



OFFICINE  
ITALIA

# B-education: Idee che valgono

*Ad uso esclusivo dei team del progetto B-education: Idee che valgono edizione 2024*

# Agenda della giornata

**16:00 - 16:10 - Intro BPER**

**16:10 - 16:20 - Intro Federico Granata di Previmenti (sempre 8/10 min)**

**16:20 - 16:30: Intro Officine Italia**

**16:30 - 17:30 - Parte di intro e overview metodologica**

**17:30 - 18:00 - Q&A finale con relative domande**

*B-education: idee che valgono* nasce con l'obiettivo di rispondere alle seguenti finalità:

- Trasferire a voi studenti temi di educazione finanziaria e sostenibilità attualissimi attraverso la creazione di contenuti, l'attivazione di sfide progettuali, l'organizzazione di plenarie digitali con i formatori, fruibili in diretta streaming sulla piattaforma
- Coinvolgere le Università italiane attraverso un progetto di educazione *peer to peer* sviluppato dai giovani per i giovani.
- Valutare di implementare concretamente sul territorio alcuni dei progetti migliori come parte integrante del programma di educazione finanziaria di BPER Banca.

*B-education: Idee che valgono* si articola in fasi di lavoro modulari, che corrispondono alle voci presenti nel MENU in piattaforma: LEARN (fase 1), MEET (fase 2), MAKE (fase 3).



**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



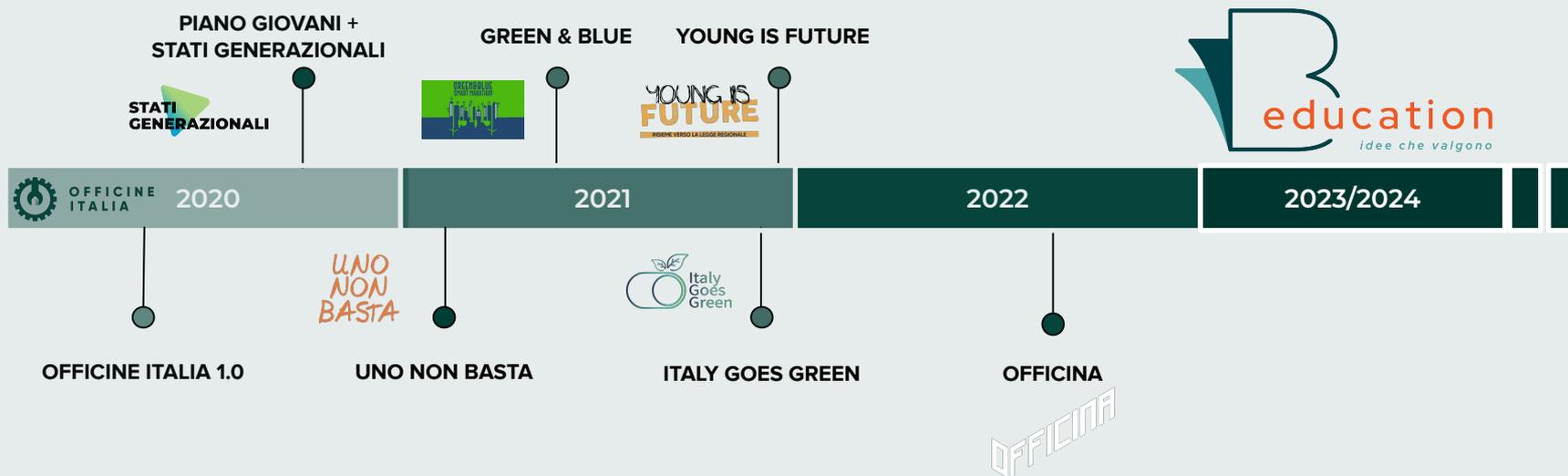
IMPACTING BY DOING  
(AND DREAMING)

ACCELERARE LA  
COLLABORAZIONE

LA COMUNITÀ  
COME ASSET



# Cosa abbiamo fatto?



# B-EDUCATION: IDEE CHE VALGONO PIANO DI LAVORO

# Il Piano di Lavoro

## Calendario Incontri

02/09 – Avvio progetto



Analisi di contesto

05/09 - Prima plenaria metodologica

01/10 – WS 1:  
Team building &  
Gestione  
Conflitti



Ideazione Soluzione

19/09 - Seconda plenaria metodologica

28/10 – WS 2:  
Comunicazione &  
Presentazione efficace



Progettazione Soluzione

15/10 - Terza plenaria metodologica

15/11 – Consegna finale



Office Hour in plenaria ogni 2 settimane per rispondere alle vostre domande

## Attività Suggerite

- Ricerca e interviste
- Analisi contesto
- Problem setting

- Brainstorming idee
- Disegno della soluzione
- Predisposizione business model canvas

- Identificazione stakeholder
- Disegno Gantt progettuale
- Preparazione deliverable finali

# Calendario di dettaglio

Lunedì 2/09 – Inizio progetto
Giovedì 5/09, 16-18 – Prima plenaria metodologica: <b>Analisi contesto</b>
Venerdì 13/09, 14-15 – Office Hour (1)
Giovedì 19/09, 16-18 – Seconda plenaria metodologica: <b>Ideazione soluzione</b>
Venerdì 27/09, 14-15 – Office Hour (2)
Martedì 1/10, 16-18 – Incontro soft skills I - <b>Gestione conflitti &amp; Team building</b>
Giovedì 10/10, 14-15 – Office Hour (3)
Martedì 15/10, 16-18 – Terza plenaria metodologica: <b>Progettazione soluzione</b>
Venerdì 25/10, 14-15 – Office Hour (4)
Giovedì 28/10, 16-18 - Incontro soft skills II – <b>Presentazione &amp; Comunicazione efficace</b>
Venerdì 7/11, 14-15 – Office Hour (5)
Lunedì 11/11, 14-15 – Office Hour (6)
Venerdì 15/11 – Consegna progetto



# Le Plenarie Metodologiche

## Analisi Contesto

Giovedì 05/09  
16-18



## Ideazione Soluzione

Giovedì 19/09  
16-18



## Progettazione Soluzione

Martedì 15/10  
16-18



### Template Proposti

- Struttura e membri team
- Descrizione del contesto
- Descrizione del bisogno formativo
- Bibliografia

- Linee guida per il brainstorming
- Target del prodotto/progetto formativo

- Business Model Canvas
- Mappatura degli stakeholder
- Diagramma di Gantt

# I Workshop

## Team building & Gestione dei conflitti

Martedì 01/10, 16-18



### Contenuti e obiettivi

- 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

## Comunicazione & Presentazione efficace

Lunedì 28/10, 16-18



- Strumenti di base per produrre una buona presentazione (non solo in ppt)
- Fondamenti pratici di presentazione e parlare in pubblico
- Suggerimenti di tool da utilizzare per preparare il vostro deliverable finale

# **B-EDUCATION: IDEE CHE VALGONO LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI**

## **AVVISO!**

Durante tutto lo sviluppo del progetto, avrete a disposizione un set di slide che rappresenterà la vostra **CASSETTA DEGLI ATTREZZI**. Questo documento includerà strumenti di design strategico e istruzioni che vi guideranno passo dopo passo fino alla realizzazione dell'output finale. Queste slide sono da intendersi come una guida che può aiutarvi a sviluppare una soluzione con rigore e logica.

Durante tutto lo sviluppo del progetto, avrete a disposizione un set di slide che rappresenterà la vostra **CASSETTA DEGLI ATTREZZI**. Questo documento includerà strumenti di design strategico e istruzioni che vi guideranno passo dopo passo fino alla realizzazione dell'output finale. Queste slide sono da intendersi come una guida che può aiutarvi a sviluppare una soluzione con rigore e logica.

Questi template fungeranno da punto di partenza per il vostro lavoro e potranno essere personalizzati in base alle vostre esigenze. Il deck finale potrà essere personalizzato e brandizzato coerentemente alle vostre idee e ai progetti che svilupperete.

# **B-EDUCATION: IDEE CHE VALGONO LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI (PER DAVVERO)**

# LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI

## ANALISI CONTESTO

# Analisi Contesto

---

L'analisi del contesto è una delle fasi fondamentali del progetto. La qualità e l'efficacia delle fasi successive dipenderanno in gran parte dall'attenzione e dalla cura che dedicherete a questa fase iniziale. È essenziale sviluppare una conoscenza approfondita del tema del progetto e delle aspettative interne del vostro gruppo di lavoro. Questa comprensione vi permetterà di prendere decisioni informate e di strutturare il vostro approccio in modo strategico.

Un'analisi del contesto ben fatta non solo vi fornirà una solida base di conoscenza, ma vi aiuterà anche a identificare le opportunità e le sfide che potreste incontrare lungo il percorso. Questo approccio proattivo vi consentirà di anticipare eventuali problemi e di preparare soluzioni efficaci.

Dal punto di vista del progetto, vi suggeriamo di tenere a mente due obiettivi:

1. Organizzare il team e conoscersi meglio
2. Individuare il contesto e il bisogno informativo

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.

La cassetta degli attrezzi

**ANALISI CONTESTO**

**ORGANIZZARE IL TEAM E  
CONOSCERSI MEGLIO**

# Il team



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

- *Chi siete?: Presentate i membri del vostro team, fornendo una panoramica di chi siete.*
- *Da chi è composto il vostro team?: Elencate i membri del team, specificando i ruoli e le responsabilità di ciascuno.*
- *Che competenze differenti avete?: Descrivete le diverse competenze che ciascun membro apporta al team.*

# Il manifesto

LOGO DEL  
TEAM/BRANDING 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?*
- *Cosa assolutamente è importante che sia tenuto a mente in questi mesi di lavoro, cosa volete che non accada in questi mesi di lavoro?*

La cassetta degli attrezzi

# ANALISI CONTESTO

INDIVIDUARE IL CONTESTO E IL  
BISOGNO FORMATIVO

# Il vostro obiettivo

---

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



# Descrizione del contesto

*BREVE DESCRIZIONE  
DEL CONTESTO IN CUI  
SVILUPPERETE IL  
PROGETTO*

- *Usate questo spazio per descrivere brevemente il contesto specifico del tema che avete scelto*
- *Qual è il prodotto principe della vostra area tematica? Quali sono le opportunità e i rischi ad esso associati? Chi sono i principali beneficiari? Per quale motivo è particolarmente rilevante per la vostra analisi e il vostro progetto?*
- *Vi suggeriamo di usare dati qualitative e quantitativi a supporto!*

# Descrizione del bisogno formativo / educativo

*DESCRIZIONE DEL  
BISOGNO FORMATIVO  
CHE ANDATE A  
SODDISFARE CON LA  
VOSTRA SOLUZIONE*

- Usate questo spazio per descrivere brevemente perché è importante sviluppare un corso di formazione/prodotto formativo su questo tema, quali sono le competenze da sviluppare?*
- Intervistate i vostri amici e parenti che interagiscono con il prodotto che avete individuato per capire quali sono le loro difficoltà e come la loro esperienza potrebbe essere migliorata*

# Bibliografia

- **ARTICOLI**
  1. ...
  2. ...
  3. ...
- **LIBRI**
  1. ...
  2. ...
  3. ...
- **PODCAST**
  1. ...
  2. ...
  3. ...
- **TEDTALK**
  1. ...
  2. ...
- **ALTRI LINK**

*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 perché le avete selezionate per compilare il prossimo template...*

# LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI

## IDEAZIONE SOLUZIONE

# Ideazione Soluzione

---

Benvenuti nella seconda fase del progetto, nonché la più divertente in cui potete dare spazio alla vostra fantasia: la fase di ideazione! La parola d'ordine di questa fase è CREATIVITA'. Sulla base delle evidenze che avete raccolto nella fase di definizione ed analisi del contesto, vi invitiamo a ragionare insieme al vostro team per individuare ed ideare una soluzione.

La prima attività di questa fase è quella di brainstorming, in cui tutto il team potrà proporre idee per la soluzione finale. Ricordatevi che spesso, le migliori soluzioni sono la combinazione di idee e suggerimenti da parte di tutto il team. Per questo motivo, in questo passaggio è fondamentale che ognuno di voi si senta libero di esprimere i propri pensieri liberamente e il team tenga traccia di cosa viene proposto. Non dimenticatevi delle interviste che avete svolto nella fase precedente: molti spunti e suggerimenti verranno proprio dalle evidenze ed idee che avrete raccolto da amici e parenti!

La seconda attività è invece quella di ideazione della soluzione finale, o «convergenza» rispetto a quanto proposto nella fase di brainstorming. Nel convergere è fondamentale che il team concordi sul target di riferimento per la vostra soluzione, sul bisogno che la vostra soluzione soddisferà e sugli attori chiave che prenderanno parte al vostro piano di studi. Questi tre elementi sono interconnessi tra di loro e contribuiscono a dare forma alla soluzione vera e propria.

Per aiutarvi nella fase di convergenza e nel definire la soluzione su cui andrete a lavorare, potete anche considerare di tornare dagli amici e parenti che avete precedentemente intervistato. La soluzione che avete individuato soddisfa effettivamente ed efficacemente le loro difficoltà? Quali rischi ed ostacoli vedono? Cosa potreste migliorare?

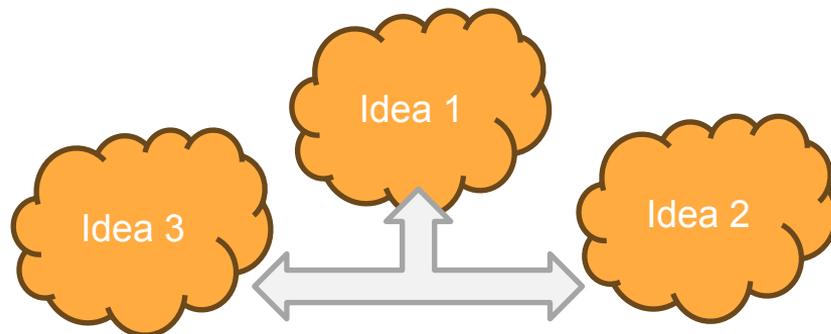
# Brainstorming

## Regole per una sessione di brainstorming efficace

- **Nessuna critica:** Tutte le idee sono valide, nessuna critica o giudizio durante la fase di generazione
- **Incoraggia la quantità:** Più idee si generano, meglio è. Anche le idee apparentemente strampalate possono essere utili
- **Costruisci sulle idee degli altri:** Le idee possono essere migliorate e combinate con altre
- **Permetti a tutti di parlare:** Assicuratevi che tutti abbiano la possibilità di contribuire
- **Controlla i tempi:** Definite una durata per la sessione (es. 30-60 minuti). Un limite di tempo aiuta a mantenere alta l'energia e la concentrazione

## Regole per una sessione di brainstorming efficace

- **Round-robin:** Ogni persona, a turno, presenta un'idea
- **Brainwriting:** Ogni partecipante scrive le proprie idee su un foglio. Dopo un certo tempo, i fogli vengono scambiati e ognuno costruisce sulle idee degli altri
- **Mind mapping:** Inizia con un'idea centrale e disegna ramificazioni per esplorare concetti correlati



# Capire il target del prodotto/progetto formativo

1

## Target

*A chi è rivolto questa tipologia di prodotto/progetto?*

2

## Bisogno

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

3

## Attori

*Che tipologia di attori coinvolge? Di quali contributi avete bisogno per realizzare la vostra soluzione?*

- *Dopo la fase di brainstorming, potete passare alla fase di «convergenza» andando a limitare il perimetro della vostra soluzione*
- *A chi è rivolto il vostro progetto? Quale bisogno andrà a soddisfare? Quali saranno i partner progettuali che dovrete coinvolgere per realizzarla?*

# Definire il prodotto/progetto formativo

1

Target

2

Bisogno

3

Attori

Descrizione del prodotto/progetto formativo

*Quale cambiamento positivo vuole apportare il vostro progetto/prodotto?*

- *Sulla base del target e del bisogno del vostro target che volete soddisfare, potete ora definire la vostra soluzione*
- *Quali sono le sue principali caratteristiche? Come la descrivereste in una sola frase ad un vostro amico?*
- *Quale cambiamento vuole apportare? Chi ne beneficerà? E in che modo? Chi vi aiuterà a realizzarla?*

COMPILARE NELLA QUINTA SETTIMANA DI LAVORO (30/09-06/10)

# LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI

# PROGETTAZIONE SOLUZIONE

# Progettazione soluzione

---

Benvenuti nell'ultima fase del progetto, se siete arrivati fin qui vuol dire che siete già a metà dell'opera (o forse addirittura un pò più in là!) 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 proponiamo alcuni template che potrebbero andare a costituire la vostra presentazione finale:

1. Business model canvas
2. Mappatura stakeholder
3. Action Plan

In questa seconda fase vi è richiesto di concentrarvi sulla soluzione e di disegnarne tutti i dettagli. Quali sono le attività necessarie per mettere a terra e realizzare il vostro progetto? Chi vi aiuterà? Quanto costerà? Quali sono i tempi di implementazione previsti? In sintesi, quello che vi chiediamo è...qualora il vostro progetto risultasse vincente, sareste in grado di realizzarlo e come lo fareste?

La cassetta degli attrezzi

# PROGETTAZIONE SOLUZIONE IL BUSINESS MODEL CANVAS

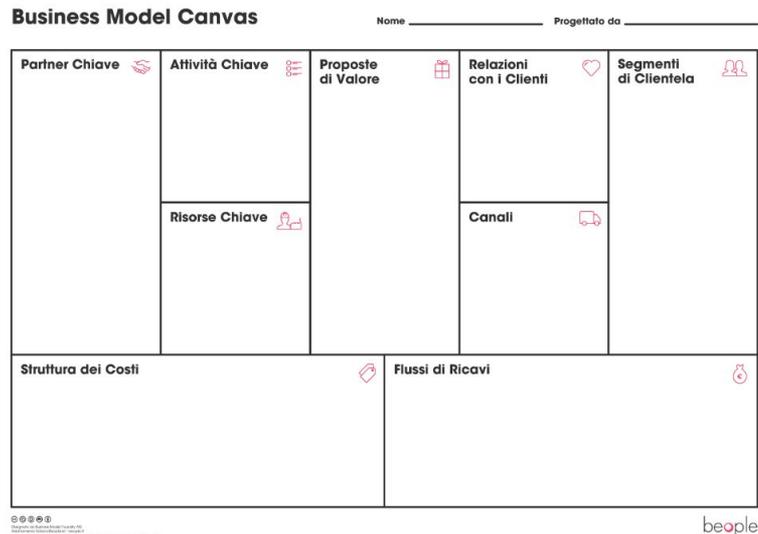
# Il Business Model Canvas

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.



# Business Model Canvas: Domande per compilarlo

<b>PARTNER</b> <i>What are your key partners to get competitive advantage?</i>	<b>ATTIVITÀ CHIAVE</b> <i>What are the key steps to move ahead to your customers?</i>	<b>PROPOSTA DI VALORE</b> <i>How will you satisfy your users ?</i>	<b>RELAZIONI CON CLIENTI</b> <i>How often will you interact with your users?</i>	<b>CLIENTI</b> <i>Who are your users? Describe your target audience in a couple of words.</i>
	<b>RISORSE CHIAVE</b> <i>What resources do you need to make your idea work?</i>		<b>CANALI</b> <i>How are you going to reach your users?</i>	
<b>STRUTTURA DI COSTO</b> <i>What are the intended cost that you forecast to have?</i>		<b>REVENUE STREAM</b> <i>What could be the revenues streams? Divide it in tangible (money or benefits...) and intangible (reputation, users's engagements...)</i>		

# Business Model Canvas: Ordine per compilarlo



# Business Model Canvas: Esempio B-education 2023

## 10. Problem Statement

*I giovani italiani hanno uno scarso livello di alfabetizzazione finanziaria e non sono capaci di organizzare le proprie risorse economiche.*

## 11. Mission Statement

*Rendere la generazione Z la prima generazione in Italia ad avere un grado di alfabetizzazione finanziaria competitivo a livello europeo.*

## 6. Key Partners

*Bper Banca per collaborare con i consulenti finanziari e ottenere i primi fondi e gruppi studenteschi per la promozione nelle università.*

## 7. Key Activities

*Sviluppo di un MVP, creazione dei primi contenuti, costruzione di una community e prime attivazioni di test.*

## 1. Value proposition

*Gioca e impara come gestire le tue finanze personali esercitandoti con esempi di vita comune.*

## 4. Users relationship

*Interazioni frequenti per esercitarsi e consolidare la conoscenza.*

## 2. Users segments

*Giovani dai 17 ai 23 anni con scarso livello di alfabetizzazione finanziaria, che non si sono mai approcciati al risparmio e agli investimenti.*

## 8. Key Resources

*Sviluppatori ed esperti di finanza (comportamentale e tradizionale).*

## 3. Channels

*Social e partnership con gruppi studenteschi e altre iniziative di educazione finanziaria.*

## 9. Cost Structure

*Costi di sviluppo della piattaforma, di manutenzione dei server, di creazione dei contenuti, di marketing e comunicazione.*

## 5. Revenue Streams

*Modello freemium, con accesso incrementale alle risorse premium su diversi livelli di abbonamento.*

# Business Model Canvas: Tocca a voi!

PARTNER	ATTIVITÀ CHIAVE	PROPOSTA DI VALORE	RELAZIONI CON CLIENTI	CLIENTI
	RISORSE CHIAVE		CANALI	
STRUTTURA DI COSTO			REVENUE STREAM	

*COMPILARE NELLA SESTA SETTIMANA DI LAVORO (07/10-13/10)*

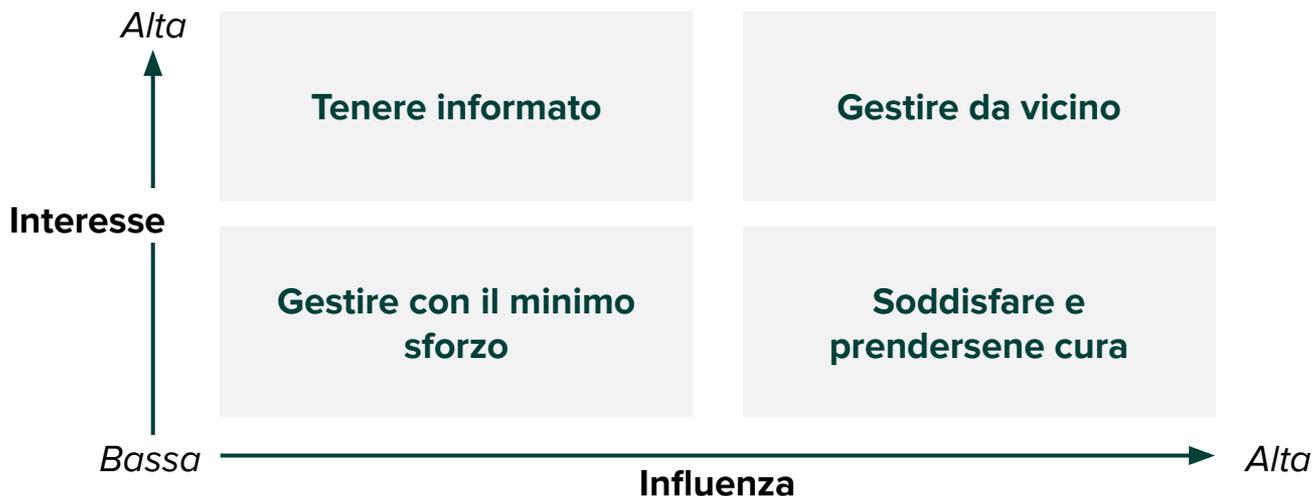
La cassetta degli attrezzi

# PROGETTAZIONE SOLUZIONE

# MAPPATURA STAKEHOLDER

# La mappatura degli stakeholder

La mappatura degli stakeholder permette di individuare la presenza di altre parti interessate e **il contributo che ciascuna di loro potrebbe portare al progetto**. Inoltre, è fondamentale per comprendere quali attori potrebbero **ostacolare o promuovere** il progetto e, eventualmente, definire **una strategia per influenzarli** e collaborare insieme.



# La mappatura degli stakeholder

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

# Il prodotto / progetto formativo

---

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

**MODULI E CONTENUTI DEL PRODOTTO /  
PROGETTO FORMATIVO**

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

La cassetta degli attrezzi

# PROGETTAZIONE SOLUZIONE ACTION PLAN

# Il diagramma di Gantt

Attività	Inizio	Fine	Costo	Resp.	Timeline
Initiating	1/21/2019	1/21/2019	1/21/2019		
Identify objective	1/21/2019	1/21/2019	1/21/2019	Taylor	
Determine project feasibility	1/24/2019	1/24/2019	1/24/2019	Taylor	
Identify stakeholders	1/28/2019	1/28/2019	1/28/2019	Megan	
Determine scope	1/29/2019	1/29/2019	1/29/2019	Megan	
Sign project charter	2/4/2019	2/4/2019	2/4/2019	Bryce	
Planning	2/5/2019	2/5/2019	2/5/2019		
Create project plan	2/5/2019	2/5/2019	2/5/2019	Taylor	
Identify resources	2/8/2019	2/8/2019	2/8/2019		
Finalize budget	2/12/2019	2/12/2019	2/12/2019		
Execution	2/13/2019	2/13/2019	2/13/2019		
Research design	2/13/2019	2/13/2019	2/13/2019		
Create mocks	2/13/2019	2/13/2019	2/13/2019	Sean	
Finalize mocks	2/13/2019	2/13/2019	2/13/2019	Sean	
Write code	2/13/2019	2/13/2019	3/4/2019	Sam	
Complete testing	2/13/2019	3/12/2019	3/12/2019	Jade	
Fix issues	2/13/2019	3/14/2019	3/14/2019	Sam	
Deploy	3/19/2019	3/19/2019	3/19/2019	Brady	
Closure	3/19/2019	3/19/2019	3/19/2019		
Analyze project performance	3/19/2019	3/19/2019	3/19/2019	Taylor	
Document project closure	3/21/2019	3/21/2019	3/21/2019	Megan	
Conduct post-implementation reviews	3/21/2019	3/21/2019	3/21/2019	Megan	
Review budget	3/25/2019	3/25/2019	3/25/2019	Taylor	

ILLUSTRATIVA

- Il diagramma di Gantt consente di avere una rappresentazione grafica completa ed accurata delle varie attività necessarie per realizzare il progetto
- Quali sono le principali attività e sotto-attività? Qual è la durata prevista? Il loro costo e chi ne sarà responsabile?
- Quale sarà la timeline del progetto e che tipo di interdipendenze esistono tra le varie attività?

# Prossimi passi

1

**ASPETTI LOGISTICI/FORMATIVI**

2

**ASPETTI COMUNICATIVI/DISSEMINAZIONE**

3

**POSSIBILI RISCHI DA ANTICIPARE/MITIGARE**

- *Riflettete su quali sono i primi step da portare avanti qualora il progetto partisse...domani!*
- *Quali sono gli aspetti più critici da un punto di vista logistico? Comunicativo?*
- *Quali sono i rischi principali che vedete nella fase di implementazione e cosa potreste fare, già oggi, per mitigarli?*

**LA CASSETTA DEGLI ATTREZZI**

**PREPARAZIONE DEL DELIVERABLE  
FINALE**

# Preparazione del deliverable finale

---

Congratulazioni! Ci siete quasi.

Ora che avete ideato e progettato nel dettaglio la vostra soluzione, non vi resta che «impacchettare» il tutto per la consegna finale del 16 dicembre.

Per il progetto, vi è richiesto di produrre 2 output:

1. **Trailer del corso:** un video di massimo 3 minuti che possa essere utilizzato come «spot» pubblicitario per il vostro progetto. A chi vi state rivolgendo? Quale problema state resolvendo? 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. Sentitevi liberi di utilizzare anche i template proposti. L'obiettivo della presentazione è quello di spiegare il flusso creativo che avete seguito e spiegare nel dettaglio che tipo di soluzione state proponendo. Oltre alle 10 slide, potrete inserire un'appendice con ulteriori slide di spiegazione. Vi ricordiamo però che l'Appendice NON sarà valutata: pertanto, concentratevi sulle 10 slide per prima cosa.

Maggiori suggerimenti su come organizzare la presentazione saranno presentati durante il workshop «Presentazione & Comunicazione efficace»

*Vi suggeriamo di ragionare su cosa inserire nella vostra presentazione finale durante tutto il progetto, per poter lavorare sul rifinirla e sul video trailer nelle ultime due settimane di progetto!*

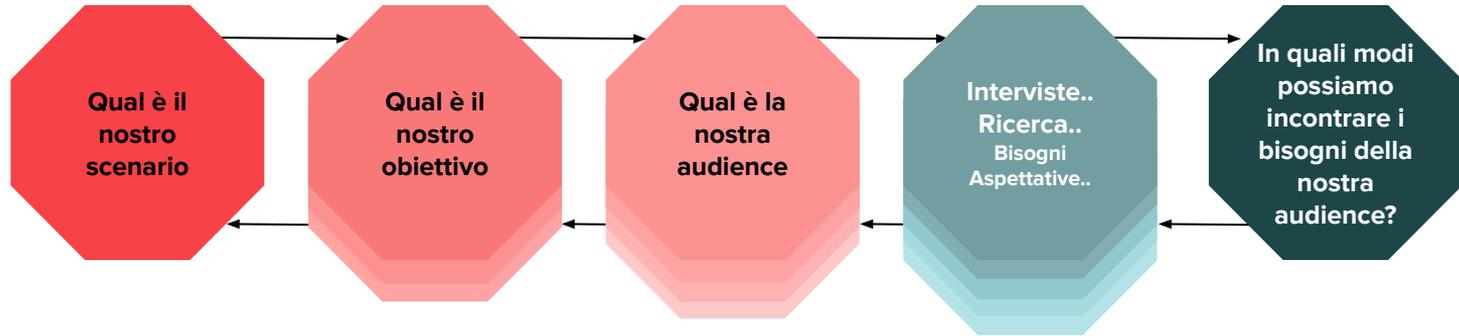
**Buon lavoro!**

# **PILLOLA METODOLOGICA: IL CONTESTO**

# Analisi del contesto: macro

P	E	S	T	E	L
<b>Politico</b>	<b>Economico</b>	<b>Sociale</b>	<b>Tecnologico</b>	<b>Ambientale</b> (Environmental)	<b>Legale</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Governo locale o nazionale, orientamento politico e obiettivi</li><li>- situazione regolatoria</li><li>- piani/progetti rilevanti</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Crescita e lavoro</li><li>- situazione economica locale o del settore di intervento</li><li>- altre attività rilevanti sinergiche o in competizione</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- attività sociali / terzo settore</li><li>- demografia</li><li>- educazione</li><li>- tratti/elementi culturali distintivi</li><li>- stile di vita e abitudini</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- tecnologia specifica per il settore</li><li>- trend o contesto tecnologico particolare</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- rilevanza ambientale</li><li>- costo in CO2 e opportunità di compensazione</li><li>- rifiuti e smaltimento</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- elementi legali di rilievo</li><li>- profili penali</li><li>- necessità di autorizzazioni</li></ul>

# Introduzione



# Scenario

Qual è il  
nostro  
scenario

- *Quali trend, macro problemi o su quali aree di impatto possiamo intervenire?*
- *A quali bisogni dell'utente vogliamo rispondere?*
- *Quale problema deve risolvere il nostro utente?*

# Obiettivi



- *Quali sono i nostri obiettivi?*
- *Quale scopo vogliamo raggiungere?*
- *Per quale motivo?*

# 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**



# Personas



Qual è la  
nostra  
audience

- *Chi sono le persone coinvolte nell'ambito dei servizi che offriamo?*
- *Chi ha interesse o ha bisogni che potrebbero essere risolti dal nostro intervento*

# Personas



- ***Cosa è davvero necessario?***  
Quali sono gli elementi di cui ha davvero bisogno il nostro customer? Siamo noi a pensare che siano rilevanti o loro?
- ***Quali sono gli obiettivi delle persone per cui e con cui vogliamo progettare?***
- ***Quali sono i loro principali desideri? Quali i loro bisogni?***  
I bisogni sono diversi dai desideri, spesso sono nascosti dietro questi ultimi.
- ***Quali attività creano sfide o affaticano queste persone?***

# Analisi del contesto: micro

## interviste - struttura

**Iniziare bene:** chiarire l'obiettivo dell'intervista, anticipare la durata e le modalità prima di iniziare

**Mettere l'utente a proprio agio:** dichiarare chiaramente che non ci sono domande stupide o dubbi sciocchi e che qualunque consiglio è ben accetto

**Fare domande aperte:** evitare le domande a cui si può rispondere "sì" o "no". "Cosa ne pensi di quello che hai visto/letto?" "Come sfrutteresti questa soluzione?"



# Analisi del contesto: micro

## interviste - come comportarsi

**Ascoltare, non parlare:** Evitare il più possibile di interrompere l'intervistato (nemmeno per dargli ragione), lasciare al partecipante la condizione della discussione e non aver paura dei silenzi

**Non influenzare l'intervistato:** Non si deve mai forzare l'intervistato per validare un'assunzione di cui siamo convinti

Non sempre le persone ci diranno quello che fanno e a volte dichiareranno di fare cose che poi non fanno. Cerchiamo di leggere le espressioni del viso e il linguaggio del corpo. Chiedere di mostrare come fanno certe azioni è molto utile per andare oltre le parole.

**Chiedere perché:** Il perché ci aiuta ad andare più in profondità: se sentiamo qualcosa che ci colpisce, vale la pena di approfondire, scopriremo cose inaspettate!



# Ma attenzione

Esempio.

Maschio, nato nel 1948, inglese, ricco, sposato, due figli, persona di successo, ama i cani e le Alpi.



# Personas

Da

 <p>Peter</p>	<p>Works as product manager for a mid-sized company.</p> <p>Is 35 years old, holds a marketing degree.</p> <p>Has got experience working as a product owner on software products with agile teams.</p> <p>Has had some Scrum training.</p>	<p>Has managed mature products successfully. Now faces the challenge of creating a brand-new product.</p> <p>Wants to leverage his agile knowledge but needs advice on creating innovative product using agile techniques.</p>
--	--	--

A

## This is Diane

HR Practitioner



*"A diverse board is a better board"*

Age: 48  
Occupation: HR Consultant  
Location: Glasgow

**Bio / Backstory**

Diane has had a varied career in the public, private and voluntary sectors. Most of her work has been in recruitment and selection and she now works in that field as a consultant.

She's in a partnership but unmarried and has no children. She's committed to Social Justice and it's designed for.

**Devices Used**



**User Goals / Needs**

- Quick links/access to evidence-based examples of practice that have led to more diverse appointments
- Private forum to discuss practice with fellow practitioners

**Pain Points / Frustrations**

- Not clear where to find tailored advice for the situations she is facing
- Too much information - can't read all that information to get what she needs quickly

**Ideal Experience / Must Have**

- Immediately able to access tailored advice about an approach to recruitment and selection that works for the circumstances she is faced with
- Ability to filter by categories
- Short, concise information
- Secure login area where can access/share further information and liaise with fellow practitioners

**Emotional State (with the company)**



**Technical Experience**



**Personal Internet Use**



Il design può aiutare ad allineare  
bisogni delle persone e del  
business con  
**una visione condivisa**

# Dalle intuizioni (*insights*) al problem setting

# Dalle informazioni alle idee

Gli studenti sono timidi, non condividono e non ricevono informazioni che aiuterebbero tutti ad ambientarsi

Scambio di informazioni tra studenti

L'arrivo a scuola non è sufficientemente preparato

HMW - In che modo potremmo rendere il primo giorno di scuola più inclusivo?

- far conoscere e legare gli studenti prima dell'inizio della scuola

## **APPRENDIMENTI**

cosa è emerso dalle osservazioni del contesto, che siano interviste o altro? Citazioni, colori, esperienze sono informazioni grezze su cui costruire.

## **TEMI**

una volta organizzate le osservazioni e catalogati gli apprendimenti emergono dei temi che le collegano.

## **INTUIZIONI**

spostano dall'osservazione passiva a una proposta attiva di cause, elementi nuovi o prospettive che diventano rilevanti per la questione che intendete affrontare.

## **HOW MIGHT WE - IN CHE MODO POTREMMO**

le domande sono chiave per attivare le idee e traducono l'intuizione in una forma che abilita a produrre scenari e idee.

## **IDEE**

semplici e basilari o incredibili, l'obiettivo è averne quante più possibile, descritte o disegnate, anche attraverso sessioni di brainstorming.



OFFICINE  
ITALIA

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