche questioni ambientali e legali.I team di gestione e i consigli di amministrazione utilizzano il framework nella pianificazione strategica e nella pianificazione della gestione dei rischi aziendali. La ricerca PESTEL è anche un metodo comune tra i consulenti di gestione per assistere i propri clienti nello sviluppo di prodotti creativi e sforzi di mercato, nonché tra gli analisti finanziari per identificare aspetti che possono influire sulle ipotesi del modello e sulle decisioni di finanziamento.* 1. **Concorrenza vs. collaborazione**

Concorrenza e cooperazione sono due approcci opposti al funzionamento aziendale. Senza dubbio, la concorrenza infonde nei dipendenti in senso di urgenza per aumentare la produzione e l’efficienza. D’altra parte, questo disagio porta a livelli elevati di stress per i dipendenti su tutta la linea, senza alcun senso di sicurezza o rilassamento. Gli svantaggi di un ambiente di lavoro collaborativo sono più evidenti quando c'è un team di dipendenti che sono meno predisposti a lavorare con gli altri. I problemi si sviluppano quando ci sono troppe persone in un gruppo che vogliono prendere l’iniziativa e, di conseguenza, diventare pseudo-leader, lasciando un progetto senza una direzione chiara. Questo è il punto in cui un metodo collaborativo fallisce.Tuttavia, questo non è sempre il caso, e il pensiero di gruppo è spesso efficace. Un team di rinforzo lavora in armonia, con dipendenti che si supportano a vicenda in un ambiente meno stressante. L’obiettivo del personale è più coeso e la qualità della produzione di un’azienda è notevolmente migliorata. Numerosi studi hanno dimostrato che le aziende che utilizzano un approccio più collaborativo ottengono risultati migliori e più rapidi. Il lavoro di squadra è essenziale poiché l’interdipendenza dipartimentale è diventata un pilastro dell'azienda moderna, indipendentemente dalla posizione, sia attraverso il corridoio che attraverso il continente.**2.3 Costruire una rete di supporto**Tutti hanno bisogno di una rete di persone su cui poter contare, sia personalmente che professionalmente. Queste reti di supporto, soprattutto per gli imprenditori, possono fare la differenza tra sentirsi soli là fuori ed essere intimamente legati ad altri imprenditori e avere un team di amici, consulenti o partner a cui rivolgersi quando non si è sicuri di quale strada percorrere. Alcuni suggerimenti per costruire la rete ultima a sostegno degli obiettivi imprenditoriali sono anche:* Partecipare a social club
* Entrare a far parte di associazioni
* Creare un piccolo gruppo di imprenditori che la pensano allo stesso modo
* Organizzare eventi per incontrare nuove persone
* Partecipare a conferenze e panel
* Creare alleanze e collaborazioni.
1. **Progettazione e validazione di prodotti e servizi**

Il reddito generato da prodotti e servizi alimenta un’impresa. Poiché sono al centro dei processi aziendali, è fondamentale progettarli con idee chiare e strategia. * Il coordinamento e la mescolanza di persone, comunicazione e componenti materiali per generare un ottimo servizio è noto come **progettazione del servizio**.
* **Il design** del prodotto è il processo di trasformazione delle idee in oggetti reali e pratici combinando capacità produttive con competenze di prodotto e commerciali.
	1. **Design Thinking & Design Sprint**

**Il Design Thinking** è un processo o un approccio per risolvere i problemi aziendali che inizia pensando al consumatore. Il pensiero progettuale deriva dal concetto che essere centrati sull’uomo è il modo più efficace per creare prodotti che le persone vogliono davvero. Oltre a concentrarsi sui consumatori, il design thinking incoraggia la prototipazione e il test. **I Design Sprint** sono un modo prescrittivo di cinque giorni per risolvere una sfida aziendale. L’approccio è stato creato da Google Ventures ed è stato successivamente documentato nel libro Sprint. Il Design Sprint prende metodologie ispirate al design thinking e le comprime in una metodologia completa che un team può completare in una sola settimana.* 1. **Test di mercato**

Il test di mercato è un esperimento intrapreso prima della commercializzazione (lancio) di un nuovo prodotto per determinare i fatti del prodotto come Il prodotto è quello corretto? Il prodotto ha un prezzo ragionevole? e così via. Sulla base di questi dati, l’azienda può approvare o rifiutare la proposta di prodotto.* 1. **Colloqui sulle soluzioni**

L’intervista sulla soluzione espande lo studio del problema e fornisce una soluzione per vedere come reagiscono i potenziali consumatori. Quando vengono presentati il prodotto o un prototipo, le interviste alle soluzioni producono un feedback qualitativo da parte degli utenti o dei potenziali clienti sul prodotto. Utilizza una “demo” per aiutare i consumatori a comprendere la soluzione e confermare che risolverà il loro problema.**4. Redditività economica**La redditività economica si verifica quando un progetto dimostra di essere economicamente fattibile, inventivo e sostenibile in termini di risorse finanziarie investite. Il finanziamento del progetto deve essere adeguato alle esigenze e ai limiti che si presentano nel corso della sua durata.* 1. **Spese fisse e variabili**

Le aziende classificano le spese per la pianificazione e altri scopi in base all'importanza del pagamento: Anche se non ci sono vendite, **i costi fissi** devono essere pagati. Devi, ad esempio, pagare l'affitto del tuo spazio aziendale, le utenze e gli interessi sul tuo prestito aziendale. **Le** **spese variabili** variano in base al numero di articoli o servizi venduti. Le spese di distribuzione, i prezzi delle materie prime e i costi umani per la creazione e la spedizione di articoli o la fornitura di servizi, ad esempio, sono in genere variabili.* 1. **Stima dell’investimento di un’azienda e del punto di pareggio**

In economia, affari e contabilità dei costi, l’analisi di pareggio si riferisce al punto in cui il costo totale e le entrate totali sono uguali. Viene eseguita un'analisi del punto di pareggio per calcolare quante unità o dollari di entrate sono necessari per coprire i costi totali (costi fissi e variabili).* 1. **Piano economico e finanziario**

Un piano economico è un insieme di piani volti a raggiungere specifici obiettivi economici predeterminati in uno specifico ordine di priorità durante un periodo di tempo predeterminato. Un piano finanziario è un documento che descrive in dettaglio le attuali condizioni finanziarie di un individuo, gli obiettivi economici a breve e lungo termine e una strategia dettagliata per raggiungere tali obiettivi.Un piano finanziario dovrebbe coprire tutti gli aspetti delle finanze di una persona, come risparmi, investimenti, debito, assicurazione, tasse e pensione. Il piano può essere preparato da soli o con l’assistenza di un esperto finanziario. |
| **Autovalutazione (domande e risposte a scelta multipla)** | * 1. Quali livelli aggiungono il modello triple layered model canvas?
		1. Politico ed economico
		2. **Ambientale e sociale**
		3. Ambientale e politico
	2. La "L" in PESTEL sta per:
		1. Leale
		2. Locale
		3. **Legale**
	3. Il processo di trasformazione delle idee in oggetti reali e pratici è:
		1. Progettazione del servizio
		2. **Design del prodotto**
		3. Design thinking
	4. Cosa succede quando un progetto dimostra di essere economicamente fattibile, inventivo e sostenibile in termini di risorse finanziarie investite?
		1. Colloquio di soluzione
		2. **Redditività economica**
		3. Test di mercato
	5. Il punto di pareggio si verifica quando:
		1. **I costi totali e le entrate totali sono uguali**
		2. I costi totali sono superiori ai ricavi totali
		3. I costi totali sono inferiori ai ricavi totali
 |
| **Risorse (video, link di riferimento)** | // |
| **Materiale correlato** |  |
| **PPT correlati** |  |
| **Bibliografia** | <https://hbr.org/2015/01/what-is-a-business-model><https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asp><https://icsb.org/wp-content/uploads/2019/09/Gazette-Sep.-9.pdf><https://harappa.education/harappa-diaries/social-entrepreneurship/><https://www.researchgate.net/publication/280044131_The_triple_layered_business_model_canvas_a_tool_to_design_more_sustainable_business_models><https://pestleanalysis.com/what-is-pestle-analysis/><https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2017/09/11/competition-or-collaboration-which-will-help-your-team-produce-the-best-results/?sh=1851a74e9dad><https://hbr.org/2017/03/the-pros-and-cons-of-competition-among-employees><https://businesscollective.com/7-ways-to-build-the-ultimate-support-network/index.html><https://www.winwithteamwork.com/what-we-do/all-services/product-and-service-design><https://www.eleken.co/blog-posts/the-definitive-guide-to-design-thinking-vs-design-sprint><https://businessjargons.com/market-test.html><https://read.realstartupbook.com/5-generative-product-research/solution-interview><https://www.thebalancemoney.com/fixed-and-variable-expenses-in-business-budgets-398512> |
| **Fornito da** | IDP |