



OFFICINE  
ITALIA

# B-education: Idee che valgono



aprile 2022

# Agenda del kick-off



- Presentazione BPER
- Presentazione Officine Italia
- Supporto allo sviluppo dei vostri progetti



- Introduzione al supporto dei tutor che vi accompagneranno durante il lavoro
- Regole di ingaggio per gestire in maniera efficace il lavoro durante il progetto



- Dettaglio del piano di lavoro e delle scadenze chiave
- Presentazione strumenti a supporto



**Chi siete**

## Chi siete

**650**

Studenti

**60+**

Università

**138**

Gruppi

**50+**

Corsi di studi



**Chi siamo**

# Chi siamo e in cosa crediamo

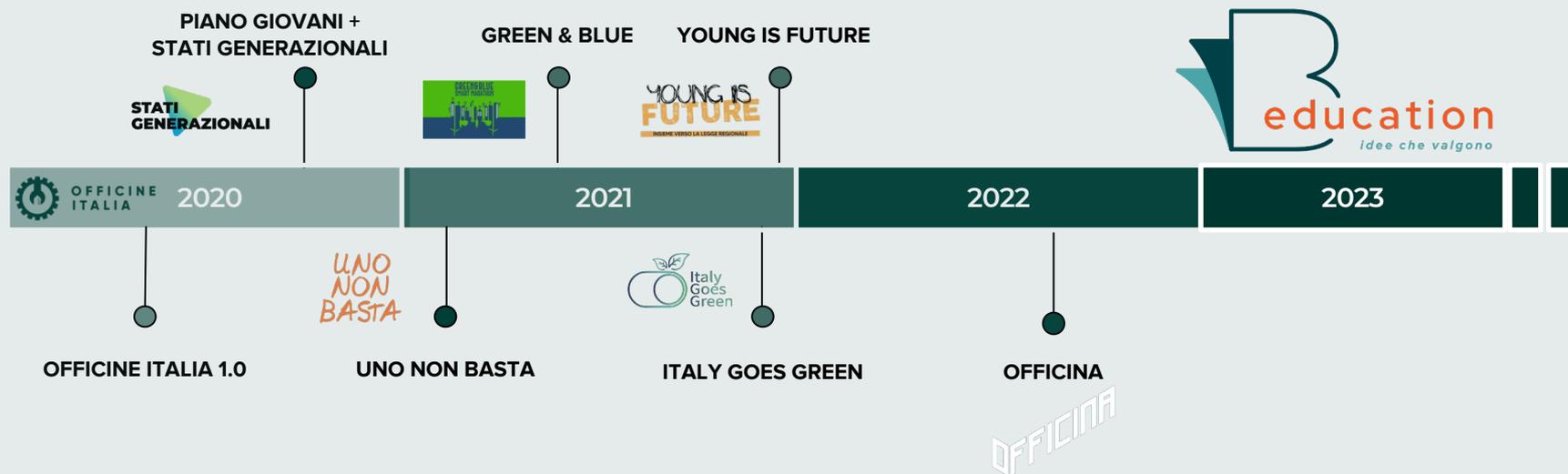


La nostra *mission* è diventare un **laboratorio di idee e proposte per il futuro dell'Italia**, che attivi e formi i decision maker di oggi e di domani attraverso spazi, canali, strumenti e opportunità di aggregazione e confronto **per catalizzare un cambiamento di traiettoria del Paese.**

I nostri valori... → ... con il nostro approccio ... → ... per realizzare diverse iniziative



# Cosa abbiamo fatto?



**B-education: Idee che valgono: obiettivo di questo progetto**

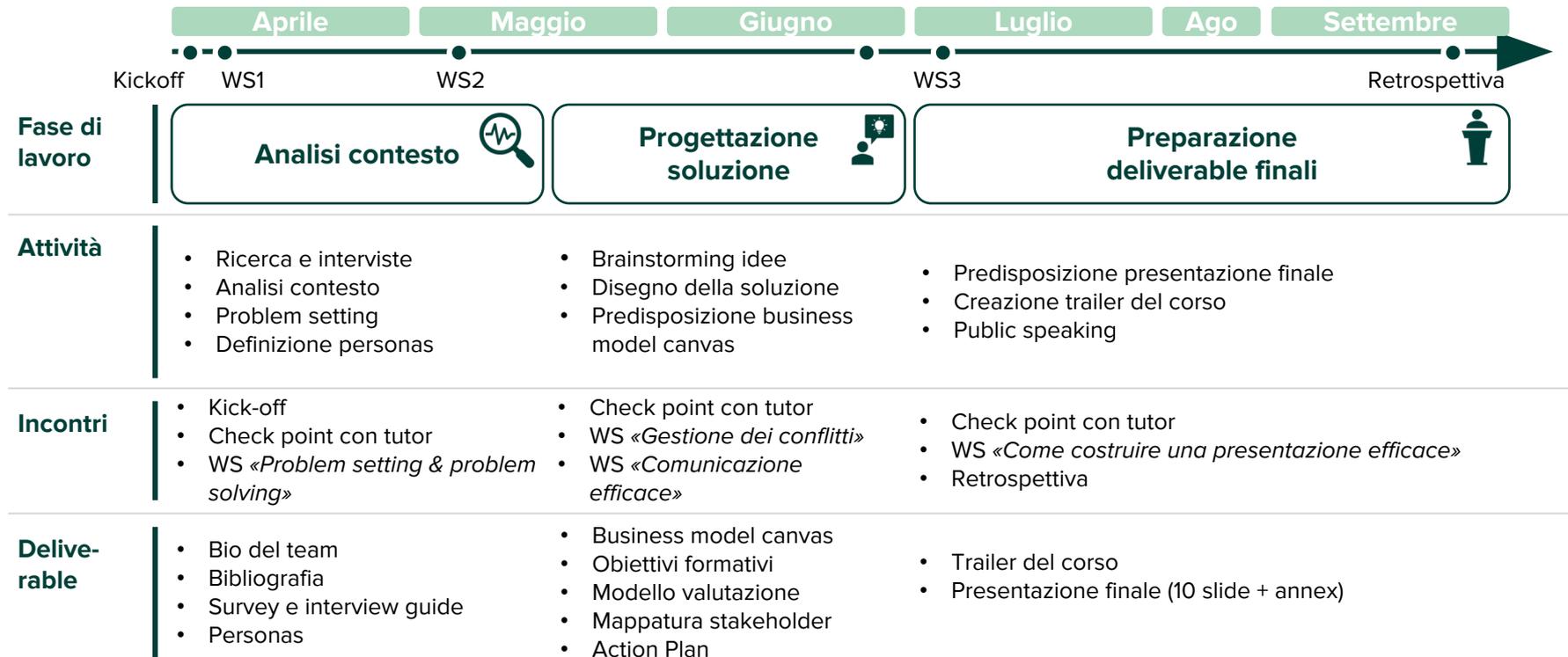
# Il vostro obiettivo

Creare un **programma di Educazione Finanziaria** su un **tema specifico** per le **scuole primarie/secondarie** di primo e secondo grado, **universitari o adulti**



**B-education: Idee che valgono: piano di lavoro**

# Cosa ci aspetta nei prossimi mesi



# Tre workshop per rafforzare le vostre soft skills



## Problem setting & problem solving

---

- Processo per passare da un'intuizione a un progetto
- Fondamenti di design thinking
- Fondamenti e framework per l'analisi di contesto
- Potenzialità e utilizzo di strumenti di design strategico



## Gestione dei conflitti

---

- Definizione, tipologie, cause e benefici del conflitto
- Fondamenti e modalità per risolvere un conflitto
- Step operativi da mettere in pratica per risolvere un conflitto
- Formulazione del feedback



## Presentazioni efficaci

---

- Strumenti di base per produrre una buona presentazione (non solo in ppt)
- Proposta di una traccia per presentare la vostra idea di team con un pitch
- Fondamenti pratici di presentazione e parlare in pubblico

# **B-education: Idee che valgono: la cassetta degli attrezzi**

# La vostra cassetta degli attrezzi



Per tutto lo sviluppo del progetto sarete accompagnati da uno **slide deck in pdf che rappresenta LA VOSTRA CASSETTA DEGLI ATTREZZI**, un insieme di strumenti di design strategico con delle istruzioni per guidarvi nel lavoro che vi accompagnerà fino alla creazione dell'output finale. **Insieme a questa cassetta degli attrezzi vi consegneremo anche i template da compilare.**



**Vi sarà consegnato un deck vuoto di 10 slide in cui potrete raccontare la vostra idea di progetto/prodotto finale.** A questa, oltre il trailer del corso, dovrete allegare i template che aiuteranno la commissione di valutazione a capire il processo di sviluppo della vostra idea

Metteremo a vostra disposizione alcuni template per guidare il vostro processo creativo. I template saranno una **base di partenza** per il vostro lavoro e potrete **adattarli alle vostre necessità.**

Periodicamente vi chiederemo di **caricarli sulla piattaforma e condividerli con il tutor** per validare l'avanzamento complessivo del lavoro.

# **B-education: Idee che valgono: la guida dei tutor**

# Un team di tutor per guidarvi



Flavio



Anna  
Chiara



Matteo



Martino



Dario



Eleonora



Diletta



Valeria



Federico



Margherita



Maria  
Kristina



Antonio

Al vostro fianco **un team di tutor** formato da giovani professionisti di Officine Italia con esperienza nell'utilizzo della «cassetta degli attrezzi»

Ogni tutor seguirà più gruppi, per **check point periodici collettivi** e per fornirvi spunti di riflessione, suggerimenti e chiarimenti **puntuali**

# Tips & tricks per ottimizzare la relazione con il tutor



## Cosa farà il tutor

---

- Vi aiuterà a chiarire quali sono gli strumenti a vostra disposizione e come utilizzarli
- Vi guiderà nell'indirizzare il processo
- Vi supporterà nel rispettare il piano di lavoro e comprendere dove focalizzare le vostre energie

## Cosa NON farà il tutor

---

- Svolgerà il progetto al posto vostro
- Validerà ogni vostra singola decisione
- Coprirà gli stessi contenuti ed insegnamenti proposti durante i workshop
- Controllerà le scadenze del piano di lavoro

# House rules per lavorare in maniera efficace

## Organizzazione del team

- Definizione di ruoli e responsabilità
- Creazione delle “team rules”, da rivedere e modificare in corso d’opera
- Comunicazione trasparente e sincera

## Comunicazione con il mentor

- «Team lead» come focal point nelle comunicazioni con il tutor
- Caricamento dei materiali entro 24h rispetto alla data dei check-point
- Condivisione in anticipo delle vostre domande...per essere preparati ed efficienti!

## Gestione dei meeting

- Definizione dell’agenda (con tempi 😊 ) e degli obiettivi dei meeting
- “Time-keeper” per guidare il meeting e “contenere” la divergenza
- Condivisione a valle di un recap e “to-do” list

## Rispetto del piano di lavoro

- Pronta (e sincera) comunicazione al tutor di eventuali ritardi e criticità
- Condivisione di deadline interne / «milestone» da raggiungere
- Flessibilità e sincerità, tra di voi e con noi!

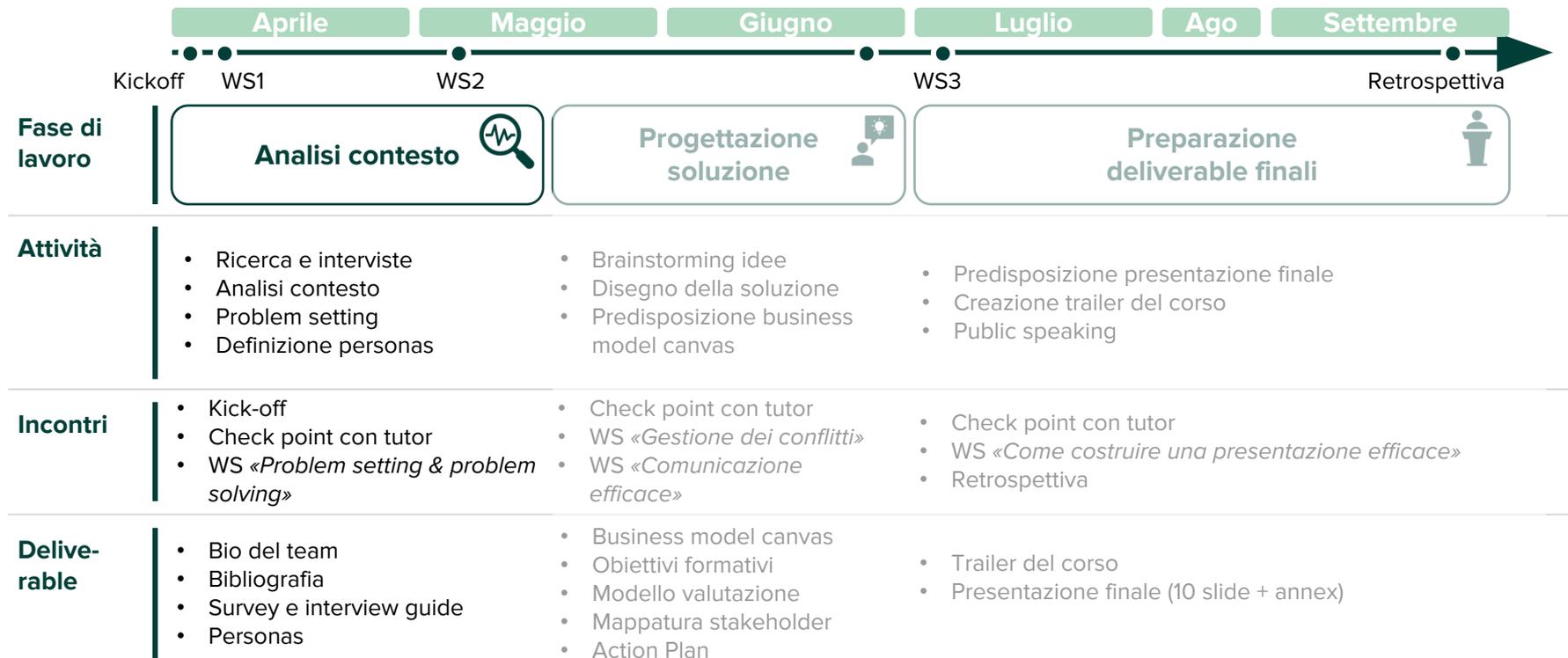
**Il processo nel dettaglio: la cassetta degli attrezzi  
che vi guiderà sarà uno strumento fondamentale**

**B-education: Idee che valgono**



# **FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO**

# Cosa ci aspetta nei prossimi mesi



# La fase di analisi del contesto

La fase di analisi del contesto è una delle fasi cruciali di tutto il progetto, molto di ciò che riguarderà le prossime fasi sarà fortemente influenzato dalla cura che metterete nel sviluppare un quadro di conoscenza del tema del progetto e delle aspettative interne che avete come gruppo di lavoro.

Vi consigliamo di prestare molta attenzione a come investirete il tempo e le energie in questa fase iniziale!

Dal punto di vista del progetto, in questa fase vi è richiesto di produrre 4 output che faranno parte della presentazione finale:

1. Bio del team
2. Bibliografia
3. Survey e interview guide
4. Personas e customer journey

Questi 4 output, a cui corrisponderanno 4 template della nostra cassetta, saranno anche corredati di materiali supplementari che potrete utilizzare per approfondire il vostro progetto.

In questa prima fase non vi è richiesto di pensare alla soluzione, concentratevi a capire bene quale potrebbero essere i confini del contesto progettuale in cui vi state muovendo.

**B-education: Idee che valgono**



**FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO**

**ORGANIZZARE IL TEAM E CONOSCERSI MEGLIO**

# STRUTTURA DEL TEAM, BIO DEI MEMBRI E RUOLI NEL PROGETTO



Nome Membro del Team  
Età, Università di provenienza  
Ruolo nel Team  
4 emoji per descriverti



Nome Membro del Team  
Età, Università di provenienza  
Ruolo nel Team  
4 emoji per descriverti



Nome Membro del Team  
Età, Università di provenienza  
Ruolo nel Team  
4 emoji per descriverti



Nome Membro del Team  
Età, Università di provenienza  
Ruolo nel Team  
4 emoji per descriverti



Nome Membro del Team  
Età, Università di provenienza  
Ruolo nel Team  
4 emoji per descriverti



Nome Membro del Team  
Età, Università di provenienza  
Ruolo nel Team  
4 emoji per descriverti

LOGO DEL TEAM O  
IMMAGINE EVOCATIVA  
CHE VI RAPPRESENTA

Breve descrizione della vision del team: cosa volete raggiungere in termini di obiettivi (cosa volete portarvi a casa oltre alla possibilità di vincere il contest?), quali valori volete ispirino il vostro lavoro di questi mesi (quali sono quei valori che volete infondere nel vostro lavoro?), cosa assolutamente è importante che sia tenuto a mente in questi mesi di lavoro, cosa volete che non accada in questi mesi di lavoro...

SIATE CREATIVI QUESTO E' IL VOSTRO  
MANIFESTO



# RUOLI NEL TEAM? Il modello Belbin

Il Dottor Meredith Belbin ha sviluppato la teoria dei ruoli in un team a partire da attributi comportamentali comuni. Il modello di Belbin divide i ruoli in categorie orientate all'azione, al pensiero e alle persone per **bilanciare i team e aumentare la produttività**.

- Lavorare in gruppo richiede organizzazione e collaborazione. Affinché i team siano più produttivi, ognuno dovrebbe avere un ruolo specifico che riflette i suoi punti di forza.
- Il modello di Belbin divide i ruoli in categorie orientate 1) all'azione, 2) al pensiero e 3) alle persone.

I membri di team orientati all'azione sono pronti ad agire e se la cavano bene con scadenze rigide. I membri di team orientati al pensiero esercitano il pensiero critico per contribuire con nuove idee. I membri di team orientati alle persone hanno spiccate doti comunicative, che possono aiutarli a dare supporto all'intero team.

# RUOLI NEL TEAM? Il modello Belbin



# 1. Trascinatore, Realizzatore, Perfezionista (AZIONE)

- I **trascinatori** sono i membri che fanno avanzare il team. Sono orientati all'azione, motivano se stessi e gli altri nonostante i problemi che si presentano. Quando si verifica una situazione critica, questi individui trovano rapidamente una soluzione.
- I **realizzatori** sono anch'essi membri del team orientati all'azione e mantengono l'ordine nei loro ambienti. Sono pratici e trasformano le idee in azioni pratiche, oltre a essere molto disciplinati. Questi individui possono costituire la spina dorsale di un team, perché possono supportare con sicurezza altri membri del team.
- L'ultimo dei ruoli di un team orientati all'azione sono i **perfezionisti**. Come dice il nome, sono individui che analizzano i più minuti dettagli e cercano la perfezione. Possono essere introversi, ma sono preziosi negli ambienti di lavoro perché spingono i membri del team a produrre un lavoro di alta qualità.

## 2.Creativo, Valutatore, Specialista (PENSIERO)

- È un membro del team orientato al pensiero che sa essere **innovativo e creativo**. Sebbene aiutino a bilanciare la squadra, i creativi preferiscono fare brainstorming e consolidare le proprie idee prima di condividerle con il team. Preferiscono lavorare da soli, ma apportano un prezioso contributo anche se non sono diretti come altri membri del team.
- Un altro ruolo del team orientato al pensiero è il **valutatore**, una figura razionale che può mettere da parte le proprie emozioni quando si tratta di risolvere problemi. Risultano particolarmente utili quando i progetti richiedono conoscenze avanzate e pianificazione strategica. Valutano le idee per determinare se sono valide e realizzabili, per poi fare il necessario per portarle avanti.
- L'ultimo ruolo del team orientato al pensiero è quello dello **specialista**. Gli specialisti hanno una conoscenza approfondita nel loro campo e amano contribuire a un'area di competenza. Come tutti i ruoli del team orientati al pensiero, anche gli specialisti lavorano meglio da soli che in gruppo. Sebbene questi individui siano più indipendenti, apportano grande valore ai team con le loro competenze specifiche.

### 3. Coordinatore, Sostenitore del team, Ricercatore di risorse (PERSONE)

- Fra i ruoli del team orientati alle persone, il **coordinatore** è un membro del team con ottime capacità comunicative. I coordinatori occupano spesso posizioni di leadership perché promuovono la collaborazione e motivano il team a raggiungere gli obiettivi. Gli altri membri del team apprezzano i coordinatori e si fidano della loro capacità di prendere una decisione.
- Anche i **sostenitori del team** sono orientati alle persone. Le loro personalità estroverse li aiutano a interagire con naturalezza con i colleghi del team. Si adattano facilmente ai cambiamenti nel loro ambiente e sanno come creare armonia in caso di conflitto. Se un membro del team è oberato di lavoro o un altro ha un'emergenza familiare, i sostenitori del team sono i primi a intervenire e offrire supporto.
- L'ultimo dei nove ruoli del team è il **ricercatore di risorse**. Orientato alle persone, ama esplorare nuove opportunità di marketing per l'azienda o parlare con gli stakeholder del lancio di un nuovo prodotto. Ha un atteggiamento positivo, il che lo aiuta a crearsi una rete di contatti o procacciare nuovi affari.

# RUOLI NEL TEAM? Il test delle 16 personalità

## Analysts



ARCHITECT  
INTJ (-A/-T)



LOGICIAN  
INTP (-A/-T)



COMMANDER  
ENTJ (-A/-T)



DEBATER  
ENTP (-A/-T)



ADVOCATE  
INFJ (-A/-T)



MEDIATOR  
INFP (-A/-T)



PROTAGONIST  
ENFJ (-A/-T)



CAMPAIGNER  
ENFP (-A/-T)

## Diplomats

## Sentinels



LOGISTICIAN  
ISTJ (-A/-T)



DEFENDER  
ISFJ (-A/-T)



EXECUTIVE  
ESTJ (-A/-T)



CONSUL  
ESFJ (-A/-T)



VIRTUOSO  
ISTP (-A/-T)



ADVENTURER  
ISFP (-A/-T)



ENTREPRENEUR  
ESTP (-A/-T)



ENTERTAINER  
ESFP (-A/-T)

## Explorers

[https://medium.com/@iris\\_sim/the-characters-of-our-world-ce5f3ec8020c](https://medium.com/@iris_sim/the-characters-of-our-world-ce5f3ec8020c)

<https://www.16personalities.com/it>



Test della personalità | Tipi di Personalità | Contatti

Italiano

## Test della Personalità gratis

NERIS Type Explorer®



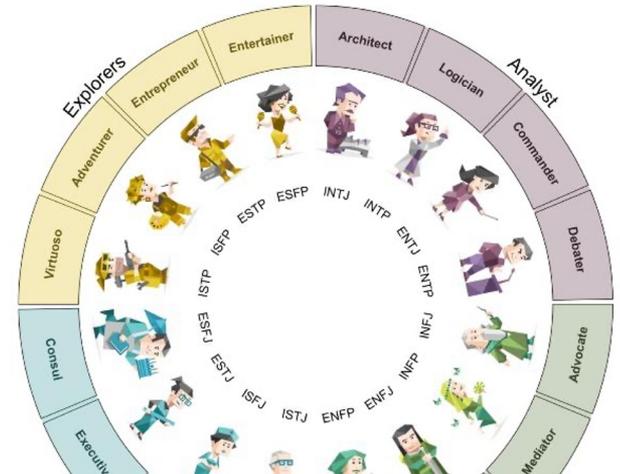
Ci vogliono meno di 12 minuti.



Rispondi onestamente (anche se non ti piace la risposta).



Cerca di non lasciare risposte "neutrali".





## **FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO**

**DELINEARE IL CONTESTO DEL TEMA DEL  
PROGETTO E CAPIRE QUALI SONO I CONFINI  
DEGLI ASPETTI CHE TRATTERETE**

## TEMATICA DEL PROGETTO

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 9.
- 10.
- ...

INSERITE IN QUESTA SLIDE ALMENO 10 FONTI BIBLIOGRAFICHE CHE AVETE SCELTO COME FONTI RIGOROSE E SCIENTIFICAMENTE VALIDE PER DESCRIVERE L'AREA TEMATICA SU CUI SVILUPPERETE IL VOSTRO PROGETTO (POSSONO ESSERE ARTICOLI, VIDEO, TEDTALK ,ETC). STATE MOLTO ATTENTI ALLE FAKE NEWS, ALL'AUTOREVOLEZZA DELLE FONTI CHE AVETE SELEZIONATO E AL PERCHE' LE AVETE SELEZIONATE PER COMPILARE IL PROSSIMO TEMPLATE...



# DESCRIZIONE DEL CONTESTO E BISOGNO FORMATIVO/EDUCATIVO

BREVE DESCRIZIONE DEL CONTESTO IN CUI SVILUPPERETE IL PROGETTO

USATE QUESTO SPAZIO PER DESCRIVERE BREVEMENTE IL CONTESTO SPECIFICO DEL TEMA CHE AVETE SCELTO. COSA SI INTENDE PER CONTESTO SPECIFICO? ES. SE AVETE SELEZIONATO L'AREA SULLE CRIPTOCURRENCY CERCATE BREVEMENTE DI SPIEGARE: COSA SONO; QUAL E' IL LORO UTILIZZO, QUALI SONO I RISCHI ASSOCIATI A QUESTA TECNOLOGICA, QUAL E' L'ASPETTO SPECIFICO CHE VOLETE TRATTARE ALL'INTERNO DELLA RICCHEZZA DI QUESTO ARGOMENTO

USATE QUESTO SPAZIO PER DESCRIVERE BREVEMENTE PERCHE'E' IMPORTANTE SVILUPPARE UN CORSO DI FORMAZIONE/PRODOTTO FORMATIVO SU QUESTO TEMA, QUALI SONO LE COMPETENZE DA SVILUPPARE? QUALI

**B-education: Idee che valgono**



**FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO**

**CAPIRE CHE TIPOLOGIA DI  
PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO E CAPIRE IL  
TARGET DI RIFERIMENTO**

# CAPIRE IL TARGET DEL PRODOTTO/PROGETTO FORMATIVO

DESCRIZIONE DEL PRODOTTO/PROGETTO FORMATIVO IN BREVE

## TARGET GROUP

A chi è rivolto questa tipologia di prodotto/progetto?

## NEED

Che problema risolve questo progetto/prodotto (es. che competenza vuole far sviluppare in chi lo fruisce?)

## CHI SONO GLI ATTORI COINVOLTI

Che tipologia di attori coinvolge?

QUALE CAMBIAMENTO POSITIVO VUOLE APPORTARE IL VOSTRO PROGETTO/PRODOTTO?



**B-education: Idee che valgono**



**FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO**

**CAPIRE CHE TIPOLOGIA DI  
PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO E CAPIRE IL  
TARGET DI RIFERIMENTO**

# QUESTIONARIO DI 5-10 DOMANDE PER VALUTARE LA VOSTRA IDEA

LISTA DI DOMANDE DA PORRE AD UN PICCOLO CAMPIONE DI UTENTI IN TARGET:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- ...

DESCRIZIONE DEL CAMPIONE INTERVISTATO (DATI GENERICI TIPO ETA', PROFESSIONE, ESPERIENZE PREGRESSE ETC)



**B-education: Idee che valgono**



**FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO**

**ANALISI DEGLI INSIGHTS DELLE INTERVISTE**

# INSIGHTS/RISULTATI DELLE INTERVISTE

COSA AVETE IMPARATO DALLE INTERVISTE?

INFORMAZIONI DA TENERE A MENTE PER MIGLIORARE LA BOZZA DI IDEA



**B-education: Idee che valgono**



# **FASE 1: ANALISI DEL CONTESTO**

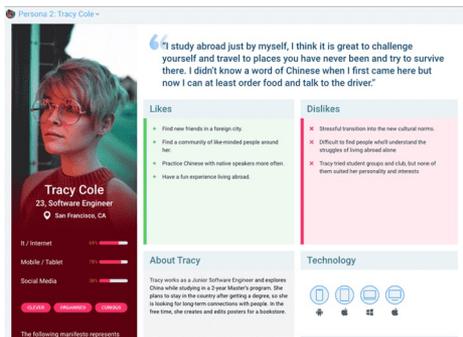
## **SVILUPPO DELLA PERSONAS**

# PERSONAS DEL PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO

**Le personas sono profili ideali e immaginari**, creati sulla base di ricerche, che rappresentano un particolare gruppo dei tuoi utenti che potrebbe utilizzare il tuo prodotto/progetto formativo in modo simile.

Delineare le caratteristiche delle tue personas può essere vantaggioso per molti motivi, tra cui il fatto che permette di conoscere e **comprendere i tuoi utenti, i loro bisogni, paure e obiettivi**.

Questo è importante perché in qualsiasi strategia di creazione di un prodotto l'elemento centrale è l'utente (nel nostro caso il fruitore del prodotto formativo) e l'esperienza da lui vissuta nel relazionarsi con esso: quindi la costruzione delle personas ti permette di avere un approccio human-centered (vd. workshop 1)



**Persona 2: Tracy Cole**

"I study abroad just by myself. I think it is great to challenge yourself and travel to places you have never been and try to survive there. I didn't know a word of Chinese when I first came here but now I can at least order food and talk to the driver."

**Likes**

- Find new friends in a foreign city.
- Food is a community of friendless people around her.
- Practice Chinese with native speakers more often.
- Have a fun experience living abroad.

**Dislikes**

- Stressful transition into the new cultural norms.
- Difficult to find people who understand the struggles of living abroad alone.
- They meet student groups and clubs, but none of them suited her personality and interests.

**About Tracy**

Tracy works as a Junior Software Engineer and explores China while studying in a 2-year Master's program. She plans to stay in the country after getting a degree, as she is looking for long-term connections with people in the tech scene, she creates and edits content for her businesses.

**Technology**

IT / Internet: High  
Mobile / Tablet: High  
Social Media: High

The following brandsets represents



**Irana**

**BIO**

"After finishing a business degree, I felt like the office is too tight to me and I wanted to travel so for 2 years now I make money traveling, I sell photos for famous travel magazines and own a digital design company. I am always on the go with my phone, laptop, passport and camera and need a backpack with a built-in sunlight battery to be able to work even in the middle of nature!"

**PERSONALITY**

- Social
- Extroverted
- Confident
- Positive
- Energetic
- Optimistic
- Caring
- Adventurous

**NEEDS**

- Functionality
- Durable in sunlight battery
- Water proof
- Secure
- Durable material in all weather conditions

**FRUSTRATIONS**

Bag is open and steal from her a backpack  
The material often doesn't survive many plane rides.  
Bag get it through a zipper

**WORKS ONLINE**

Laptop and phone user  
Lives backpack all the time. Doesn't leave home without it.

**MOTIVATIONS**

Self-growth  
Exploration of new places  
Being in nature  
Quality of life.

**OTHER BRANDS**

Jabba's, Nike, Apple, Nikon, Instagram



**Susan Johnson**

**MOTIVATIONS**

Improve the timing to design surveys  
Review and extract info from previous survey easily  
Upgrade the communication channel

**GOALS**

Writing initial draft without all the necessary knowledge  
Waiting for feedback and ability to reflect the changes  
Conflicting inputs between managers, partners and clients

**FRUSTRATIONS**

Writing initial draft without all the necessary knowledge  
Waiting for feedback and ability to reflect the changes  
Conflicting inputs between managers, partners and clients

**BIO**

Susan is a marketing consultant who lives in the great city of New York. She is married one year ago. She has started going out with her friends and family. At home, at work, she give the best of her, she knows how to deal with people. She is a hard worker but she need to get results soon and be rewarded.

**PERSONALITY**

Extrovert, Introvert, Social, Shy, Thinking, Feeling, Judging, Perceiving, Dynamic, Inclusive, Engaging

**TECHNOLOGY**

IT and Internet, Mobile Apps, Social Networks

**AGE** 28  
**OCCUPATION** Marketing consultant  
**STATUS** Married  
**LOCATION** Brooklyn, NY  
**TEEN** Pro  
**ARCHETYPE** The advocate

Apple, Nike

# PERSONAS DEL PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO

FOTO

CITAZIONE

BISOGNO DA COLMARE CON IL PROGETTO/PRODOTTO FORMATIVO

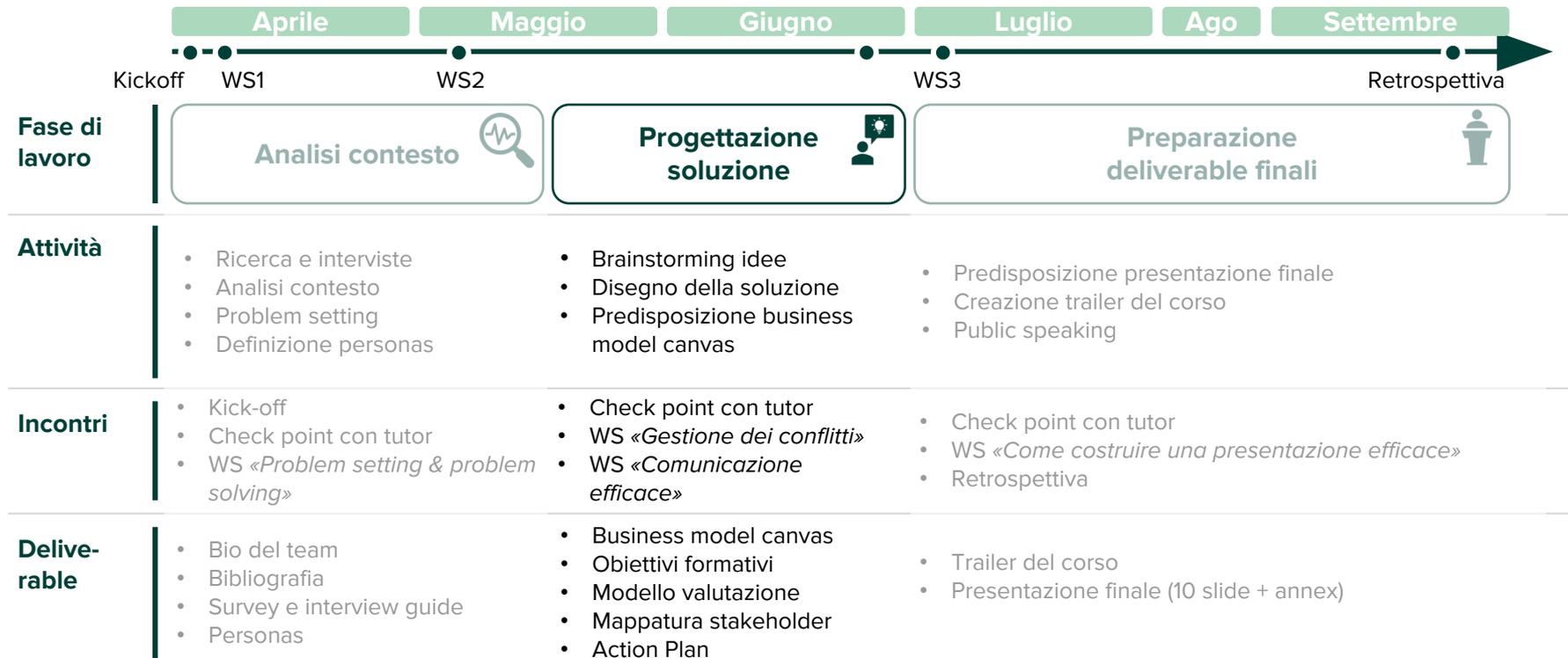
INFO DELLA BIO

INTERESSI

FRUSTRAZIONI



# Cosa ci aspetta nei prossimi mesi



# La fase di progettazione della soluzione

Benvenuti nella seconda fase del progetto, se siete arrivati fin qui vuol dire che siete già a metà dell'opera! Non vediamo l'ora di vedere le vostre soluzioni, cioè i progetti concreti che avete sviluppato.

La fase di analisi di progettazione della soluzione infatti è quella fase di progettazione di dettaglio della soluzione in cui è arrivato il momento di andare in profondità rispetto alla prima bozza di progetto/prodotto che avete testato e che adesso deve prendere forma dettagliatamente.

Dal punto di vista del progetto, in questa fase vi è richiesto di produrre 5 output che faranno parte della presentazione finale:

1. Business model canvas
2. Obiettivi formativi
3. Modello valutazione
4. Mappatura stakeholder
5. Action Plan

Questi 5 output, a cui corrisponderanno 5 template della nostra cassetta, saranno anche corredati di materiali supplementari che potrete utilizzare per approfondire il vostro progetto.

In questa seconda fase vi è richiesto di concentrarvi sulla soluzione e di disegnarne tutti i dettagli.

**B-education: Idee che valgono**



## **FASE 2: PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE**

### **DISEGNARE IL BMC DELLA SOLUZIONE**

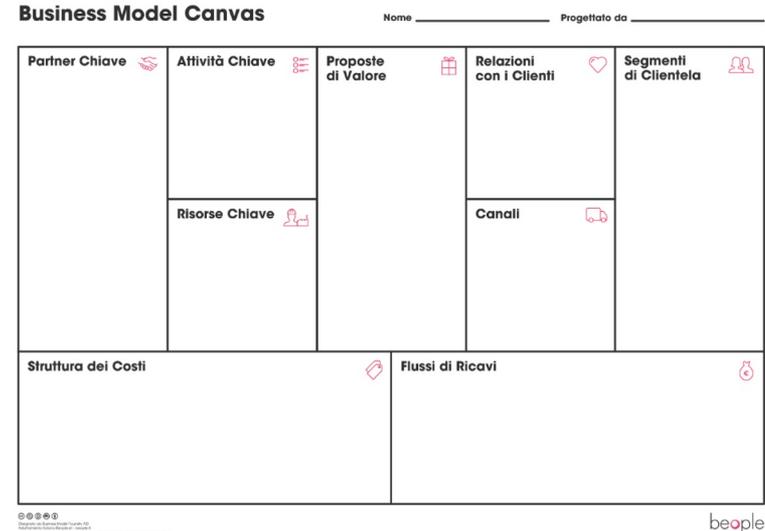
# BUSINESS MODEL CANVAS

Il Business Model Canvas è uno **strumento strategico di Business Design che utilizza il linguaggio visuale per creare e sviluppare modelli di business innovativi, ad alto valore.**

Il Business Model Canvas consente di rappresentare visivamente il modo in cui un'organizzazione crea, distribuisce e cattura valore per i propri utenti.

9 blocchi:

- **Segmenti di clientela:** i segmenti ai quali l'organizzazione si rivolge
- **Proposta di valore:** la proposta di valore contenente i prodotti/servizi che l'organizzazione vuole offrire
- **Canali:** i canali di distribuzione e contatto con gli utenti
- **Relazioni con gli utenti:** il tipo di relazioni che si instaurano con gli utenti
- **Flussi di ricavi:** il flusso di ricavi generato dalla vendita di prodotti/servizi
- **Risorse chiave:** le risorse chiave necessarie perché l'azienda funzioni
- **Attività chiave:** le attività chiave che servono per rendere funzionante il modello di business aziendale
- **Partner chiave:** I partner chiave con cui l'impresa può stringere alleanze
- **Struttura dei costi:** la struttura dei costi che l'azienda dovrà sostenere.



## 10. Problem Statement

*What problem(s) do you want to find a solution to?*

## 11. Mission Statement

*What is the mission of the proposed idea?*

## 6. Key

### Partners

*What are your key partners to get competitive advantage?*

## 7. Key Activities

*What are the key steps to move ahead to your customers?*

## 1. Value proposition

*How will you satisfy your users ?*

## 4. Users relationship

*How often will you interact with your users?*

## 2. Users segments

*Who are your users? Describe your target audience in a couple of words.*

## 8. Key

*What resources do you need to make your idea work?*

## 3. Channels

*How are you going to reach your users?*

## 9. Cost Structure

*What are the intended cost that you forecast to have?*

## 5. Revenue Streams

*What could be the revenues streams? Divide it in tangible (money or benefits...) and intangible (reputation, users's engagements...)*

## 12. Intended Impact

*What impact do you want to have on the community for shape a purposeful future?*



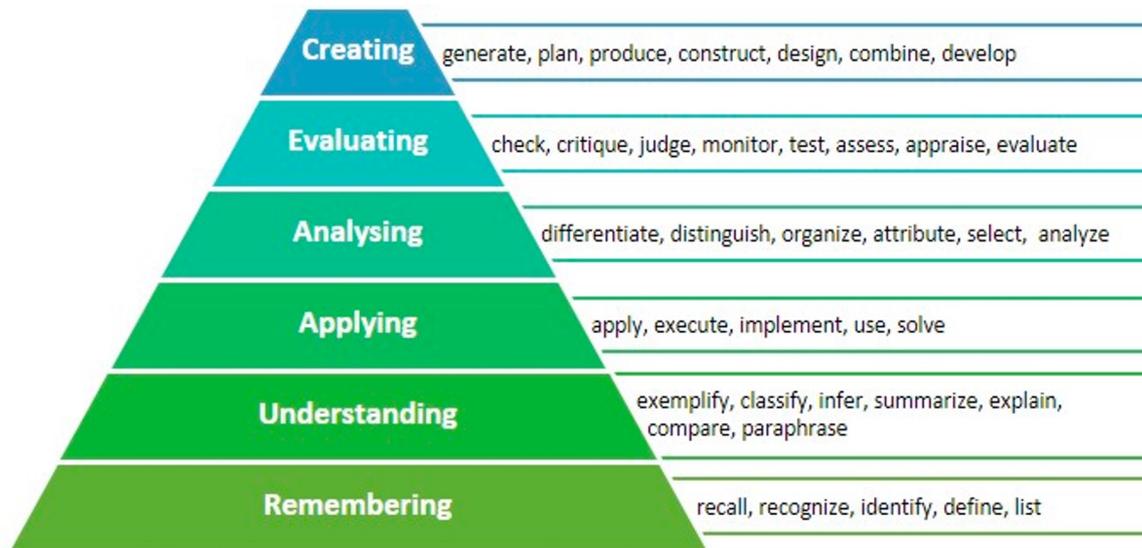
**B-education: Idee che valgono**



## **FASE 2: PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE**

### **DISEGNARE GLI OBIETTIVI FORMATIVI**

# OBIETTIVI FORMATIVI DEL PRODOTTO/PROGETTO FORMATIVO: LA TASSONOMIA DI BLOOM



La tassonomia dell'apprendimento di Bloom è stata introdotta da Benjamin Bloom nel 1956 come **un sistema gerarchico a livelli, partendo dalle abilità cognitive base e andando via via a sviluppare abilità più complesse**

[https://www.youtube.com/watch?v=cb6yBeXJ8nE&ab\\_channel=PolimiOpenKnowledge](https://www.youtube.com/watch?v=cb6yBeXJ8nE&ab_channel=PolimiOpenKnowledge) (GUARDARE IL VIDEO)

# DISEGNARE GLI OBIETTIVI FORMATIVI (ALMENO 3)

Descrizione dell'obiettivo usando un verbo attivo della tassonomia di Bloom

**OBIETTIVO 1**

**OBIETTIVO 2**

**OBIETTIVO 3**

**ATTIVITA' FORMATIVE  
PER RAGGIUNGERE  
OBIETTIVO 1**

**ATTIVITA' FORMATIVE  
PER RAGGIUNGERE  
OBIETTIVO 1**

**ATTIVITA' FORMATIVE  
PER RAGGIUNGERE  
OBIETTIVO 1**

**MODALITA' DI  
EROGAZIONE**

**MODALITA' DI  
EROGAZIONE**

**MODALITA' DI  
EROGAZIONE**

**ATTORI COINVOLTI**

**ATTORI COINVOLTI**

**ATTORI COINVOLTI**

**COMPILARE**

B-education: Idee che valgono



## **FASE 2: PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE** **DISEGNARE IL MODELLO DI VALUTAZIONE**

# MODELLO DI VALUTAZIONE DEL PROGETTO

**DISEGNO DEL MODELLO DI VALUTAZIONE DEL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI FORMATIVI**

**TIPOLOGIA DI ASSESSMENT (SURVEY, ESAME ORALE, PROGETTO DI GRUPPO ETC)**

**MODALITA' DI FREQUENTAZIONE DEL PRODOTTO/PROGETTO FORMATIVO**



**FASE 2: PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE**  
**MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER COINVOLTI**  
**DURANTE IL LANCIO, FRUIZIONE, ASSESSMENT,**  
**FOLLOW-UP DEL PROGETTO/PRODOTTO**  
**FORMATIVO**

# MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

STAKEHOLDER	RUOLO	TIPOLOGIA DI ASSET INVESTITO NEL PROGETTO
...		
...		
...		
...		

**B-education: Idee che valgono**



# **FASE 2: PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE**

## **ACTION PLAN**

# ACTION PLAN

**PROSSIMI PASSI: ASPETTI LOGISTICI/FORMATIVI**

**PROSSIMI PASSI: ASPETTI COMUNICATIVI/DISSEMINAZIONE**

**POSSIBILI RISCHI DA ANTICIPARE/MITIGARE/EVITARE**

# CHECK-LIST SU CUI RIFLETTERE DURANTE IL PROGETTO: BRAINSTORMING

- E' CHIARO L'ASPETTO DEL MACRO-TEMA SU CUI IL CORSO DI FORMAZIONE SI CONCENTRA?
- E' CHIARO QUALE SIA IL TARGET? E' ABBASTANZA SPECIFICO? HA GIÀ UN NUMERO INDICATIVO?
- GLI USER A CUI VI SIETE RIVOLTI HANNO UN «NEED» GIÀ ESPRESSAMENTE DICHIARATO OPPURE E' TACITO?
- CI SONO GIÀ ALTRI PROGETTI/CORSI CHE RISPONDONO ALLO STESSO «NEED»? COSA POSSIAMO IMPARARE DA QUELLE ESPERIENZE PREGRESSE? COME SI PUO' CREARE SINERGIA?
- E' CHIARO CHI SIANO GLI ATTORI COINVOLTI PER LA REALIZZAZIONE DEL CORSO?
- SONO DEGLI ATTORI DI FACILE COINVOLGIMENTO? QUAL E' LA STRATEGIA PER COINVOLGERLI?
- CI SONO DEI COSTI? SONO FATTIBILI?
- CHI COPRE QUESTI COSTI?
- CI SONO DELLE TECNOLOGIE COINVOLTE? SONO REALIZZAZABILI E DI FACILE FRUIZIONE?
- LA DURATA DEL CORSO E' CHIARA?
- QUAL E' L'EFFORT PREVISTO PER IL CORSO?
- LA MODALITA' DI VALUTAZIONE E' CHIARA?
- GLI OBIETTIVI FORMATIVI SONO CHIARI?
- IL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI FORMATIVI E' TRACCIATO?
- QUAL E' L'IMPATTO CHE SI VUOLE REALIZZARE CON QUESTO CORSO? COME E' MISURABILE?
- QUALI SONO I NEXT STEP UTILI PER FAR SI CHE QUESTO PROGETTO DIVENTI REALTA'?
- QUALI SONO I MAGGIORI RISCHI NEL REALIZZARLO?
- QUALI SONO LE MODALITA' DI COMUNICAZIONE CON CUI COINVOLGERE IL TARGET DEGLI USER? E LA DISSEMINAZIONE DEI RISULTATI OTTENUTI?
- ...

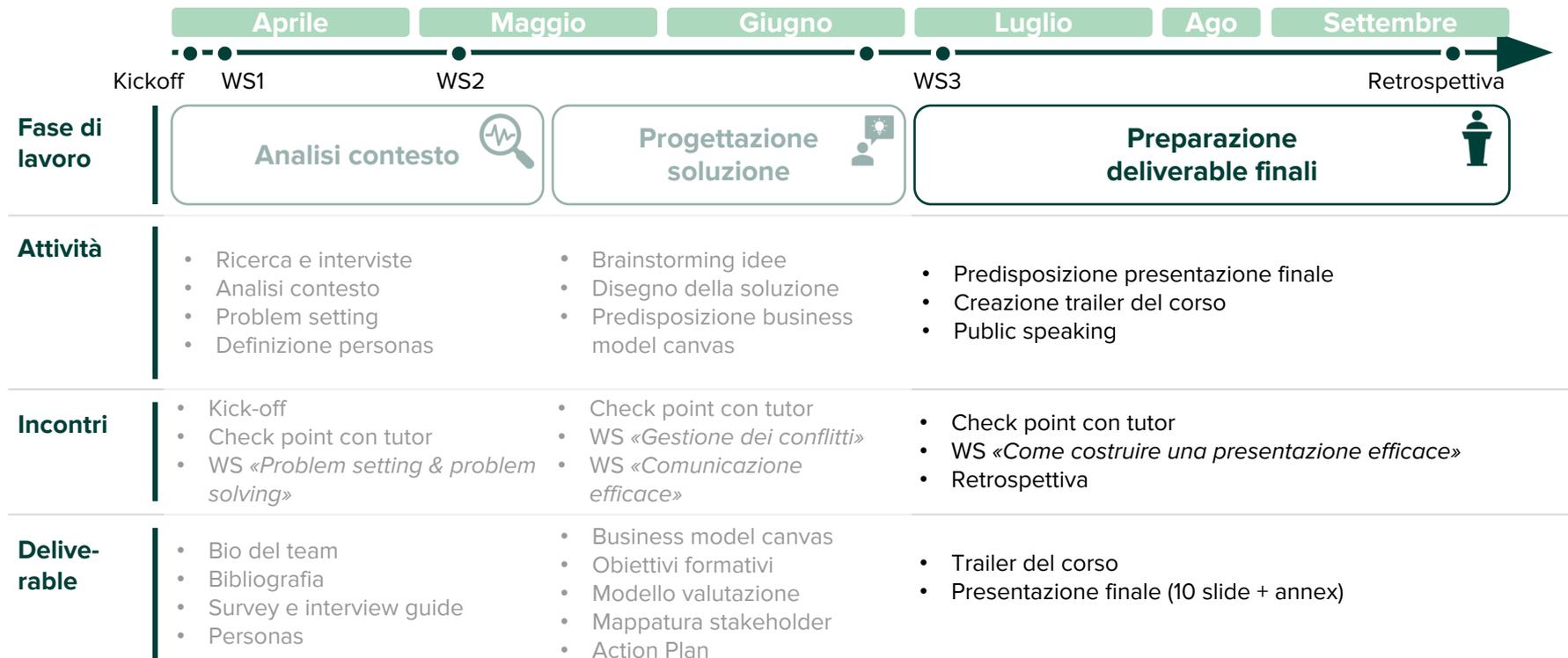


**B-education: Idee che valgono**



## **FASE 3: PREPARAZIONE DELIVERABLE FINALE**

# Cosa ci aspetta nei prossimi mesi



# La fase di preparazione del deliverable finale

Benvenuti nella terza fase del progetto, ci siamo quasi!

La fase di analisi di progettazione dei deliverable finali implica preparare gli output finali sui quali verrete giudicati.

Dal punto di vista del progetto, in questa fase vi è richiesto di produrre 2 output DI ESTREMA IMPORTANZA che faranno parte della presentazione finale:

1. **Trailer del corso**: un video di 60-90 secondi che possa essere utilizzato come «spot» pubblicitario per il vostro progetto. A chi vi state rivolgendo? Quale problema state risolvendo? Quali sono gli elementi che rendono il vostro corso unico?
2. **Presentazione finale** (10 slide + annex): una presentazione di massimo 10 slide con cui sintetizzare gli elementi più importanti del vostro progetto. QUI IL FORMAT E LA GRAFICA DELLE 10 SLIDE SARA' A SCELTA DEL GRUPPO. Tuttavia, caricheremo nella cartella una proposta di quali contenuti utilizzare nelle diverse slide e un deck che potrete utilizzare qualora voleste usare quello ufficiale del progetto. Questa tipologia di dettaglio verrà discusso durante il workshop «Come costruire una presentazione efficace». In annex vi chiediamo invece di inserire i template sviluppati nel corso di tutto il progetto (anche questo sarà parte della valutazione finale).

**E ora? Cominciamo da...**

## 3 azioni nel breve periodo...



- Organizzare il primo meeting di «kick-off» del gruppo di lavoro per condividere aspettative, obiettivi e motivazioni



- Familiizzare con la piattaforma e le funzionalità
- Rivedere e comprendere il piano di lavoro, le scadenze ed i materiali disponibili



- Comunicare il nominativo del focal point per ciascun gruppo di lavoro al mentor
- Fissare un primo check point con il mentor



**Buon lavoro :-)**



OFFICINE  
ITALIA

*[www.officineitalia.org](http://www.officineitalia.org)*  
*[team@officineitalia.org](mailto:team@officineitalia.org)*