



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

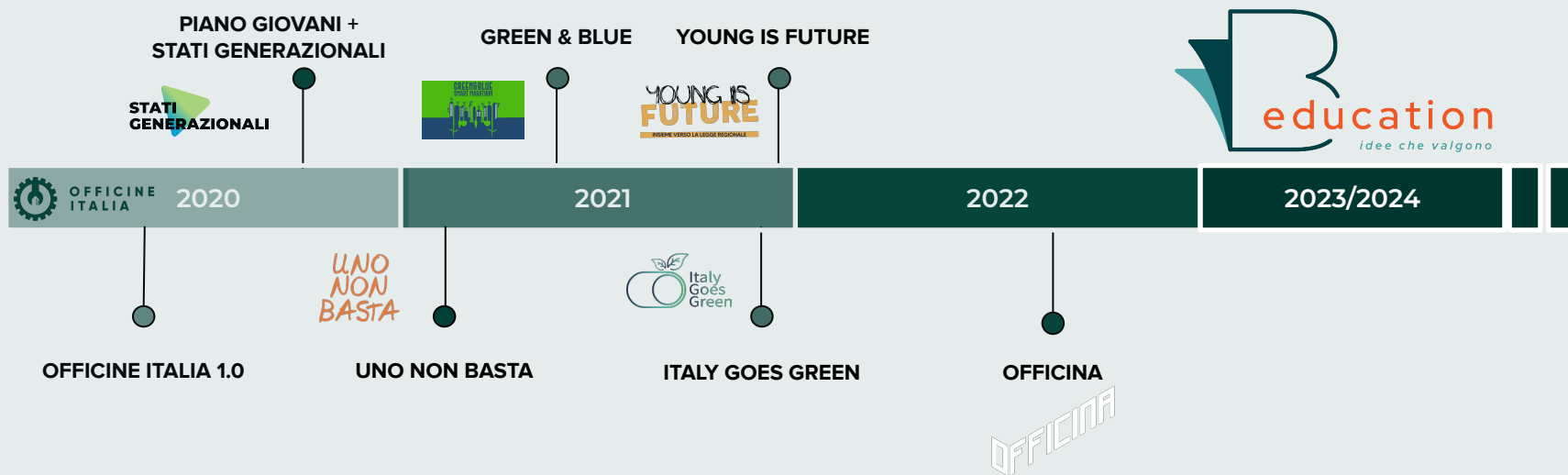


La nostra *mission* è diventare un **laboratorio di idee e proposte per il futuro dell'Italia**, che attivi e formi i decision maker di oggi e di domani attraverso spazi, canali, strumenti e opportunità di aggregazione e confronto **per catalizzare un cambiamento di traiettoria del Paese.**

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



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: Analisi contesto
Venerdì 13/09, 14-15 – Office Hour (1)
Giovedì 19/09, 16-18 – Seconda plenaria metodologica: Ideazione soluzione
Venerdì 27/09, 14-15 – Office Hour (2)
Martedì 1/10, 16-18 – Incontro soft skills I - Gestione conflitti & Team building
Giovedì 10/10, 14-15 – Office Hour (3)
Martedì 15/10, 16-18 – Terza plenaria metodologica: Progettazione soluzione
Venerdì 25/10, 14-15 – Office Hour (4)
Giovedì 28/10, 16-18 - Incontro soft skills II – Presentazione & Comunicazione efficace
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 diverse 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?

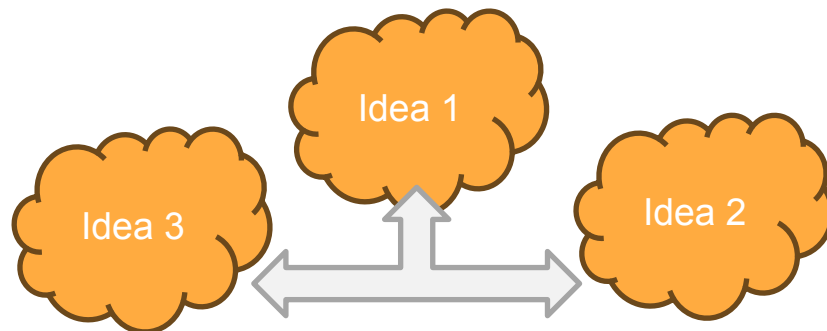
Brainstorming

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

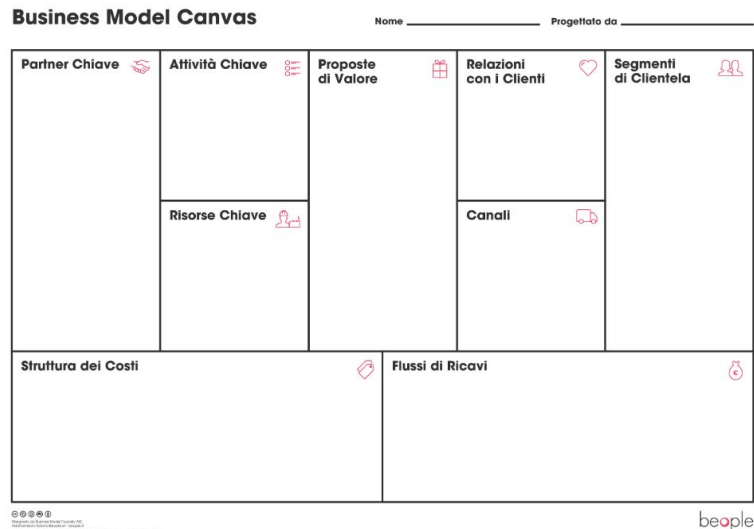
Il Business Model Canvas

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

PARTNER <i>What are your key partners to get competitive advantage?</i>	ATTIVITÀ CHIAVE <i>What are the key steps to move ahead to your customers?</i>	PROPOSTA DI VALORE <i>How will you satisfy your users ?</i>	RELAZIONI CON CLIENTI <i>How often will you interact with your users?</i>	CLIENTI <i>Who are your users? Describe your target audience in a couple of words.</i>
	RISORSE CHIAVE <i>What resources do you need to make your idea work?</i>		CANALI <i>How are you going to reach your users?</i>	
STRUTTURA DI COSTO <i>What are the intended cost that you forecast to have?</i>		REVENUE STREAM <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)

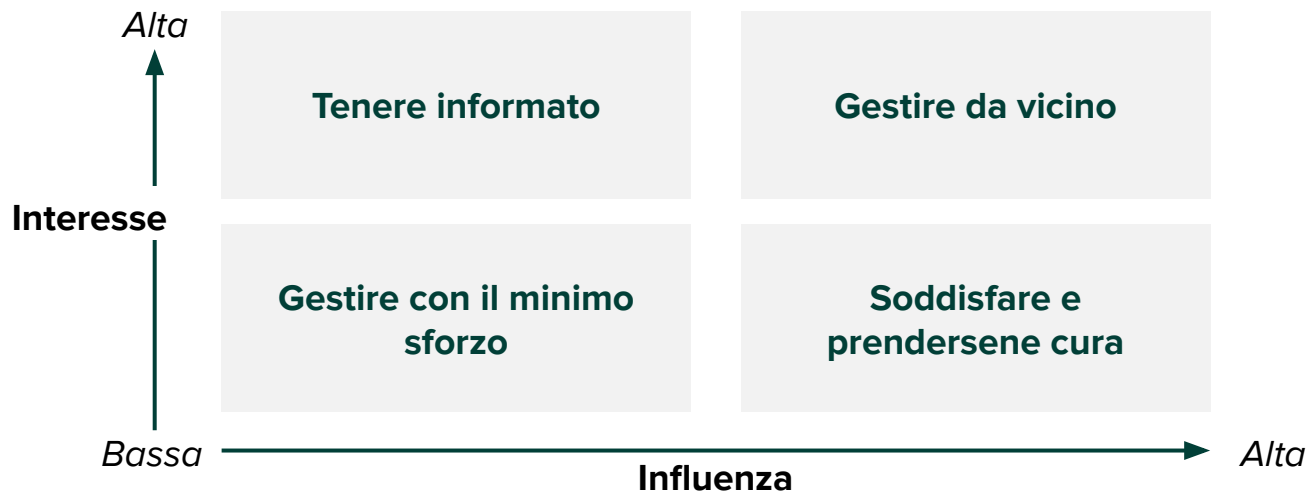
La cassetta degli attrezzi

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	3/4/2019	3/4/2019	3/4/2019	Sam	
Complete testing	3/12/2019	3/12/2019	3/12/2019	Jade	
Fix issues	3/14/2019	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!

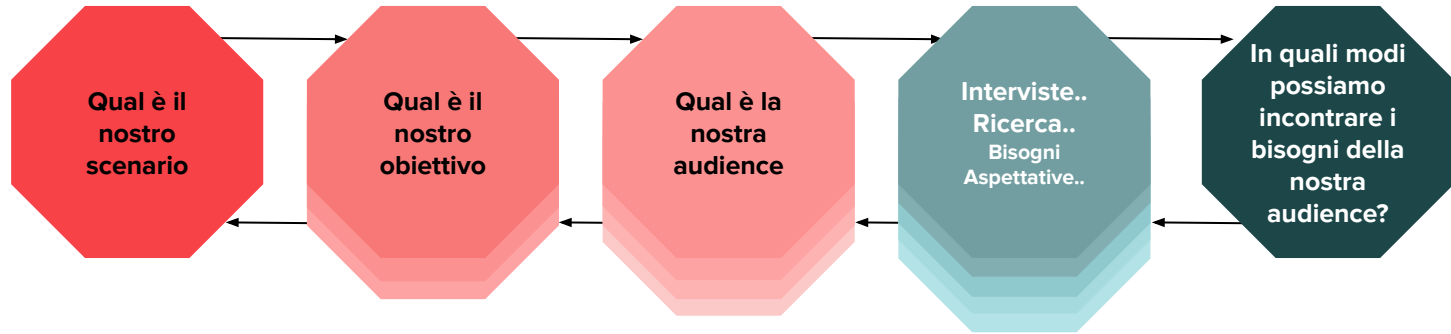
Buon lavoro!

PILLOLA METODOLOGICA: IL CONTESTO

Analisi del contesto: macro

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

Introduzione

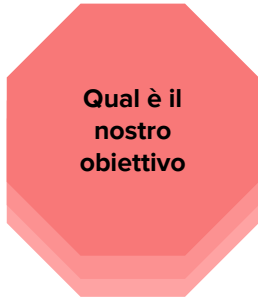


Scenario

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

- Smartphone
- Tablet
- Smart TV

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)

Positive	Neutral	Negative
Satisfied		Frustrated
Engaged		Bored
Content		Stressed

Technical Experience

IT / Internet	Intermediate	Expert
Mobile / Tablet		
Social Media		

Personal Internet Use

Email	Often
News / Blogs	
Social Media	
Shopping	
Paying Bills	
Gaming	
TV / Movies	
Banking	
Browsing	

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
team@officineitalia.org