



Co-funded by
the European Union



**Encouraging Migrant women to seize their
Potential and Opportunities in the World of EntRepreneurship**

Strengthening entrepreneurial competencies



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Insegnare imprenditorialità: un approccio pratico

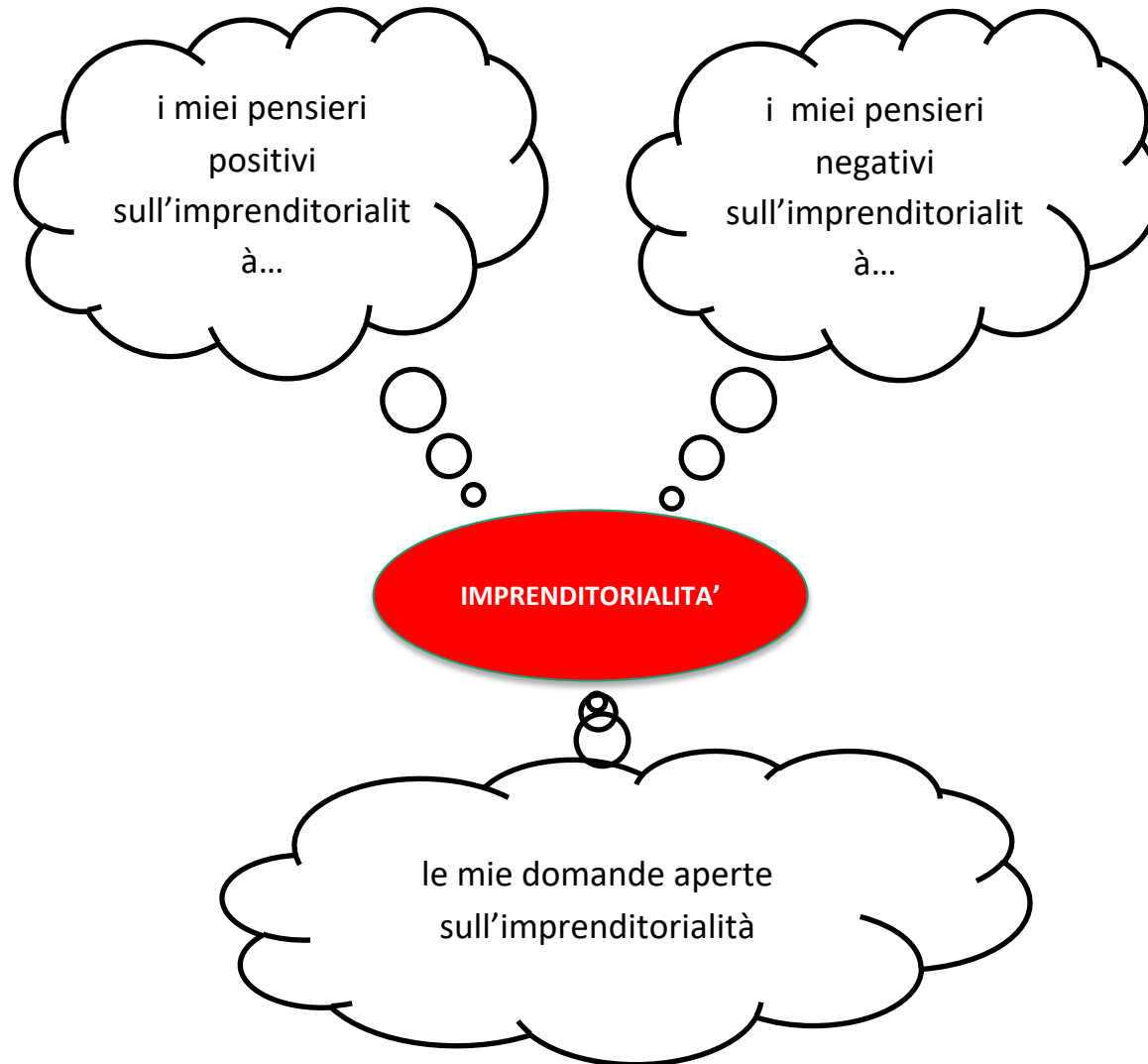
“Tell me, and I will listen;
Teach me, and I'll remember;
Involve me, and I will learn.”

Benjamin Franklin

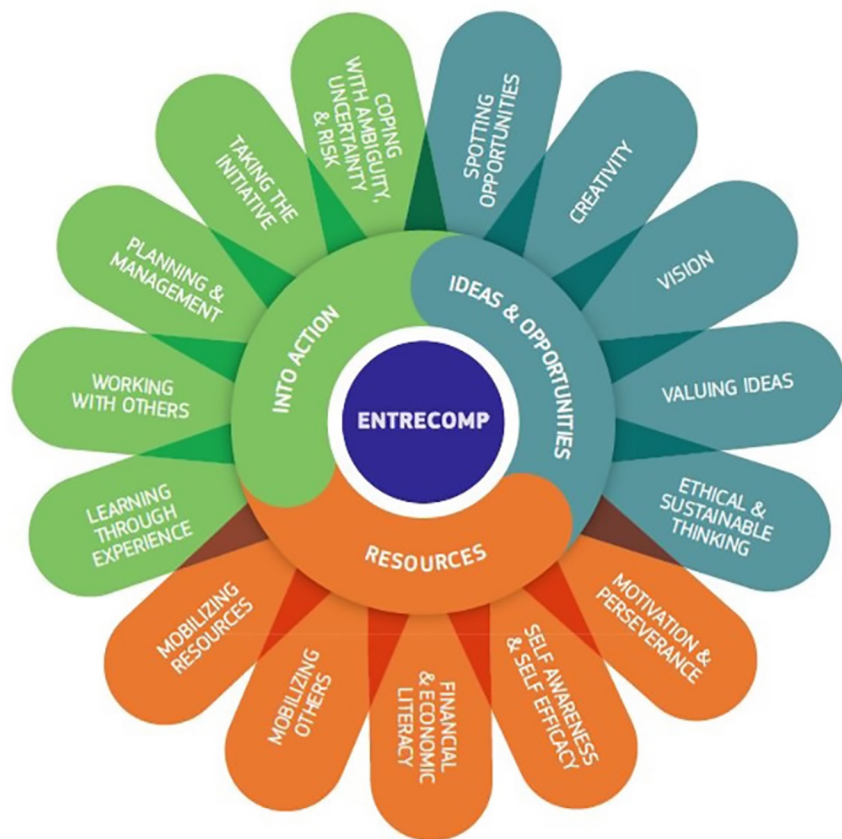
pratiche di insegnamento dell'impresonditorialità



Cominciamo



Insegnare imprenditorialità - EntreComp



La Commissione europea ha sviluppato EntreComp: lo European Entrepreneurship Competence Framework come quadro di riferimento per spiegare cosa si intende per mentalità imprenditoriale.

EntreComp offre una descrizione completa delle conoscenze, delle abilità e delle attitudini di cui le persone hanno bisogno per essere imprenditori e creare valore finanziario, culturale o sociale per gli altri.

Si compone di 3 aree di competenza correlate e interconnesse: "Idee e opportunità", "Risorse" e "In azione".

Ciascuna delle aree è composta da 5 competenze che, insieme, costituiscono gli elementi costitutivi dell'imprenditorialità come competenza.

Il quadro sviluppa le 15 competenze secondo un modello di progressione a 8 livelli e propone un percorso di apprendimento completo di 442 risultati di apprendimento.



Co-funded by
the European Union

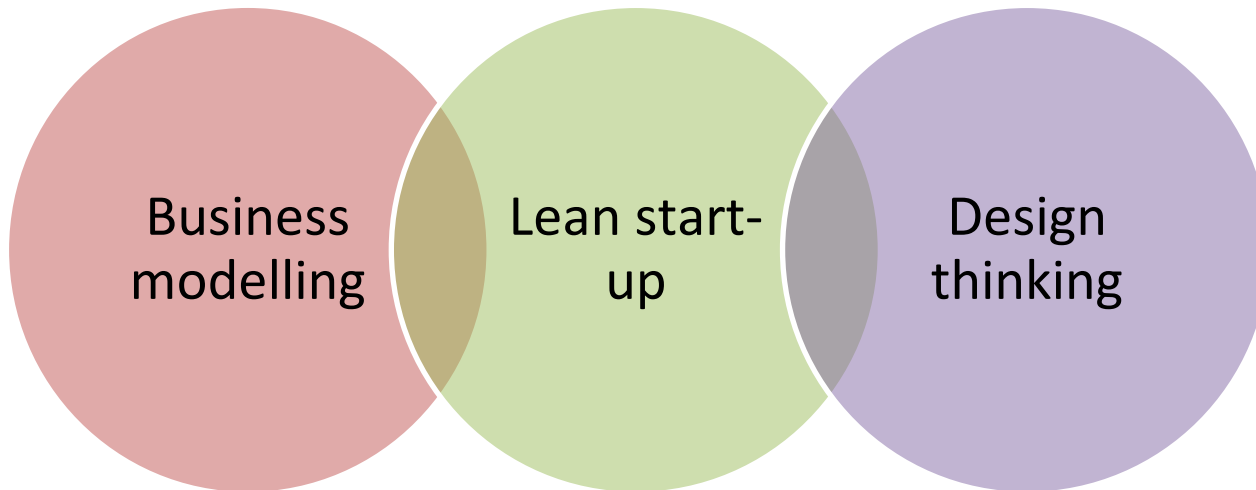
Source:

<https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1317&langId=en>

Cambiamenti nell'insegnare imprenditorialità

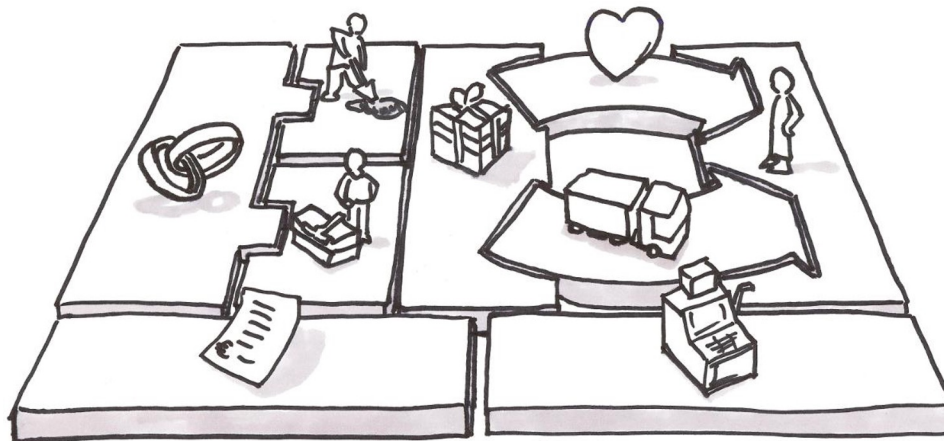
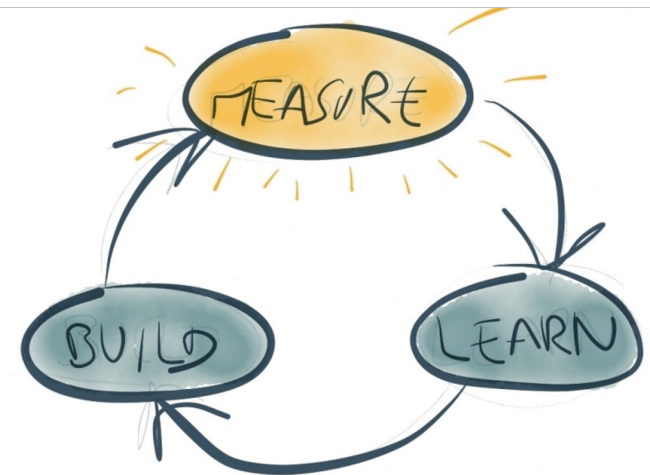
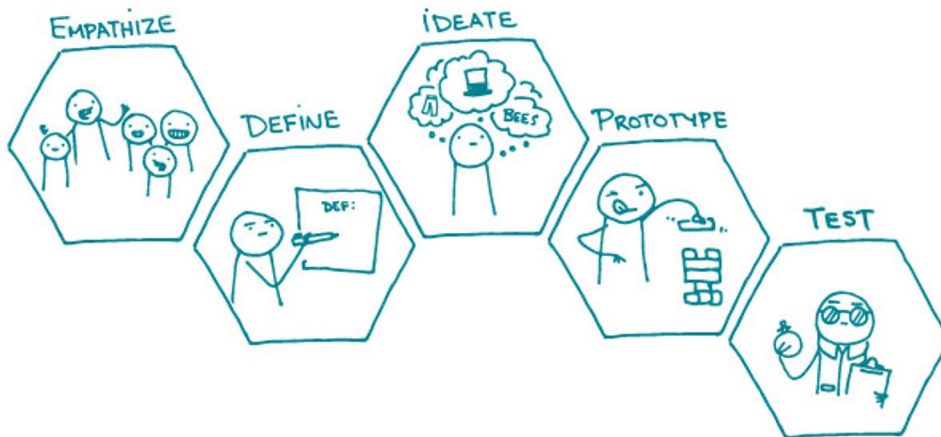
dalla pianificazione del business...

alla sperimentazione del business



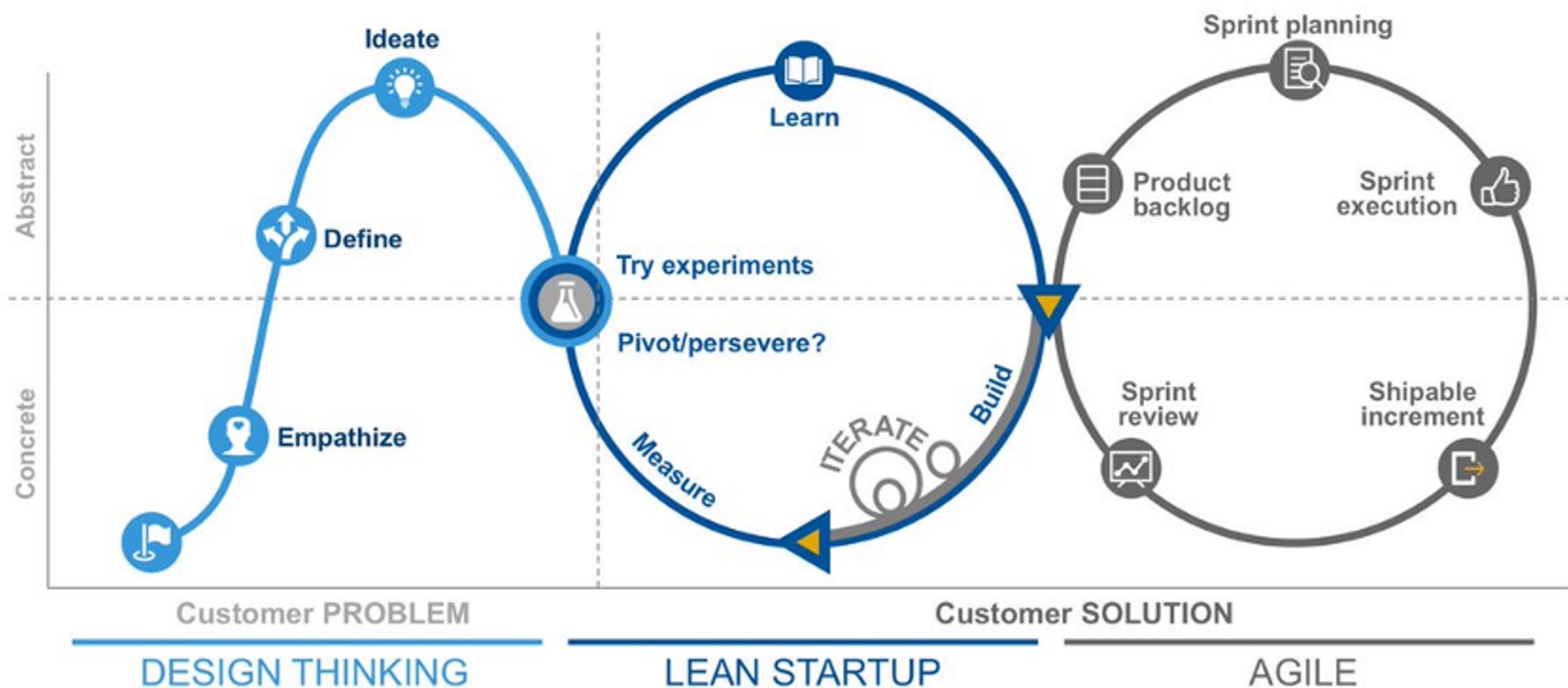
Cambiamenti nell'insegnare imprenditorialità

DESIGN THINKING!



Pratiche nell'insegnare imprenditorialità

Combine Design Thinking, Lean Startup and Agile



#GartnerSYM

21 CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY | © 2016 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. Gartner and ITXpo are registered trademarks of Gartner, Inc. or its affiliates.

Gartner.

Pratiche nell'insegnare imprenditorialità





scriviamo il business plan...

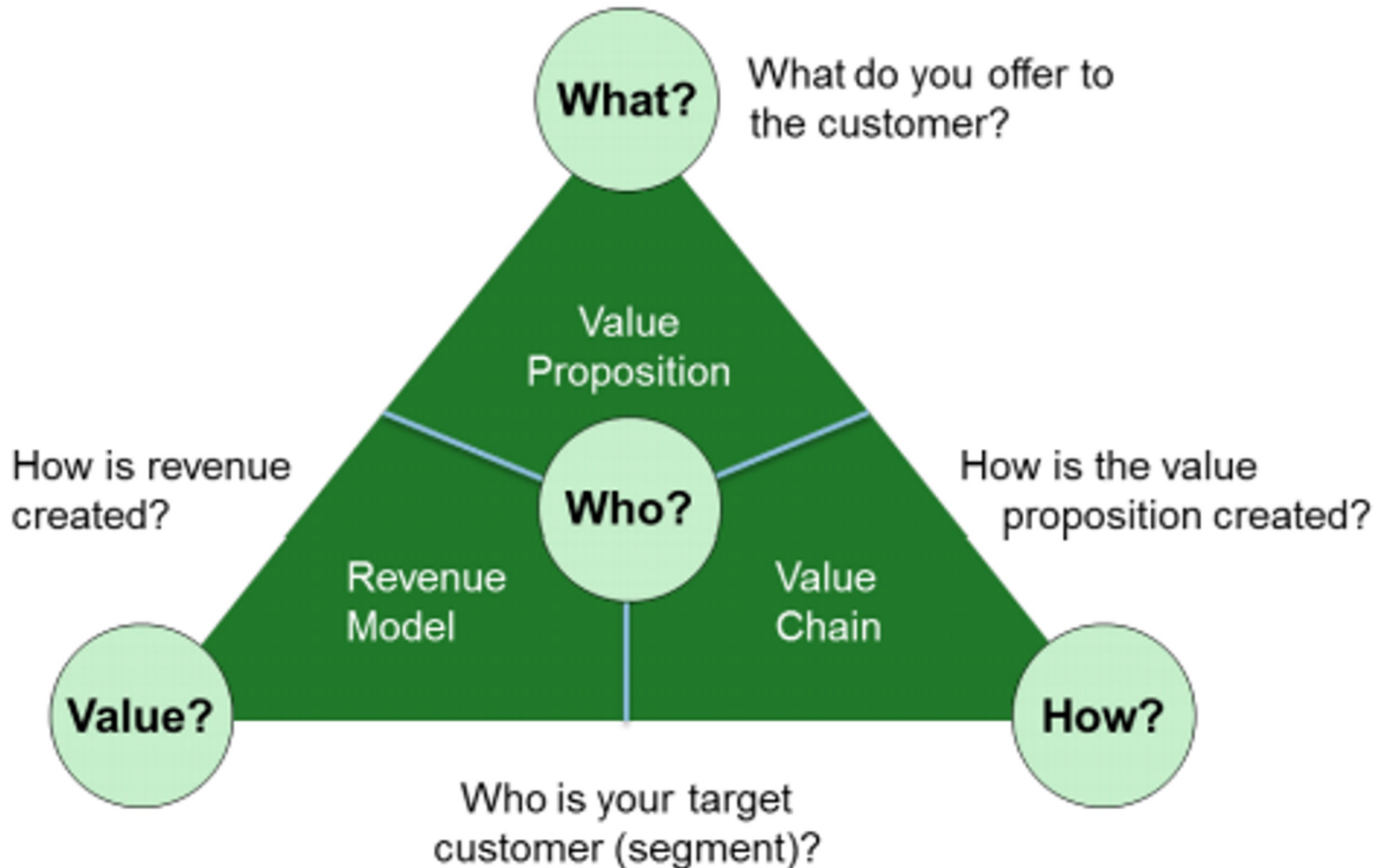


progettiamo il business model...

Che cos'è l'imprenditorialità e chi è un imprenditore?



il triangolo magico



20 € challenge

Activity Can
you sell it?



Avete 20 € in tasca.

Quali idee imprenditoriali potete sviluppare con 20 €?
Fornite almeno 7 idee in 7 minuti.



Manager vs. Entrepreneur



Uber

The world's largest
taxi company, owns
no vehicles.

The world's most
popular media owner,
creates no content.

Facebook

Alibaba

The most valuable
retailer, has no inventory.

The world's largest
accommodation provider,
owns no real estate.

Airbnb

Something interesting is happening.

imprenditorialità è ...

New term: **ENTREPRENEURSHIP**

5 adjectives: _____, _____, _____, _____, _____

How does it work? _____, _____, _____

Feelings: _____, _____

Synonym: _____



Find it on Fiverr

Browse. Buy. Done.

Find Services



Voice Over
More than 5,000

services offered

TRENDING COLLECTIONS

Choose from our most popular services

GET A CATCHY JINGLE

Instrumental Original Drops



RECORD AN ORIGINAL TRACK

Guitar Piano Drums



HIRE THE BEST VOCALIST

Rap Song Track



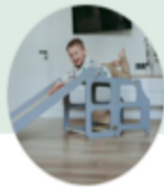
Find things you'll love. Support independent sellers. Only on Etsy.



Personalized Gifts



DIY & Crafts



For Kids & Babies



Jewelry



Wedding & Engagement



On Sale

Shop our popular gift categories



Anniversary gifts



Gifts for him



Gifts for her



Personalized gift ideas



Wedding gifts



KICKSTARTER

INDIEGOGO[®]

Trobla: A wooden amplifier for iPhone and other smartphones

TOK TOK FURNITURE

KICK
STARTER
**STAFF
PICK**

▶ PLAY

\$27,610

pledged of \$10,700 goal

26

days to go

⚙ You're a backer!

You pledged \$115.

[Manage](#)

This project will be funded on Sun, May 17 2015 1:35 PM CEST.

The portable and sustainable solution that enhances your phone's sound in style.

TOK TOK

First created |



KOBEIAGI KILIMS

Kobeiagi Kilims: traditional hand-woven rugs with a twist

by Kobeiagi Kilims



103

backers

\$11,587

pledged of \$10,000 goal

4

days to go

[Back This Project](#)



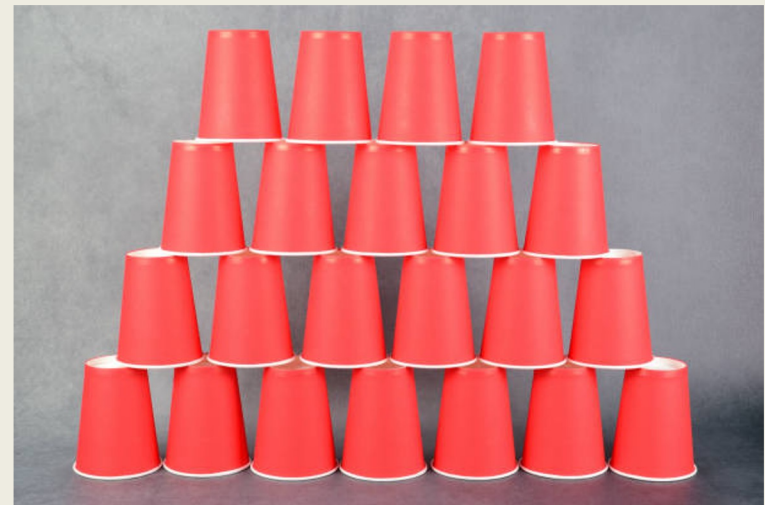
This project will be funded on Fri, Jul 3 2015 12:00 PM CEST.

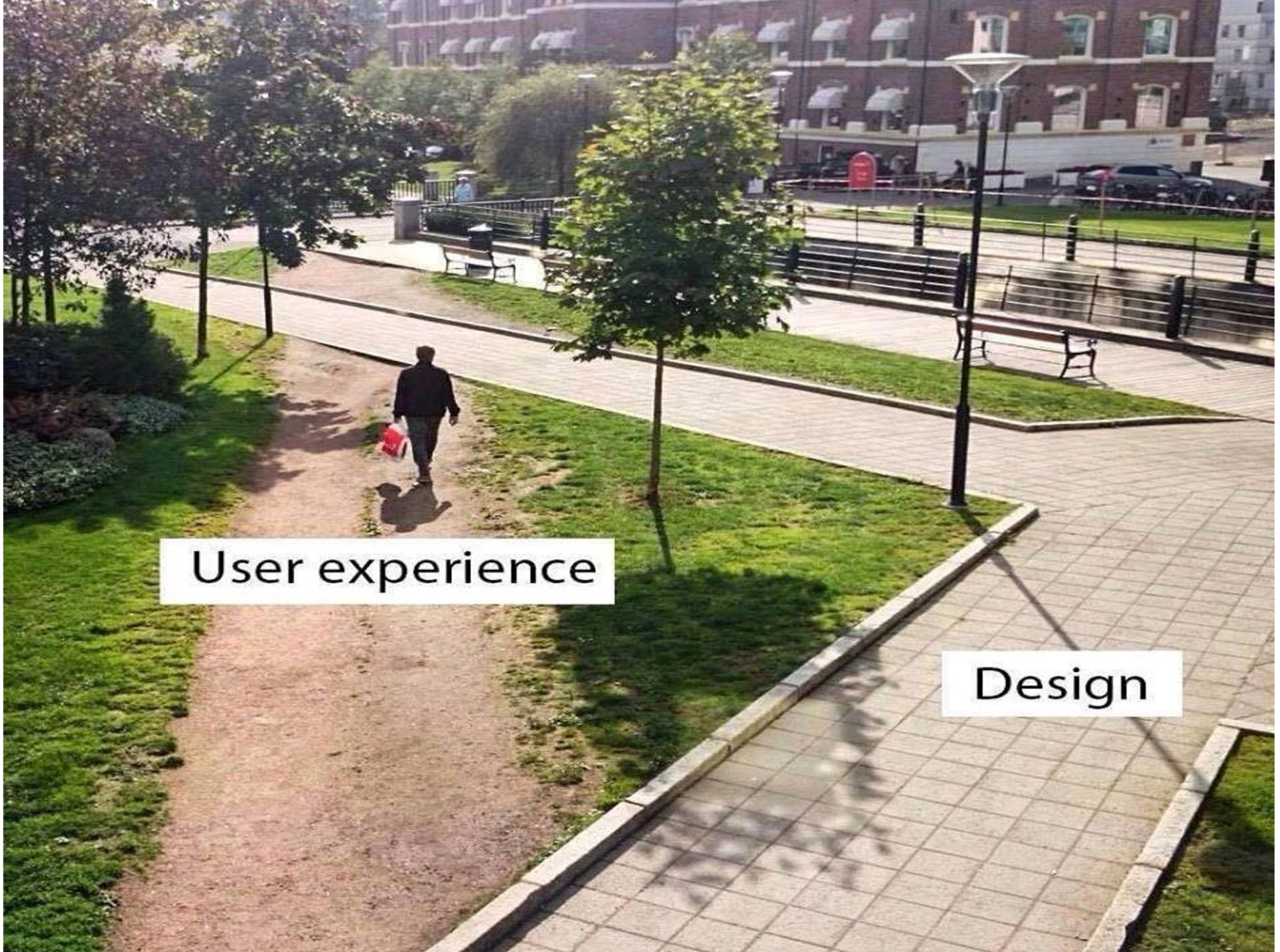
Riscaldamento

La torre delle tazze

(chiamata anche sfida della piramide di bicchieri di carta)

- Materiale necessario: 10 tazze per squadra, elastici e corda.
- Obiettivo: costruire una torre di tazze (piramide).
- Come funziona: dividere i partecipanti in piccoli gruppi di 4 o 5 persone. Ogni gruppo riceve 10 tazze e un attrezzo per gli elastici. Ogni membro deve partecipare. Tirando e sollevando devono costruire una piramide. Misurare il tempo.
- Riflessione: coordinamento di squadra, comunicazione di squadra.





User experience

Design

Source of the photo:
<https://thejibe.com/articles/big-differences-between-ux-and-ui-designis-in-the-centre>

Una volta compresi i modelli di business, si può iniziare a prototipare i modelli di business proprio come si prototipano i prodotti.

Alexander Osterwalder, 2009



Il *Business Model Canvas* è uno strumento di gestione strategica e imprenditoriale. Consente di **descrivere, progettare, sfidare, inventare e modificare** il proprio modello di business..

Business Model Generation. 2011

Un modello di business descrive la logica di come un'organizzazione crea, fornisce e cattura valore, in contesti economici, sociali, culturali o di altro tipo. Il processo di costruzione del modello di business fa parte della strategia aziendale.

Investopedia 2015

... descrive semplicemente il modo in cui un'azienda fornisce un valore e guadagna denaro

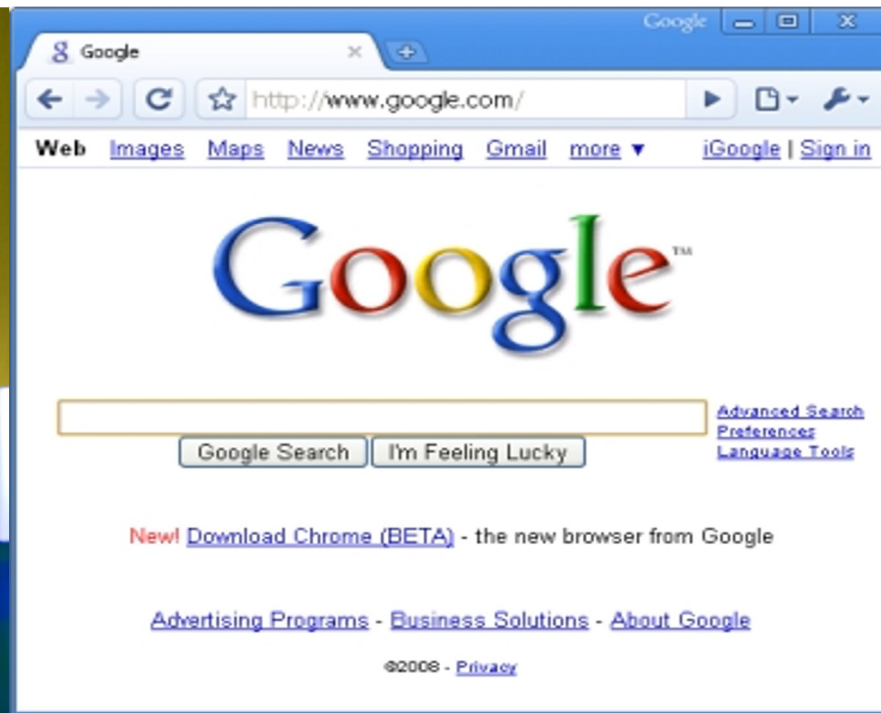
... descrive semplicemente il modo in cui un'azienda fornisce un valore e guadagna denaro. Vediamo gli esempi:

Esempi:

"Il modello di business di un ristorante consiste nel fare soldi cucinando e servendo cibo ai clienti affamati. "

"Il modello di business di un sito web potrebbe non essere così chiaro, poiché ci sono molti modi in cui questo tipo di aziende può generare entrate: alcune guadagnano (o almeno ci provano) fornendo un servizio gratuito e poi vendendo pubblicità ad altre aziende, mentre altre potrebbero vendere un prodotto o un servizio direttamente ai clienti online"

Case: Google



Nel 2011, il 96% delle entrate di Google derivava da attività di marketing

Business plan...

... un insieme di documenti.

... preparato dalla direzione di un'azienda per riassumere i suoi obiettivi operativi e finanziari.

... un progetto che guida le politiche e le strategie dell'azienda.

... viene continuamente modificato in base al cambiamento delle condizioni e all'emergere di nuove opportunità e/o minacce.

... quando viene preparato per un pubblico esterno (finanziatori, potenziali investitori), illustra in dettaglio le performance passate, presenti e previste dell'azienda.

... contiene lo stato patrimoniale, il conto economico e il rendiconto finanziario pro-forma.

... illustra le modalità di finanziamento richieste.

... è richiesta una simulazione del business plan a 3-5 anni.

Business plan...

... set of documents

... prepared by the management to summarize its operations and objectives

... a blueprint of the firm's strategies

... is continually updated to seize and new opportunities and

... when prepared to convince (lenders,

prospective investors, etc. present, and

forecasted performance

Perché?

... contain a balance sheet, statement, and cash flow statement

... illustrate the financing benefits

... simulation for up to 5 year business plan is required

NON PER LE START-UP

&

GIOVANI

IMPRENDITORI





**Come è
organizzata?**



MAKE MONEY



**Goal: fare
soldi!**

Business Model? What ???



Business Plan? Halo???

Scriviamo business plan.



Progettiamo Business model.

Business Model

brainstorm

Make/DESIGN

think

build

watch

re-think

Business Plan

analyse

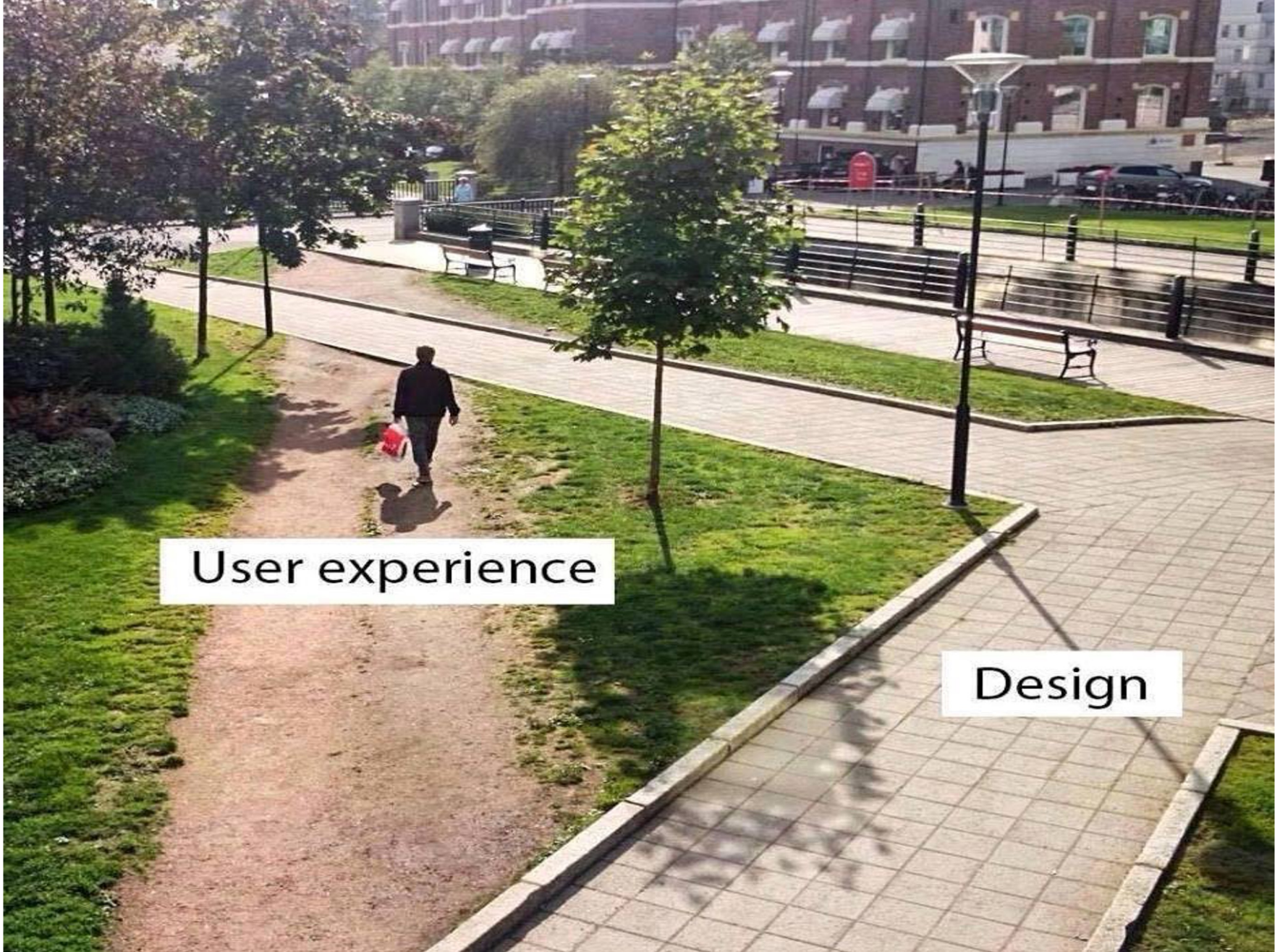
plan

calculate

WRITE

read

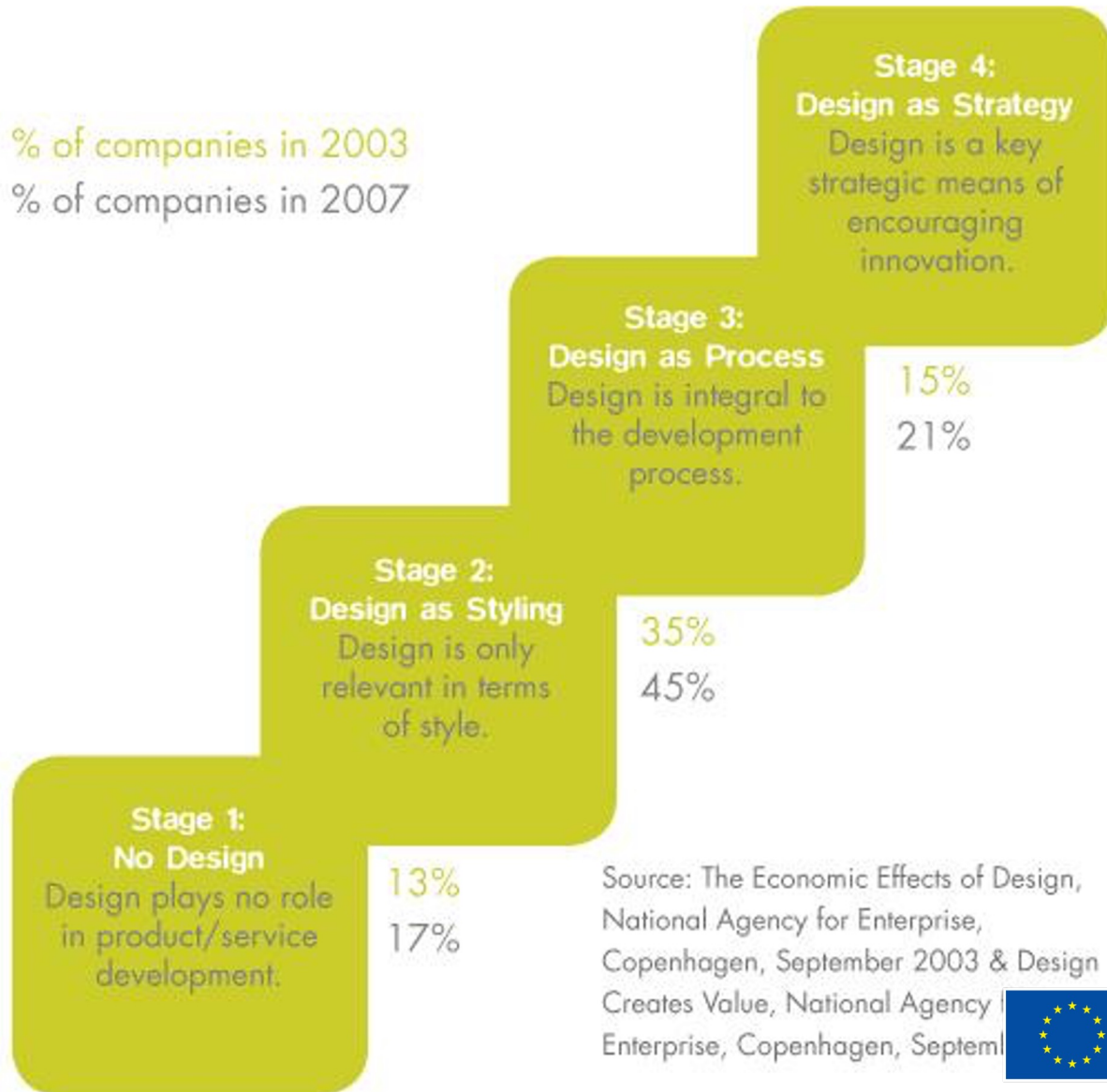
change



User experience

Design

Source of the photo:
<https://thejibe.com/articles/big-differences-between-ux-and-ui-designs-in-the-centre>



% of companies in 2003
% of companies in 2007

**Stage 1:
No Design**
Design plays no role
in product/service
development.

**Stage 2:
Design as Styling**
Design is only
relevant in terms
of style.

**Stage 3:
Design as Process**
Design is integral to
the development
process.

**Stage 4:
Design as Strategy**
Design is a key
strategic means of
encouraging
innovation.

Source: The Economic Effects of Design,
National Agency for Enterprise,
Copenhagen, September 2003 & Design
Creates Value, National Agency
Enterprise, Copenhagen, Septem

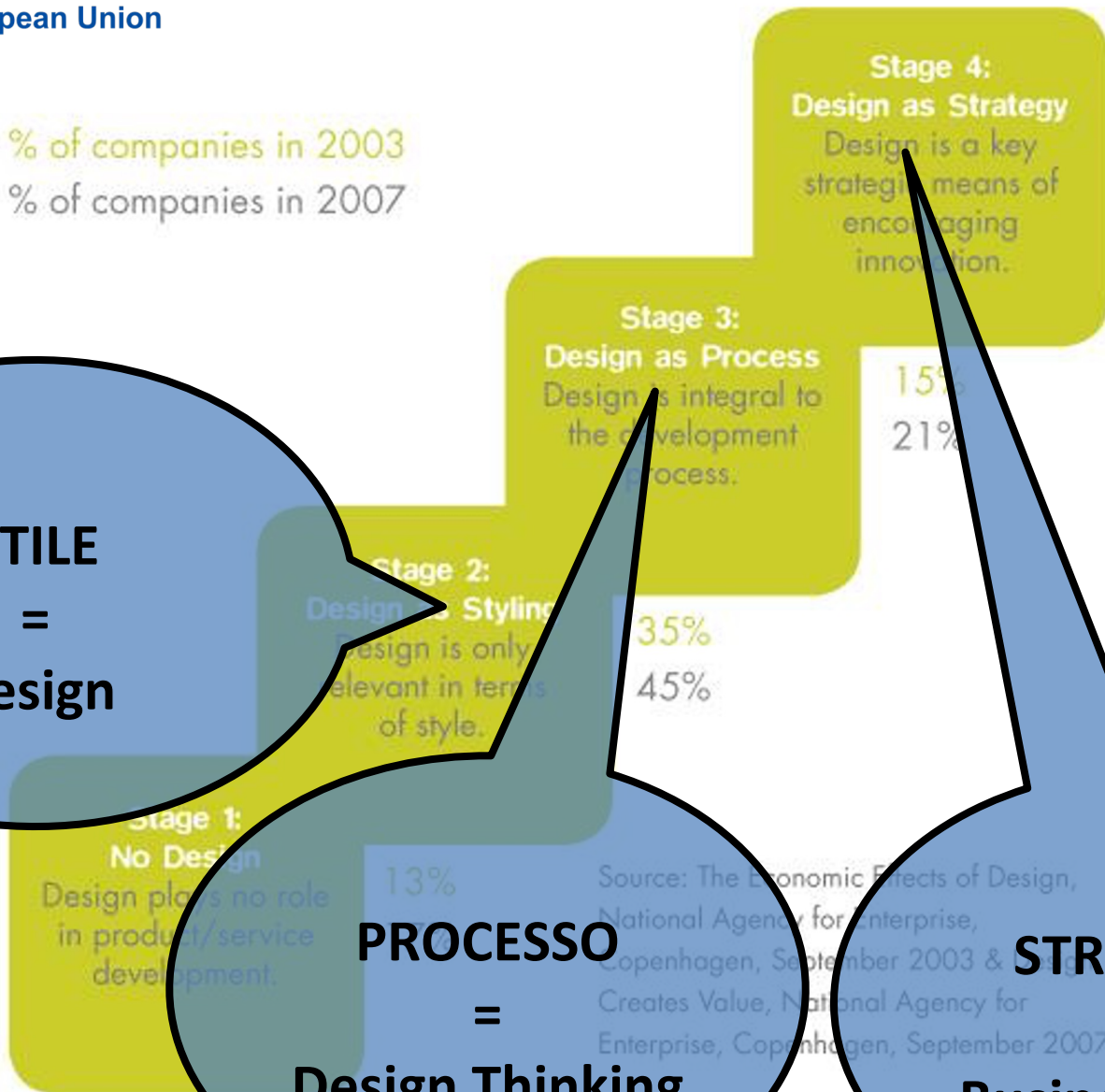


Co-funded by
the European Union





% of companies in 2003
% of companies in 2007



STILE
=
design

PROCESSO
=
Design Thinking

STRATEGIA
=
Business model

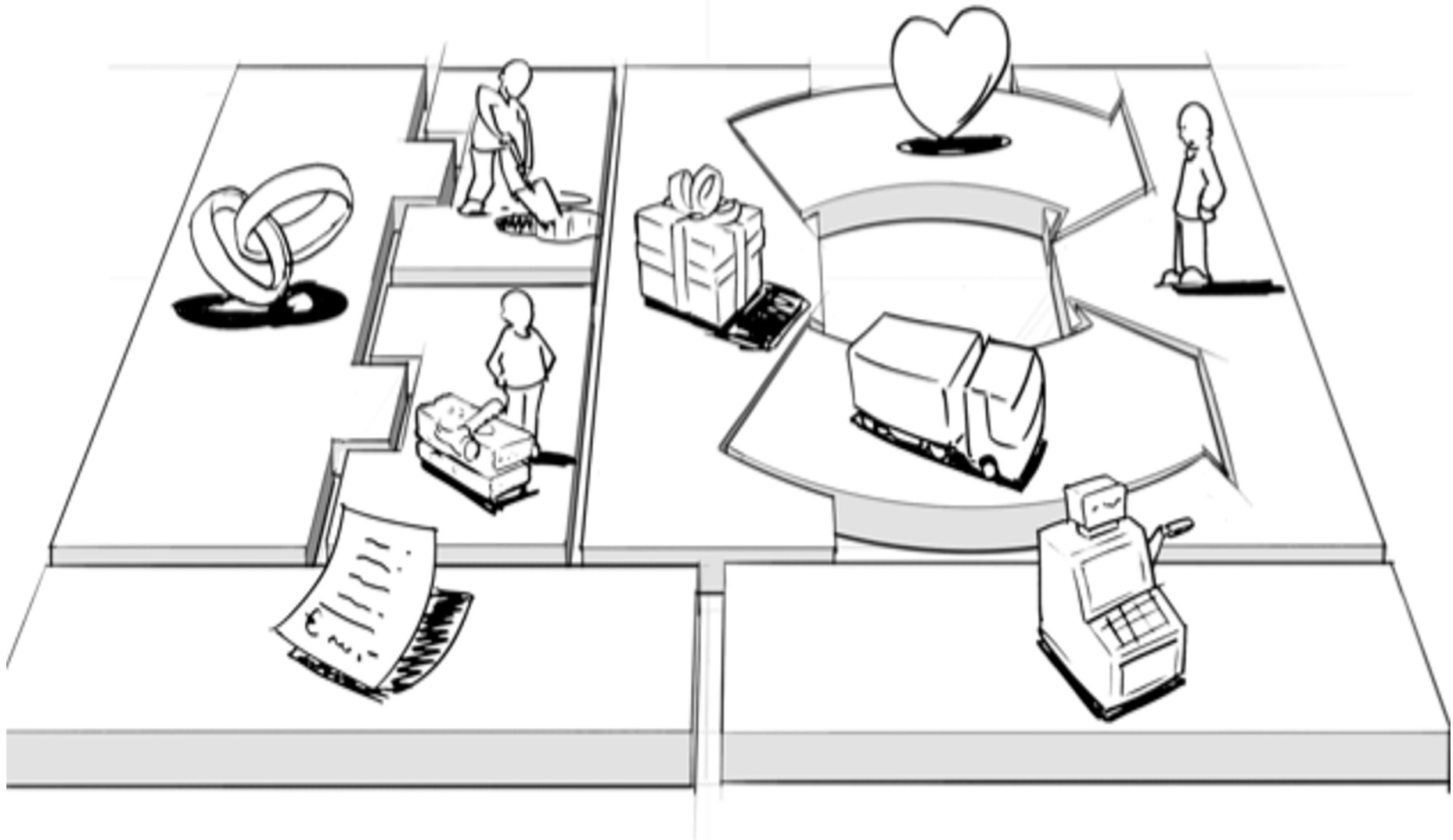
Source: The Economic Effects of Design, National Agency for Enterprise, Copenhagen, September 2003 & Creates Value, National Agency for Enterprise, Copenhagen, September 2007.



Co-funded by
the European Union

L'utente al centro.

Canvas Business Model



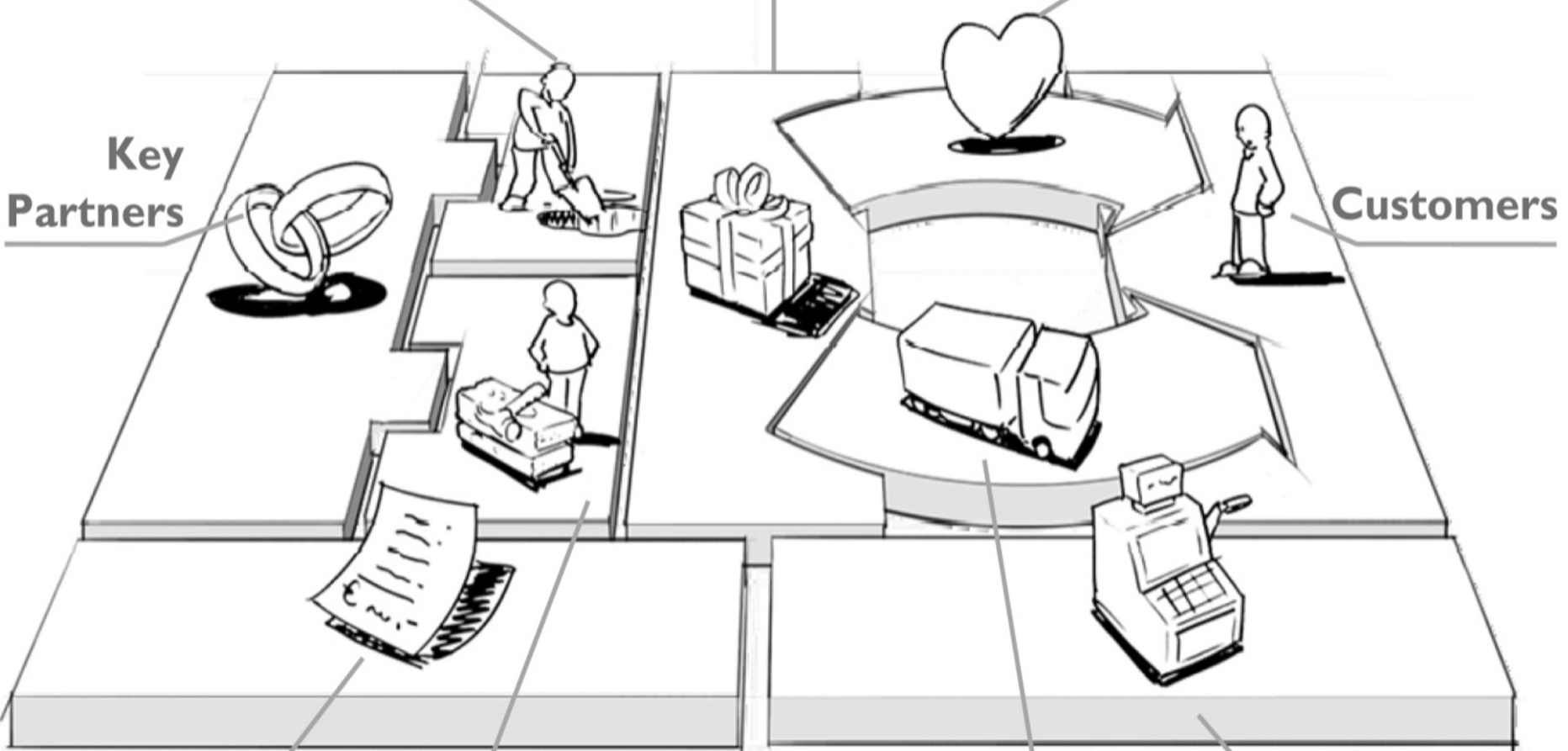
Key Activities

Value Proposition

Customer Relationships

Key Partners

Customers



Costs

Key Resources



Co-funded by
the European Union

Channels

Revenue

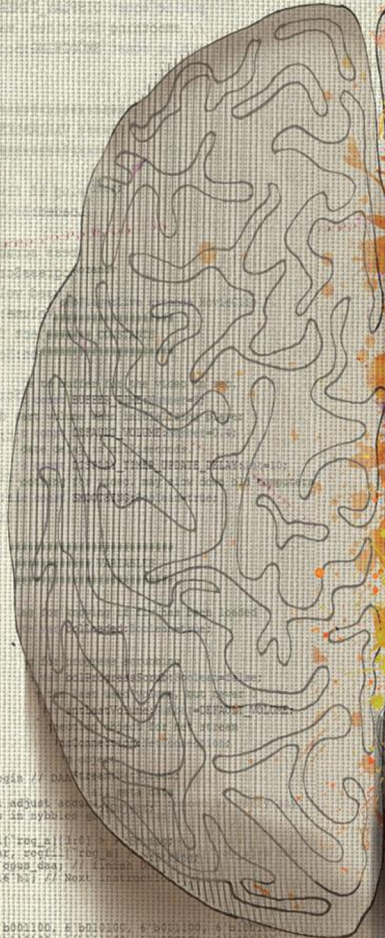
```
import sh.geom.*;
import sh.net.*;
import sh.media.*
import sh.defaults.DEFAULT_VOLUME;
import sh.utils.Time;
import sh.utils.NetConnection;

// write file to
// stream: default
// make all meta data
objInfo:Object;
// file
srcSource:String;
videoFileName:String;
bg_pic:MovieClip;
```

Left brain

I am the left brain.
I am a scientist. A mathematician.
I love the familiar. I categorize. I am accurate. Linear.
Analytical. Strategic. I am practical.
Always in control. A master of words and language.
Realistic. I calculate equations and play with numbers.
I am order. I am logic.
I know exactly who I am.

```
5 010111; begin // DAN
// decimal adjust
// round in symbols
if (reg[1] reg_1[1] 0)
  sswear: reg_1[1] 0;
state <- "open end"; // final
pc <- pc[1] 0; // Next instruction
end
5 000100; 5 000100; 5 000100; 5 000100; 5 000100;
5 000100; 5 000100; 5 000100; 5 000100; 5 000100;
5 000100; 5 000100; 5 000100; 5 000100; 5 000100;
5 000100; begin // END/DCS
reg <- sp[0] 5 01; // set source/destination reg
aluop <- reg[1] 0 0 0 1 1 // load as mu a
aluop <- 1; // load 1 as 403 3
if (op[0] 0) aluop <- aluop; // not subtract
code aluop <- aluop; // set 404
if (op[0] 3) reg <- reg;
// reg <- reg;
aluop <- reg; // rec 404; // inc/dnc m
state <- "open end"; // read 010
end // state <- "open end"; // no 404/405/406/407
```



Right brain

I am the right brain.
I am creativity. A free spirit. I am passion.
Yearning. Sensuality. I am the sound of roaring laughter.
I am taste. The feeling of sand beneath bare feet.
I am movement. Vivid colors.
I am the urge to paint on an empty canvas.
I am boundless imagination. Art. Poetry. I sense. I feel.
I am everything I wanted to be.



Co-funded by
the European Union

La parte sinistra
definisce i
COSTI
("razionalità")

La parte destra
definisce i
RICAVI
("creatività")



Clients

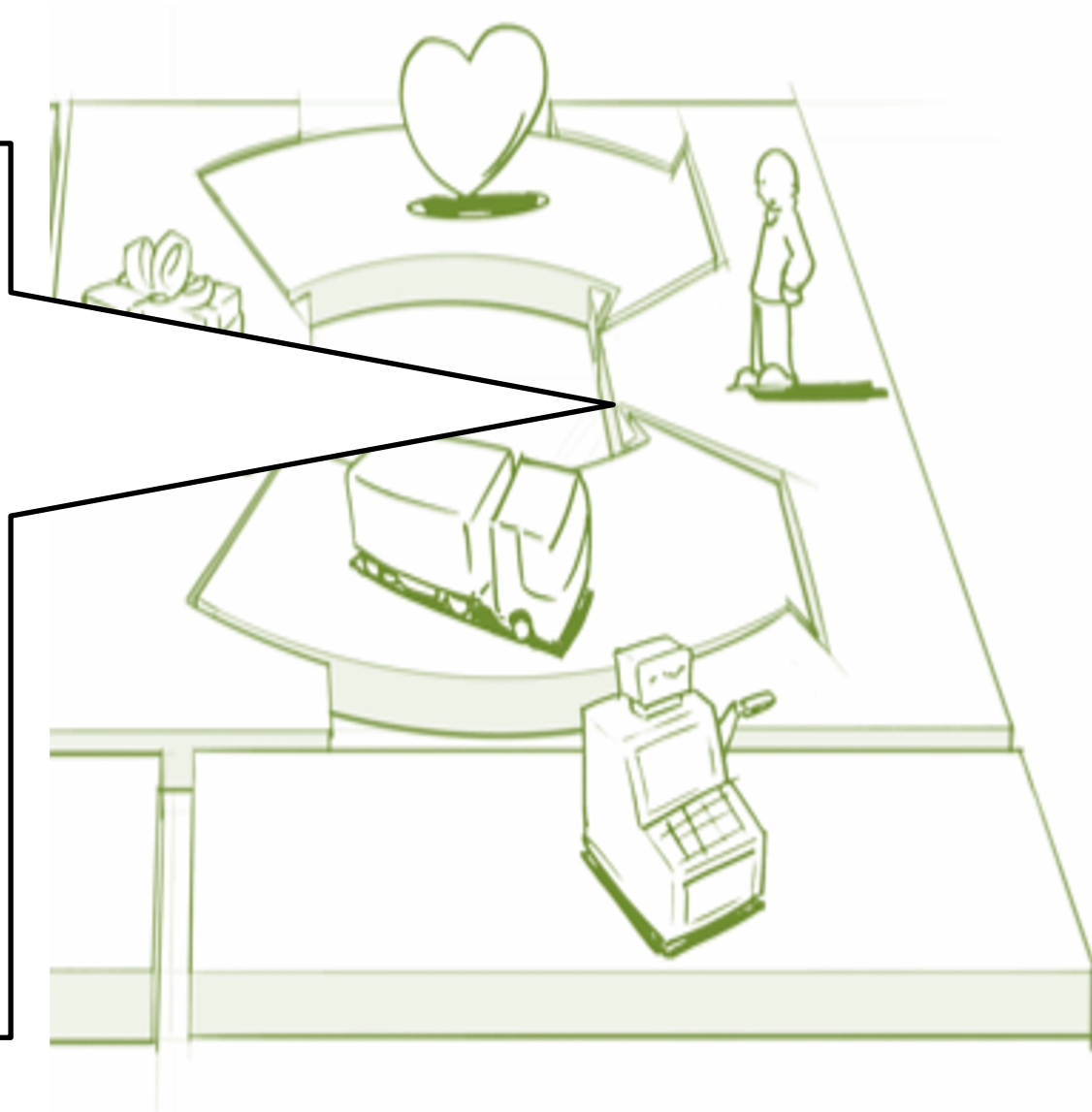
Who are our clients?

How do they fit into the rest of our business model?

How costly are they?

What work do they do for the client? What need are you satisfying?

Mass market, niche market, segmented, diversified?



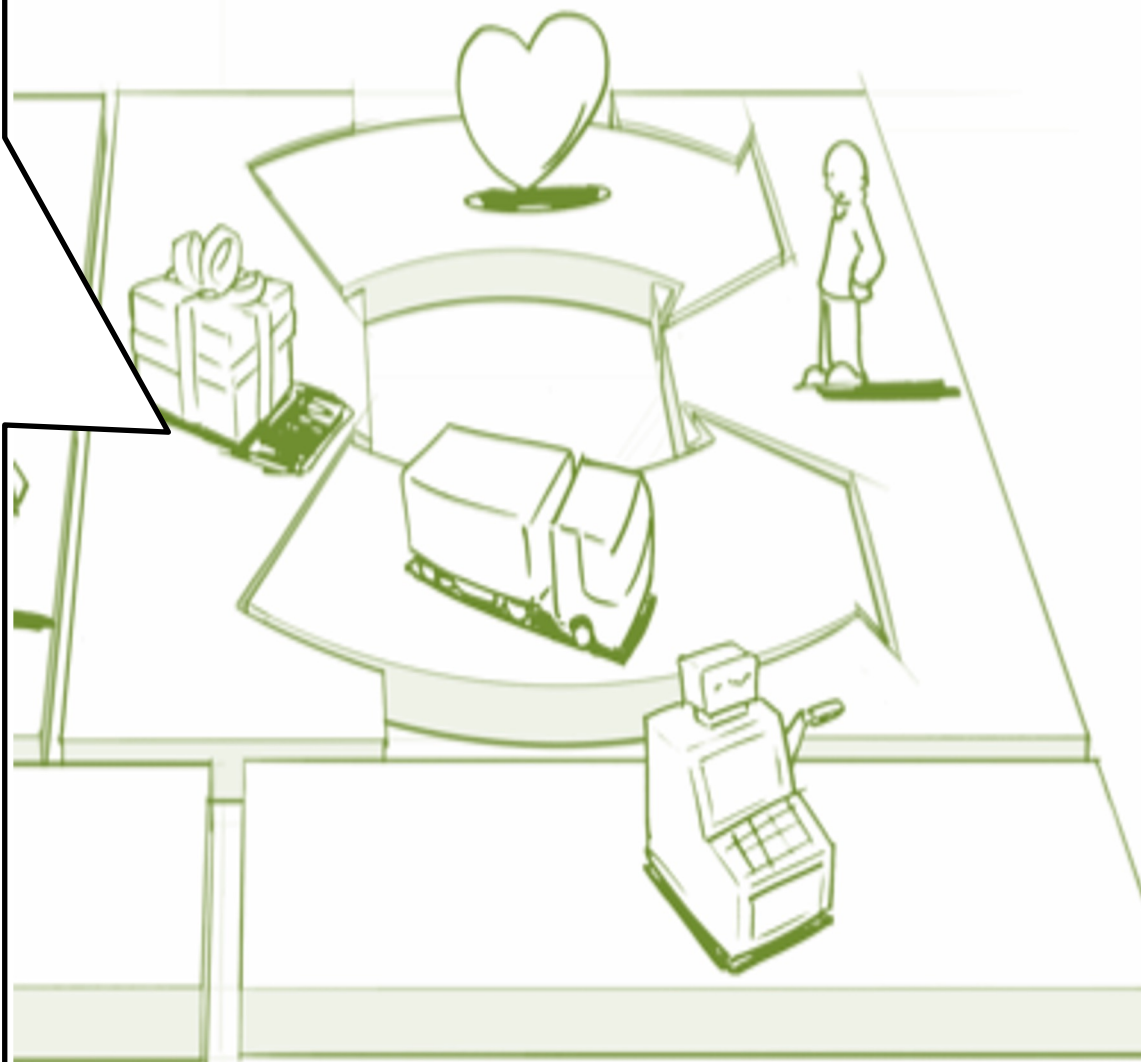
Proposta di valore

Quale valore forniamo al cliente?

Quale problema dei nostri clienti stiamo aiutando a risolvere?

Quali pacchetti di prodotti e servizi offriamo a ciascun segmento di clientela?

Quali esigenze dei clienti stiamo soddisfacendo?



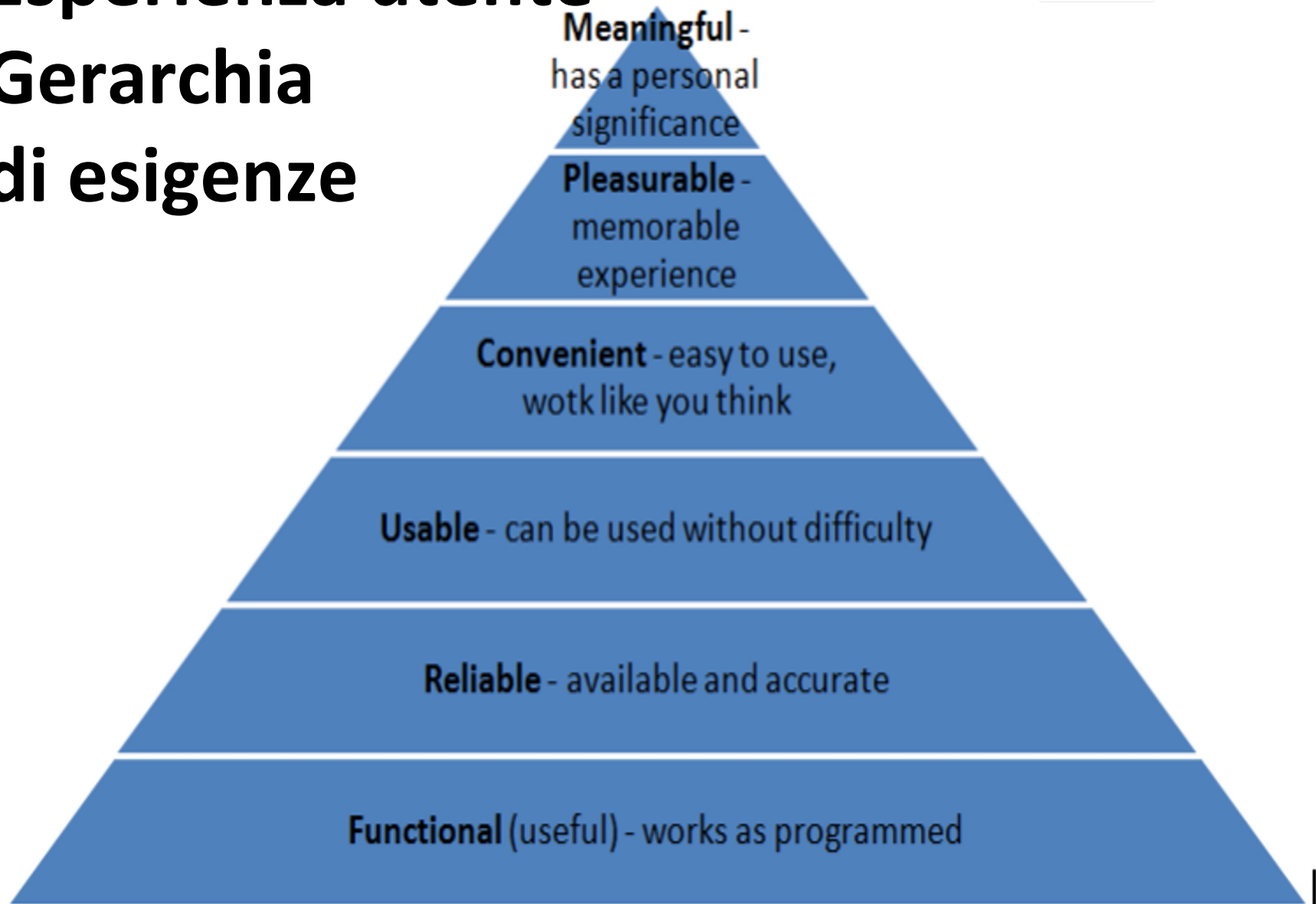
Picture: User experience hierarchy of needs



Co-funded by
the European Union

Esperienza utente

Gerarchia di esigenze

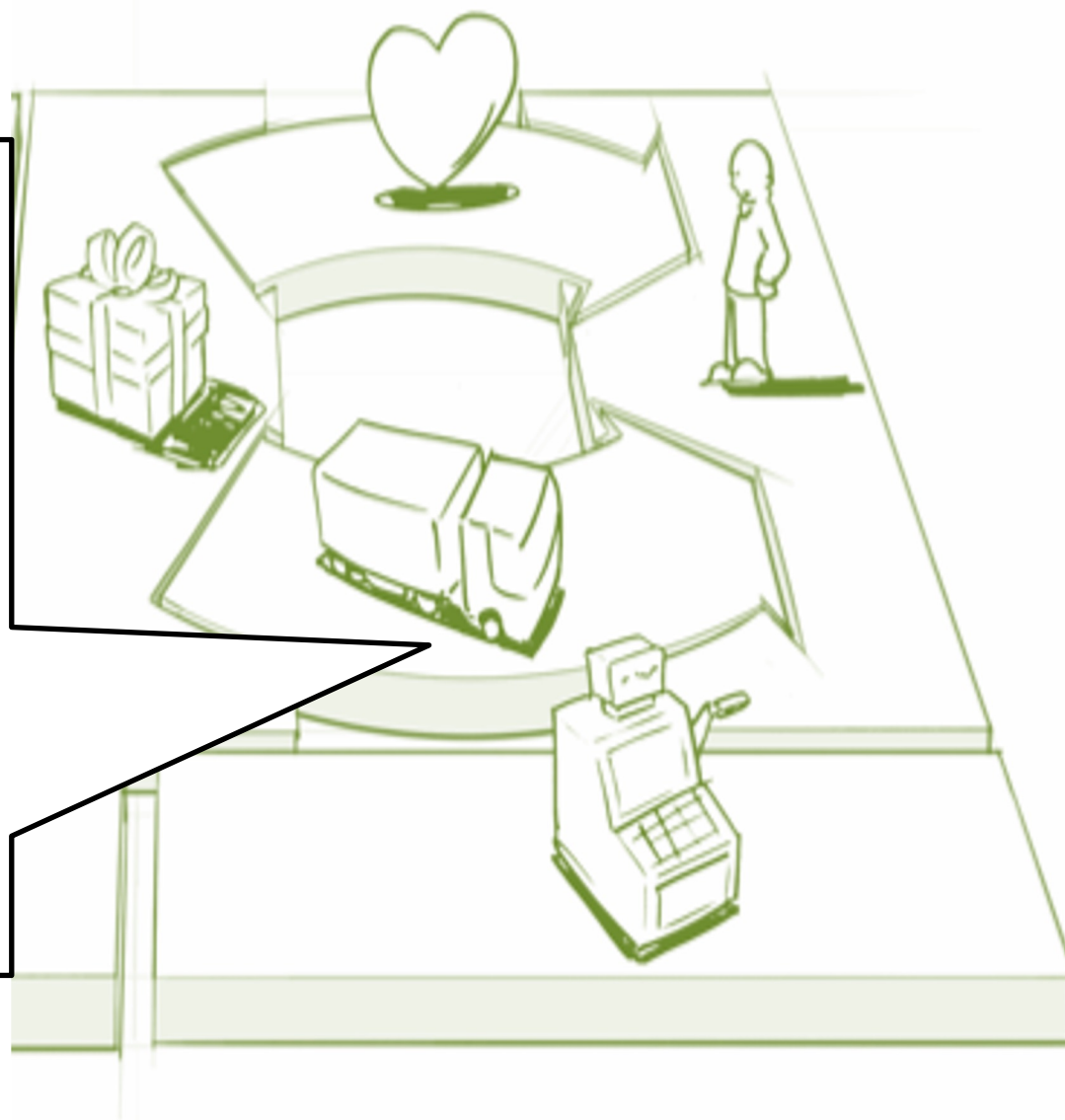


Canali di distribuzione

Attraverso quali canali i nostri segmenti di clientela vogliono essere raggiunti?

Come li raggiungiamo ora?

Come sono integrati i nostri canali?

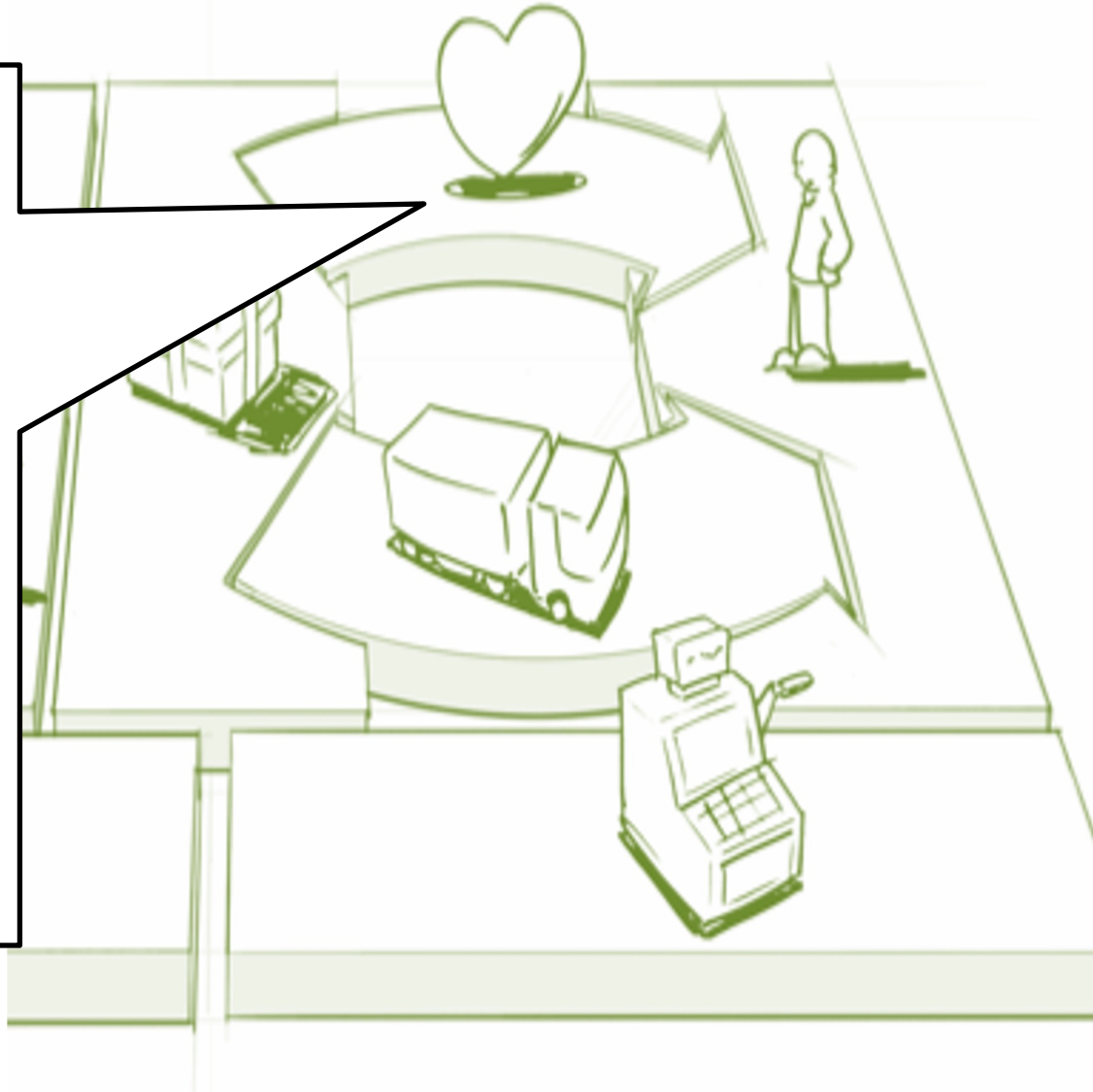


relazione con i clienti

Cosa si aspettano che noi stabiliamo e manteniamo con loro?

Che tipo di relazione vuole/ha bisogno ciascuno dei nostri clienti?

E quali instaureremo?

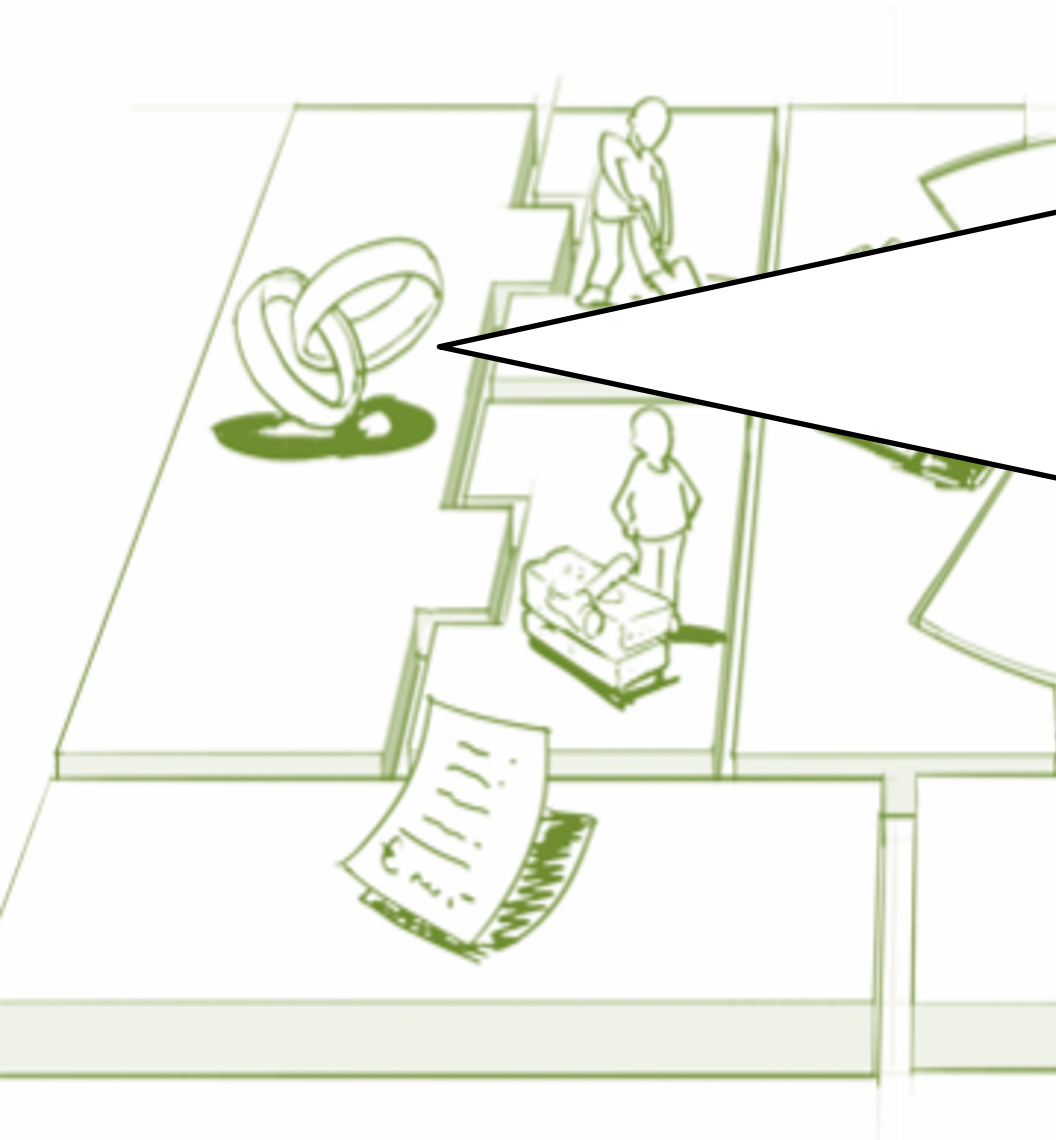


attività chiave

Quali attività chiave richiedono le nostre proposte di valore?
I nostri canali di distribuzione?
Le relazioni con i clienti?
I flussi di reddito?

risorse chiave

Quali sono le risorse chiave a supporto delle nostre attività?
Sono facili da copiare?



partnership chiave

Chi sono i nostri partner principali?

Chi sono i nostri fornitori chiave?

Quali risorse chiave stiamo acquisendo dai partner?

Quali sono le attività chiave che i partner svolgono meglio e a minor costo rispetto a voi?

Costi

Quali sono i costi più importanti del nostro modello di business?
Quali sono le risorse chiave più costose?
Quali sono le attività chiave più costose?

Ricavi

Per quale valore i nostri clienti sono realmente disposti a pagare?
Per cosa pagano attualmente?
Come pagano attualmente?
Come preferirebbero pagare?



Costi

Nella produzione, nella ricerca, nella vendita al dettaglio e nella contabilità, un costo è il valore del denaro che è stato utilizzato per produrre qualcosa e quindi non è più disponibile per l'uso.

Tipi diversi:

- Costi di produzione vs. Costi non di produzione
- Costi diretti vs. costi indiretti
- Costi variabili e costi fissi

Ricavi

I ricavi sono la somma di denaro che viene introdotta in un'azienda dalle sue attività commerciali.

La classificazione comune dei ricavi è la seguente:

Ricavi operativi vs. Ricavi non operativi

Le entrate operative sono tutte le entrate derivanti dall'attività principale dell'azienda, come la vendita o il servizio dei suoi prodotti.

Le entrate non operative sono quelle che non derivano dall'attività principale dell'azienda, ma da una fonte di reddito secondaria.

Quali sono i tuoi costi e ricavi...

Quali sono i tuoi costi?

Come li chiameresti?

Tipi?

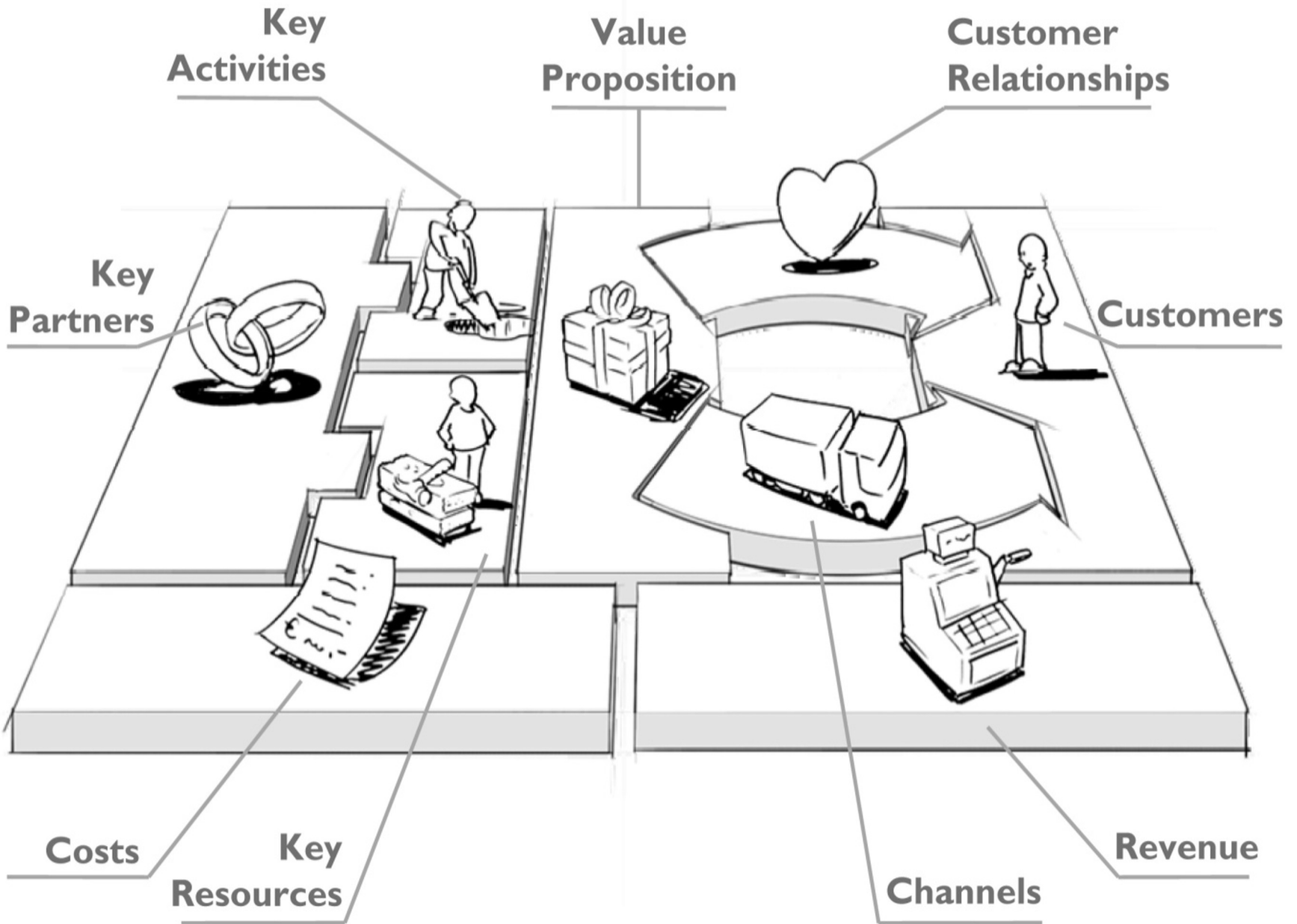
Quali sono i ricavi?

Tipi?

Cost structure

Revenue stream

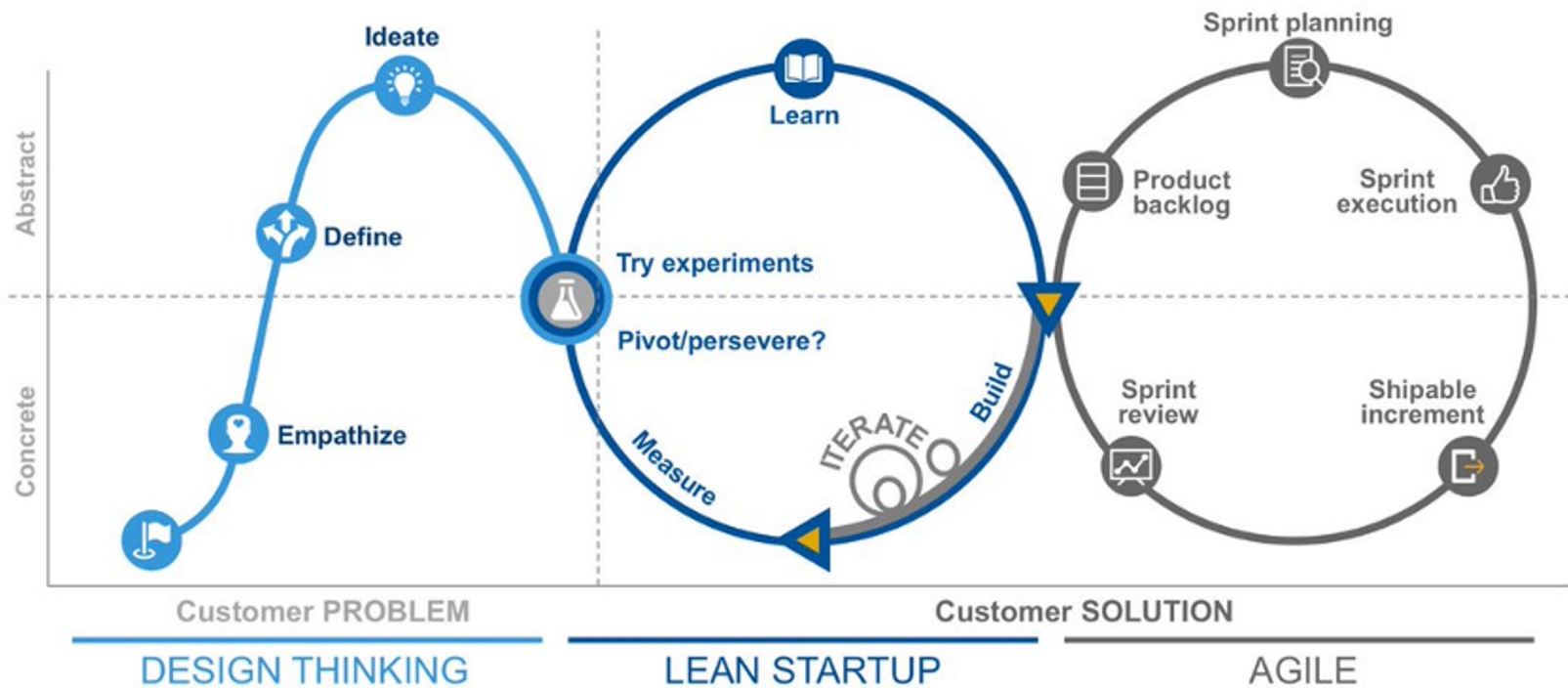
**Mostraci il tuo business model
finale.**



Adapted from TAM

Pratiche di insegnamento dell'imprenditorialità

Combine Design Thinking, Lean Startup and Agile

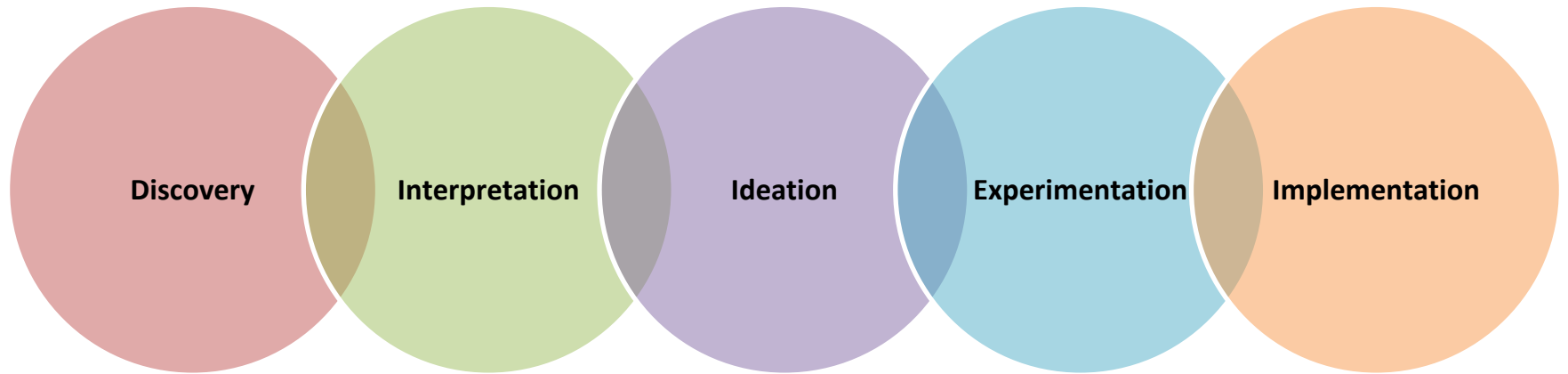


#GartnerSYM

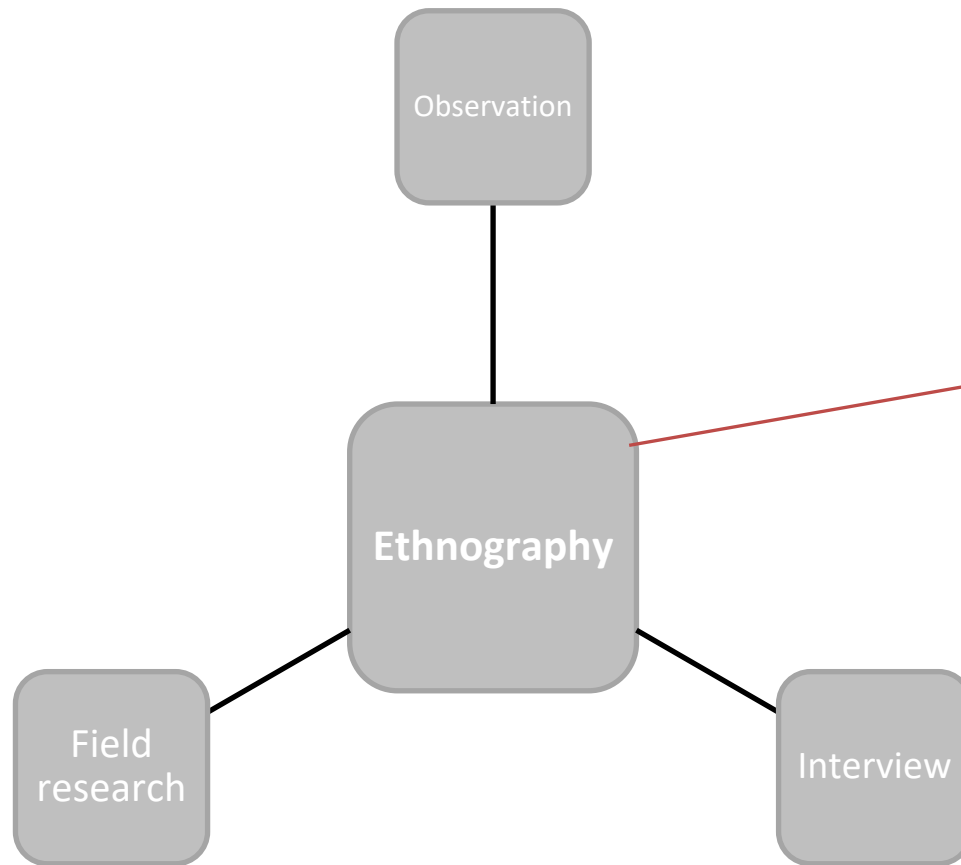
21 CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY | © 2016 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. Gartner and ITXpo are registered trademarks of Gartner, Inc. or its affiliates.

Gartner

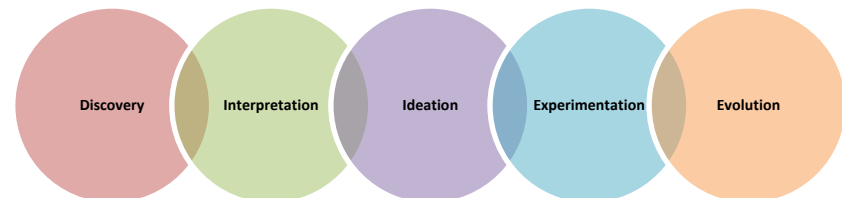
Design thinking process and user research



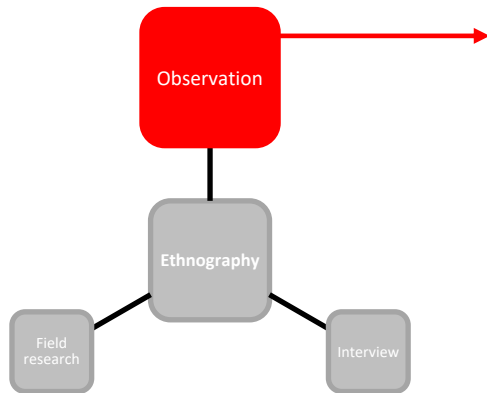
Metodologia qualitativa



perchè entografiay?
Le persone non fanno
sempre quello che
dicono.
Limiti del chiedere.



Metodologia qualitativa

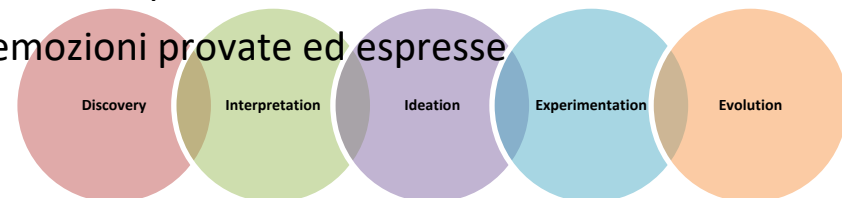


Cosa sappiamo già della nostra sfida all'innovazione?

Studio del comportamento in ambienti naturali.

Metodi di registrazione dei dati:

1. Fotografia, video
2. Note dal campo
 - Spazio: il luogo fisico
 - Attore: le persone coinvolte
 - Attività: un insieme di atti correlati che le persone compiono.
 - Oggetto: le cose fisiche presenti
 - Atto: singole azioni
 - Evento: un insieme di attività correlate che le persone compiono
 - Tempo: la sequenza che avviene nel tempo
 - Obiettivo: le cose che le persone cercano di realizzare.
 - Sentimento: le emozioni provate ed espresse

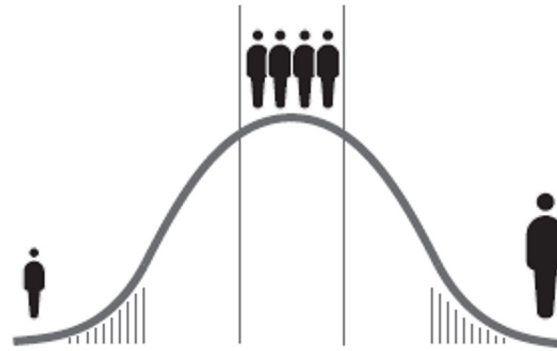
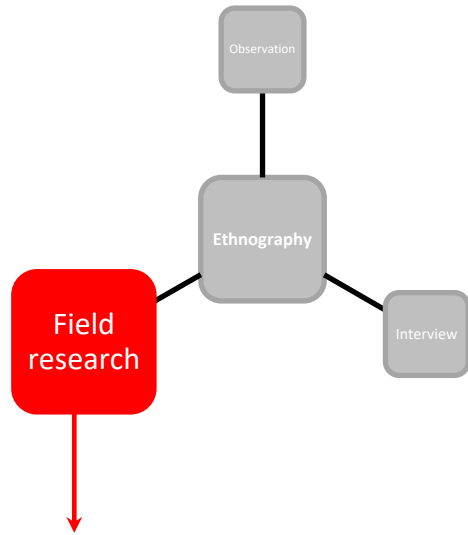


Osservazione vs. interpretazione

Activity
Lifecycle
mapping

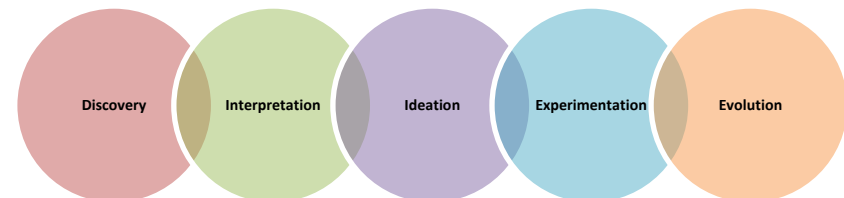


Metodologia qualitativa

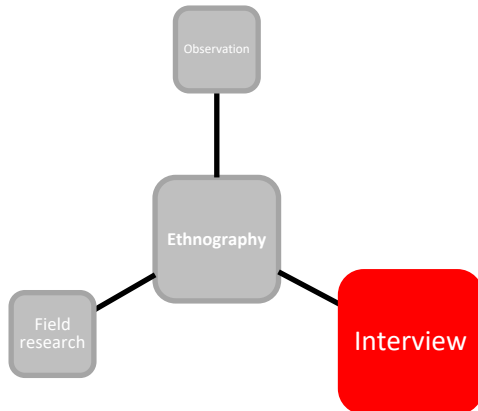


Osserva come partecipante:

- Unirsi ai partecipanti - shadowing
- Immersione nel contesto
- Provare la loro esperienza
- Cercare le anomalie
- Conversazioni casuali
- Inserire i risultati nel contesto
- Cercare l'ispirazione in posti nuovi



Metodologia qualitativa



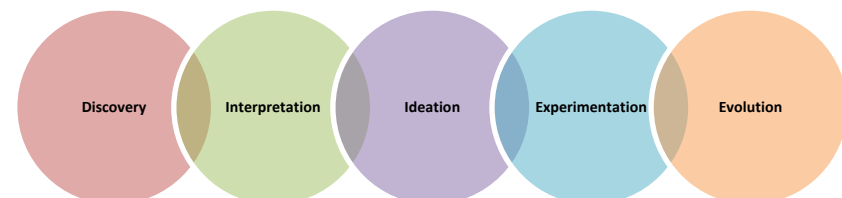
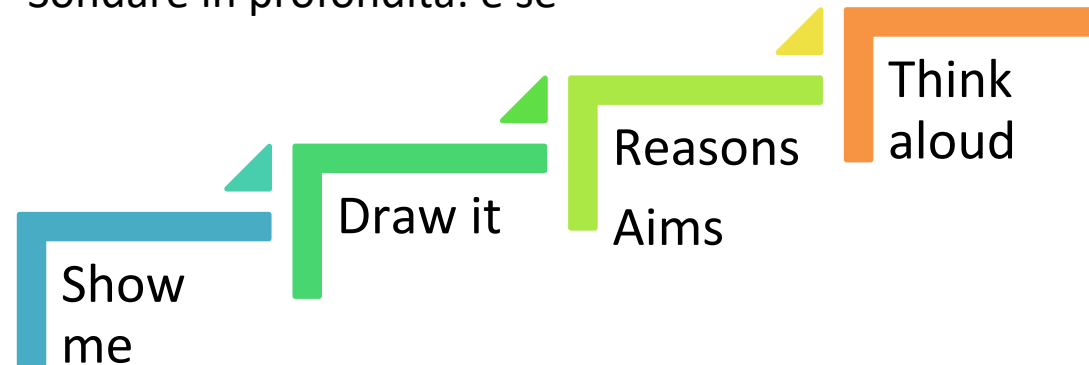
Interviste semi-strutturate

Interviste individuali o di gruppo

Interviste con esperti

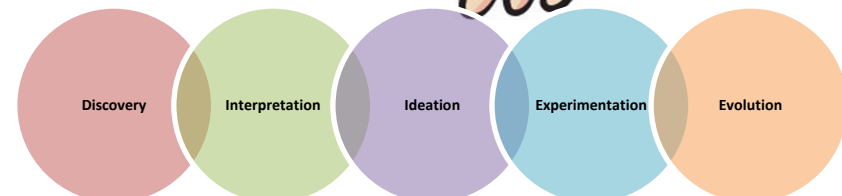
Le domande giuste:

- Domande aperte: cosa, dove, chi, come, perché
- Domande chiuse: sei, fai
- Sondare in profondità: e se

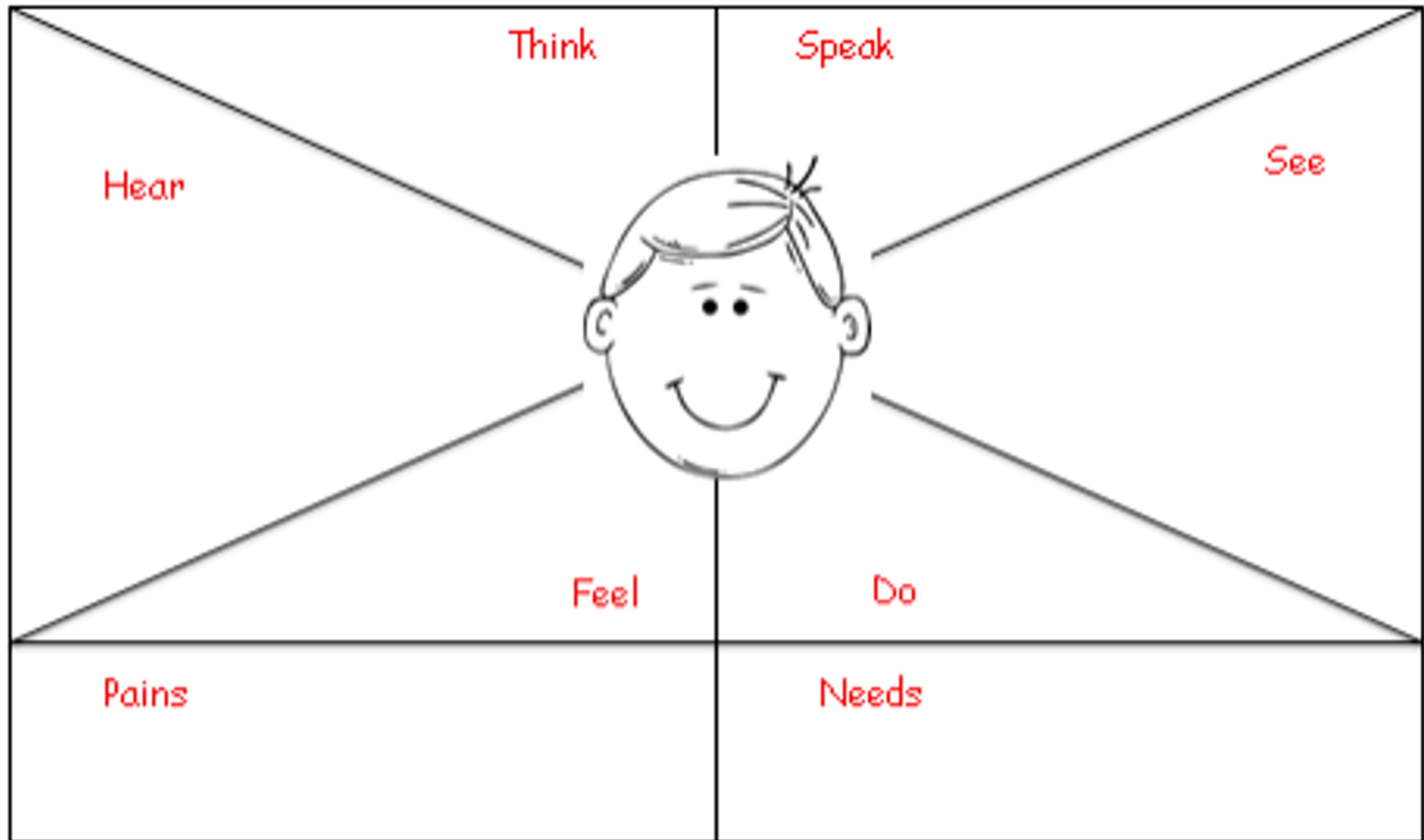


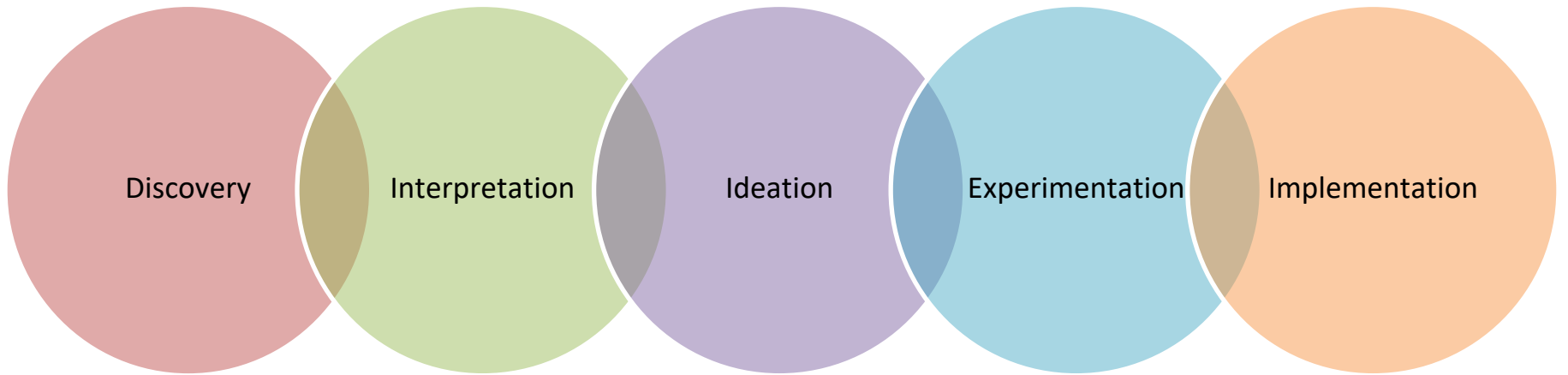
I comportamenti del ricercatore

- Empatia
- Curiosità e interesse genuini per i partecipanti
- Costruire relazioni e fiducia



Empathy Map





Discovery

Interpretation

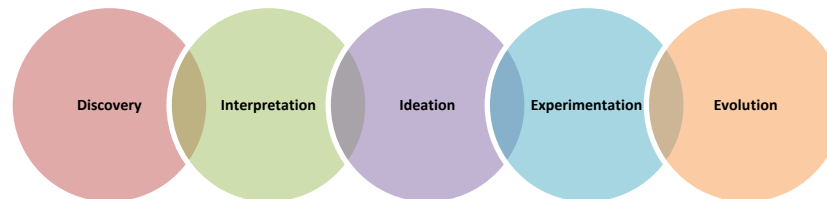
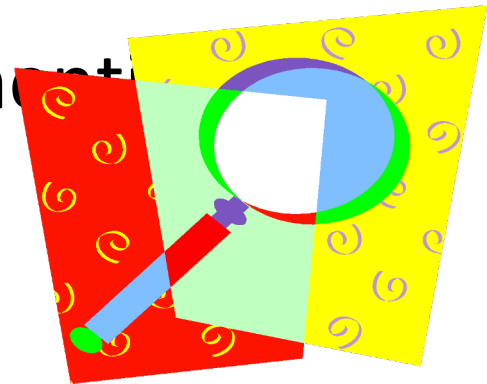
Ideation

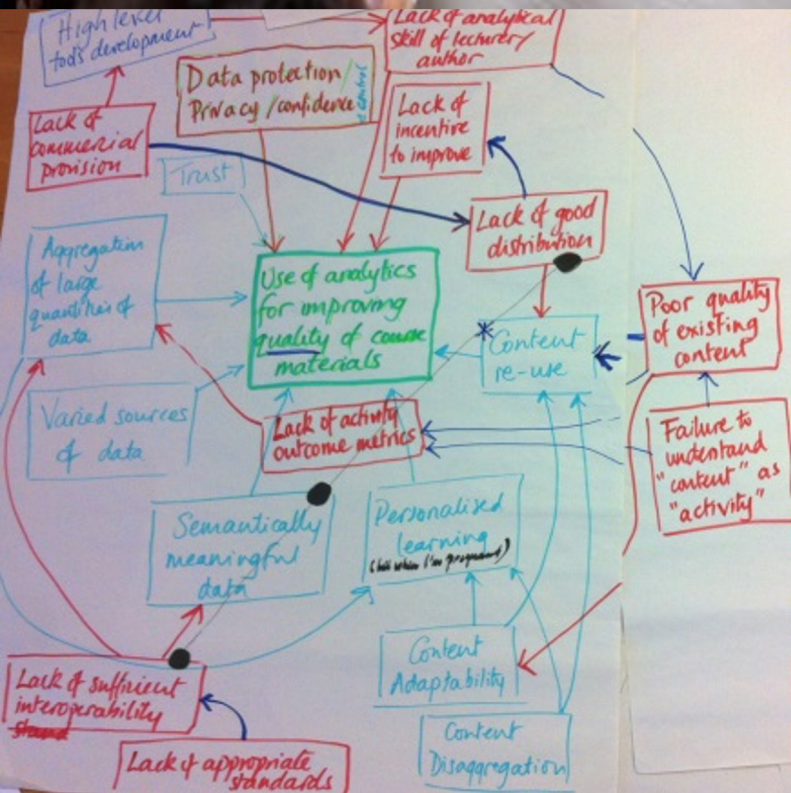
Experimentation

Implementation

Interpretazione

- Dare un senso ai dati = **sintesi**
- Identificare i modelli
- Definire le opportunità
- Trasferire le storie in approfondimenti significativi
- intuizioni significative





Interpretazione

Condividi storie



Gather your notes, photos, artifacts

Gather team together

Share stories

Be specific, descriptive

Who, what, when, where, why, how

Identifica i modelli



Extract key insights

Select key information

Aggregate big thoughts

Work at the same level

Trova i temi

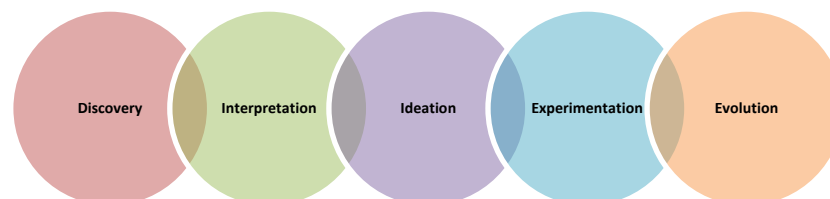


Exploring the communalities, differences and relationships

Look for categories

Consider the relationships

Group and re-group



Estrazione del concetto

Focus: come migliorare il morale dello staff

Ideas

Increase pay
overtime

reaching goals

Friday Happy Hour Fun

Monthly coupon for a free lunch in cafeteria

Fitness membership

4-day work week

day 12-hour shift

Concepts

Incentives

Life balance

Flexible schedules

Monthly coupon for a free massage

Every 4th Friday off

Kindergarten at work

Work from home

Alternative ideas

Time and a half for

Bonuses for

Company sports team



Come possiamo ...

- Come possiamo permettere alle casalinghe di trovare facilmente nuove idee per i pasti?
- Come creare un ambiente che incoraggi gli abitanti a coltivare ortaggi?
- Come possiamo aiutare i visitatori dei centri commerciali a prendersi cura dei propri figli?
- Come potremmo rendere più facili le lunghe ore di seduta in auto per i conducenti?

Activity in the
EMPOWER toolkit:
Worst possible
idea

Interpretazione

Creare strutture



A framework is a visual representation of a system

A good framework will help you see the issues and relationships in a clearer way

Aree delle opportunità

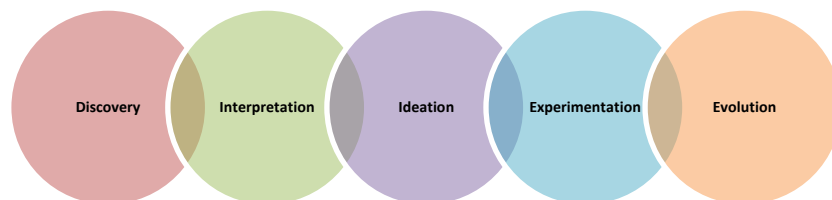
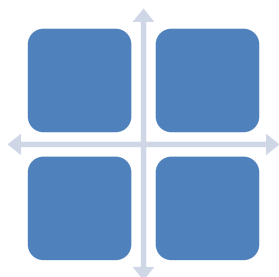
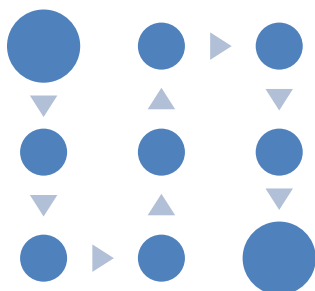
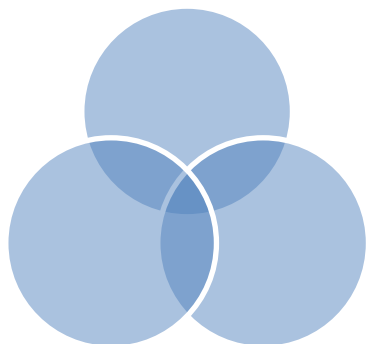


„How might we...“ statement

From current states to future possibilities

Rearticulation of problems or needs in a generative, future facing way

A stepping stone to idea generation



Un cambiamento importante nella gestione aziendale

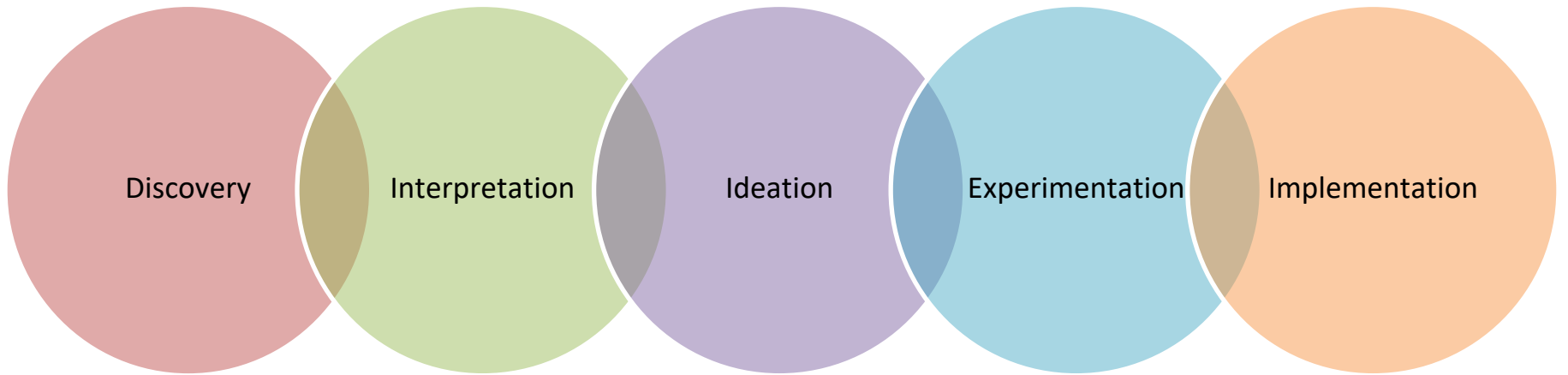
Modelli tradizionali incentrati sull'organizzazione

- Cosa possiamo vendere ai nostri clienti?
- Come possiamo indirizzare meglio i nostri clienti?
- Che rapporto dobbiamo avere con i nostri clienti?
- Come e dove possiamo guadagnare?
- Quale tecnologia vorremmo creare?



Modelli contemporanei incentrati sul cliente

- Quali sono le esigenze dei nostri clienti e come possiamo aiutarli?
- Come vogliono essere trattati i nostri clienti? Come la nostra azienda si adatta alla loro vita quotidiana?
- Che tipo di relazioni i clienti si aspettano da noi?
- Quale valore è disposto a pagare il nostro cliente?





Brainstorming



- Alex Faickney Osborn, 1953
- Come trovare una buona idea? ❓ Generando tante idee
- La quantità è importante (100, 200, 300 ...)

Starting point

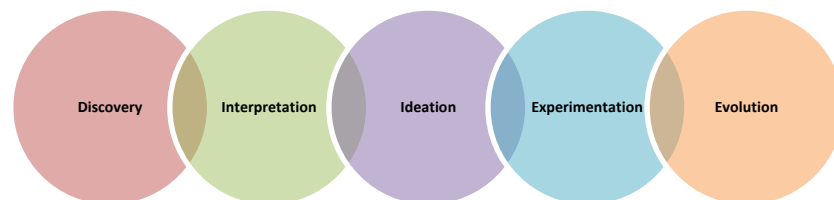
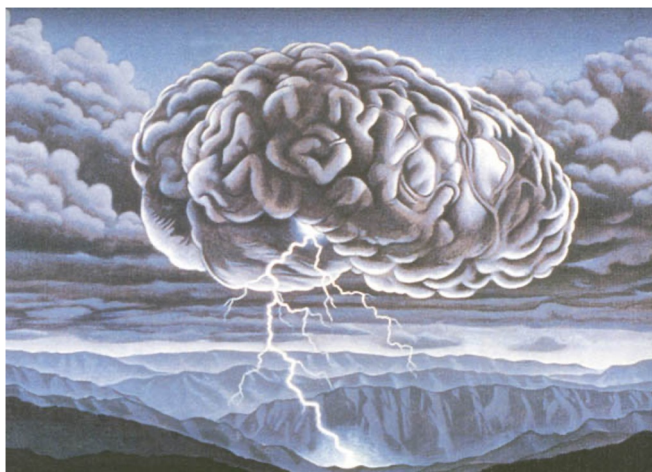
- How might we ... statement

Warming up

- Generate a list of barriers

Process

- Remind a team of the rules of brainstorming
- Generate as many ideas as possible



Linee guida del Brainstorming

7

Principles

Rinviare il **giudizio**

incoraggiare idee **pazze**

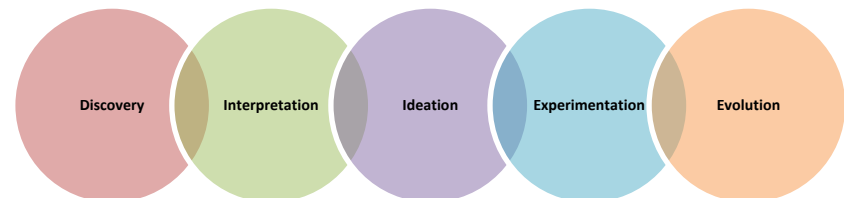
costruire sulle idee degli altri

rimanere focalizzato sull'argomento

essere **visuale**

una conversazione alla volta

puntare sulla **quantità**



SCAMPER

1. Isolate your challenge or subject you want to think about

2. Fare le domande SCAMPER:

- Quale procedura posso sostituire quella attuale?
- Come posso combinarle?
- Cosa posso adattare da qualcun altro?
- Come posso modificare o alterare il mio modo di fare?
- Cosa posso ingrandire o aggiungere al mio modo di fare?
- Come posso utilizzare la mia sfida per altri scopi?
- Cosa posso eliminare dal mio modo di fare?
- Qual è il contrario del mio metodo?
- Quale riorganizzazione potrebbe essere migliore?

Substitute
Combine
Adapt
Modify / **M**agnify
Put
Eliminate
Reverse / **R**earrange



Prototyping...



Rapid vs. High resolution?

Fallire velocemente e
frequentemente... e a basso costo...
quindi sperimentare, prototipare e
testare prima che diventi troppo
costoso.

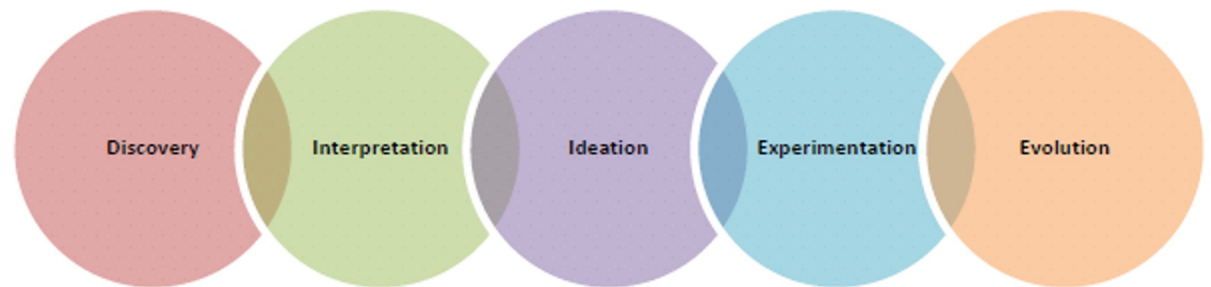


Tom Kelley, company IDEO's CEO,
2011

fase di sperimentazione:

Abbiamo capito il problema... e abbiamo delle idee... Come sperimentarle?

costruendo un
prototipo!



Un prototipo è un primo campione o modello costruito per testare un concetto o un processo o per fungere da elemento da replicare o da cui imparare.

In generale, i "prototipi" rientrano in cinque categorie fondamentali:

- Prototipo di prova del principio
- Prototipo di studio della forma
- Prototipo di esperienza utente
- Prototipo visivo
- Prototipo funzionale



Si tratta di creare prototipi rapidi (non dedicare tempo ai dettagli).

I prototipi creano conversazione (discussione con gli utenti).

I prototipi sono VIVI (possono essere migliorati).

Prima si mettono in pratica, prima si capisce che cosa deve essere il prodotto o il servizio.

dall'ideazione alla sperimentazione

I prototipi creano conversazione (imparare facendo)

Rendete reali le vostre idee e imparate dalle reazioni delle persone al vostro prototipo.

Le 2 cose più importanti:

Rapido

Focus

Quando gli utenti guardano prototipi a bassa risoluzione, vedono il potenziale... Quando gli utenti guardano prototipi altamente sofisticati, vedono i problemi.

Esempio...

Bassa risoluzione, prototipo
RAPIDO



Esempio...

Prototipo alta risoluzione



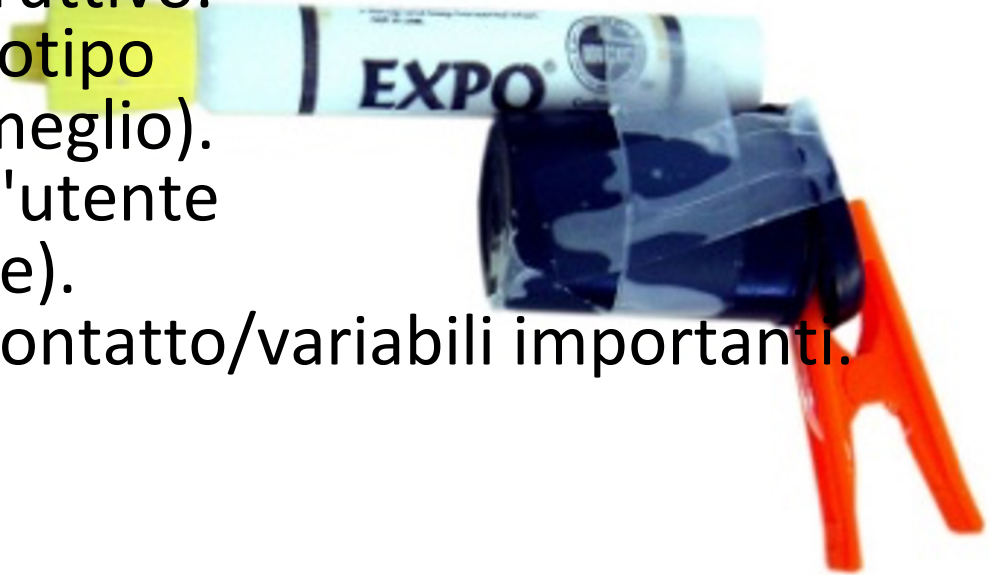
A man in a red long-sleeved shirt is standing in a makeshift stall, hanging various food items from a horizontal bar. The items include bags of snacks like Ramen and Doritos, and a large blue water bottle. The stall is constructed with a wooden table and a blue wall. The text overlay reads: "Si tratta di creare prototipi rapidi (non dedicare tempo ai dettagli). I prototipi creano conversazione (discussione con gli utenti)."

Si tratta di creare prototipi rapidi
(non dedicare tempo ai dettagli).
I prototipi creano conversazione (discussione con gli
utenti).

Affinate il vostro prototipo fino a farlo diventare come un trailer cinematografico del vostro prodotto o servizio. Vi ricorderà sempre la vostra storia. E non preoccupatevi che sia troppo funzionale o bello da vedere.

Prototipazione rapida - suggerimenti/raccomandazioni

- Non cercate di costruire un prototipo estetico (non spendete tempo).
- Non prendete la decisione finale prima che il prototipo sia finito.
- Evitare la connessione emotiva con l'idea.
- Evitare il pensiero distruttivo.
- Le dimensioni del prototipo
- (più grande non è meglio).
- Costruire pensando all'utente
- (centrato sull'utente).
- Identificare i punti di contatto/variabili importanti.



Prototipazione rapida
Idea per un'applicazione
per un'app per il museo

o

provare a immaginare il vostro luogo perfetto
luogo perfetto per una festa e
prototipo.

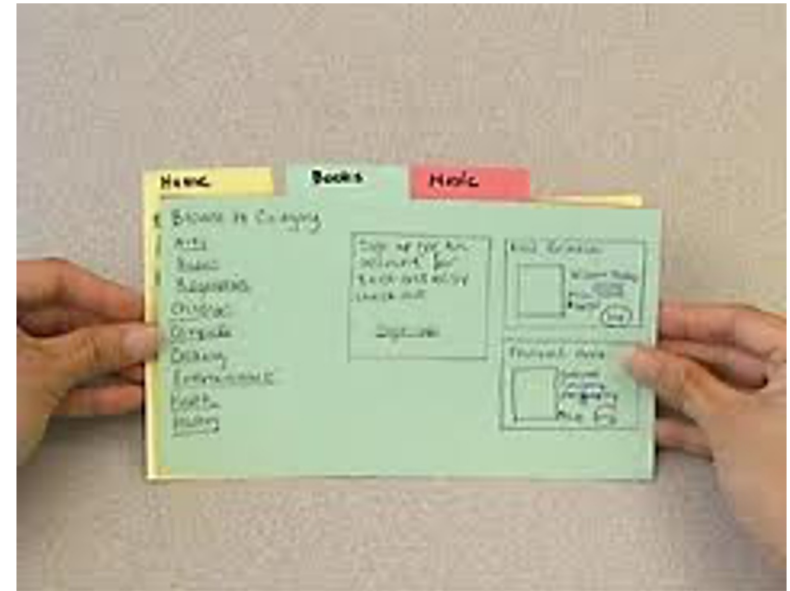
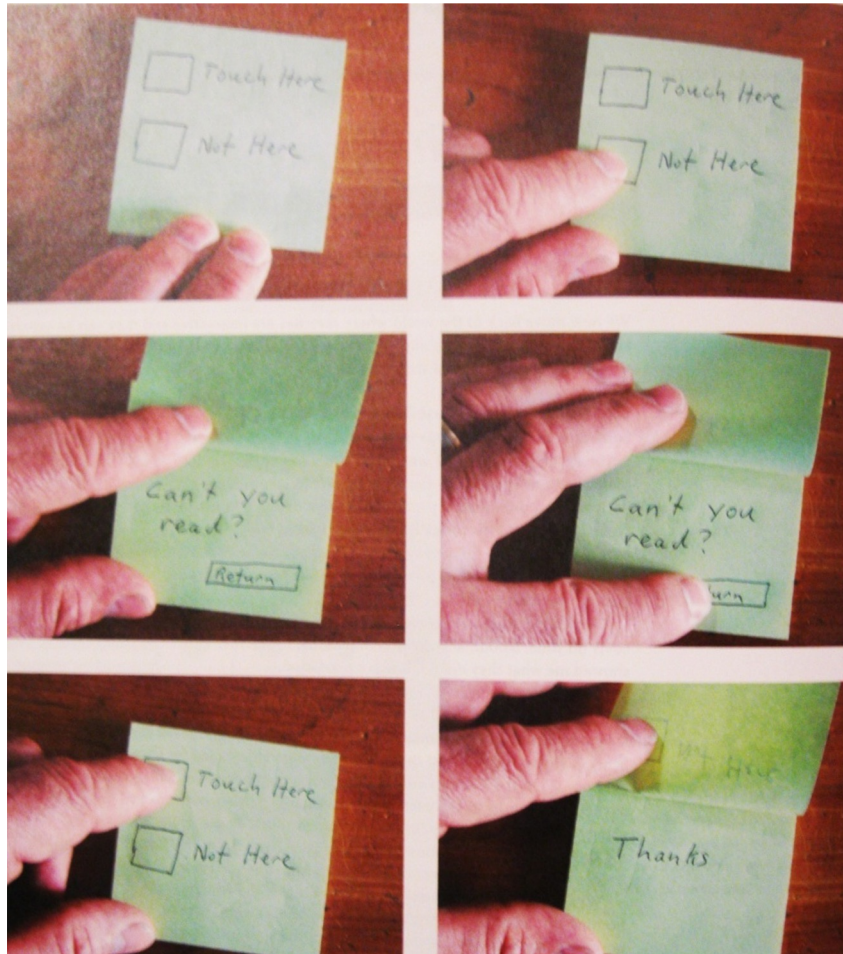


Un prototipo può essere:

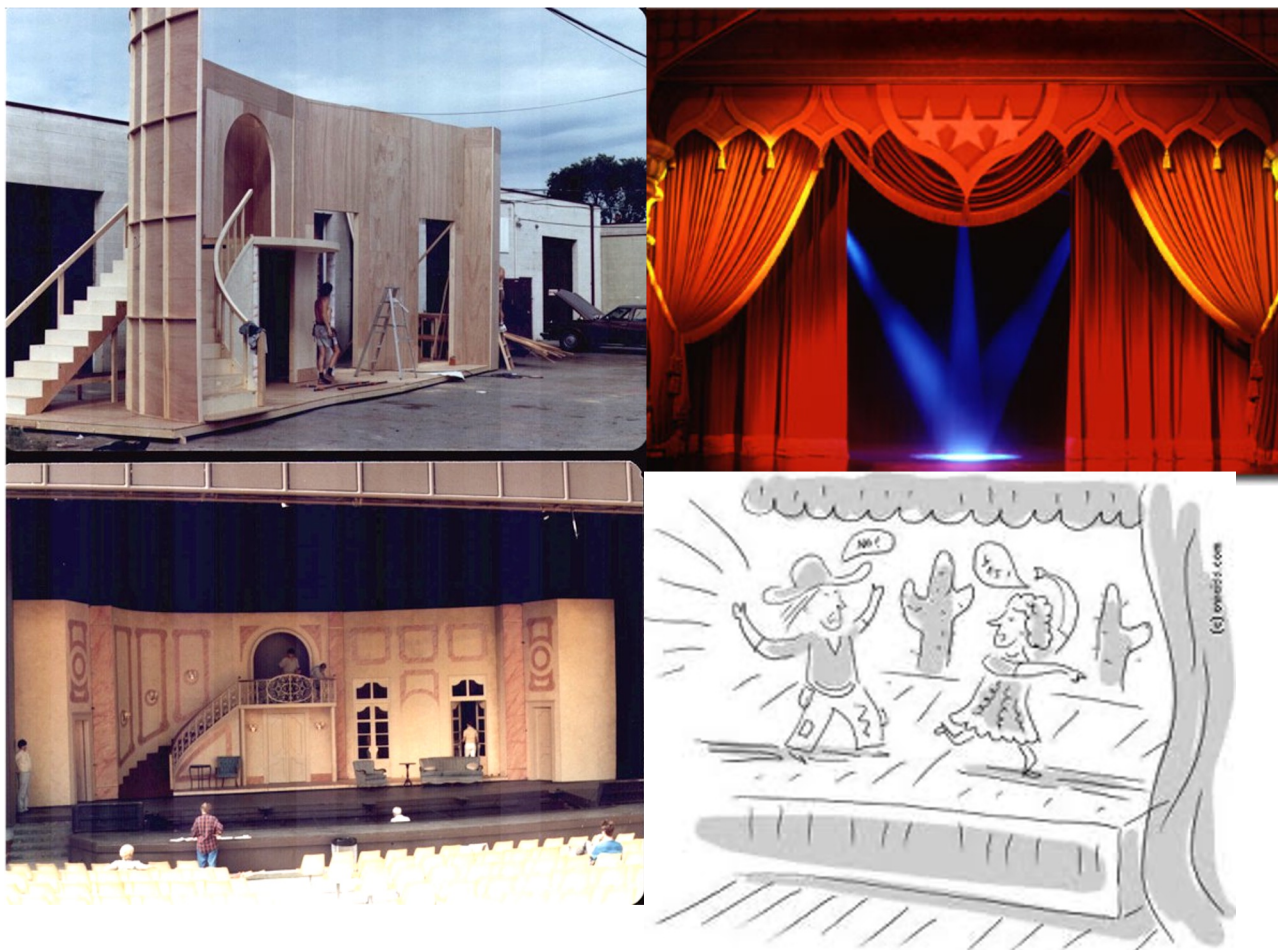
- Modello in carta
- Modello digitale 3D
- Simulazione
- Modello meccanico
- Animazione, FILM, trailer
- Mock-up diversi
- FlipBook
- Schema, tabelle, processo
- Programma per computer



Storytelling – prototipazione di servizi (lavagne a fogli mobili)



Simulazione - cambio di ruolo



Prototipare un processo di business?





Il prototipo ha un'agenda



Field Service Provider



Delivery



PM



Legal



Account Management



Sales



PSU



SDA



ECC, Tax, etc...



Procurement



GSMC Member



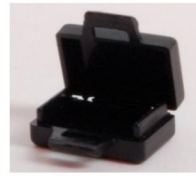
Customer



Technical Service
Description



Budget /
Invoicing



RFP/Contract with
Service Provider



RFP/Contract with
Customer



Service Level
Agreements



PC / Image



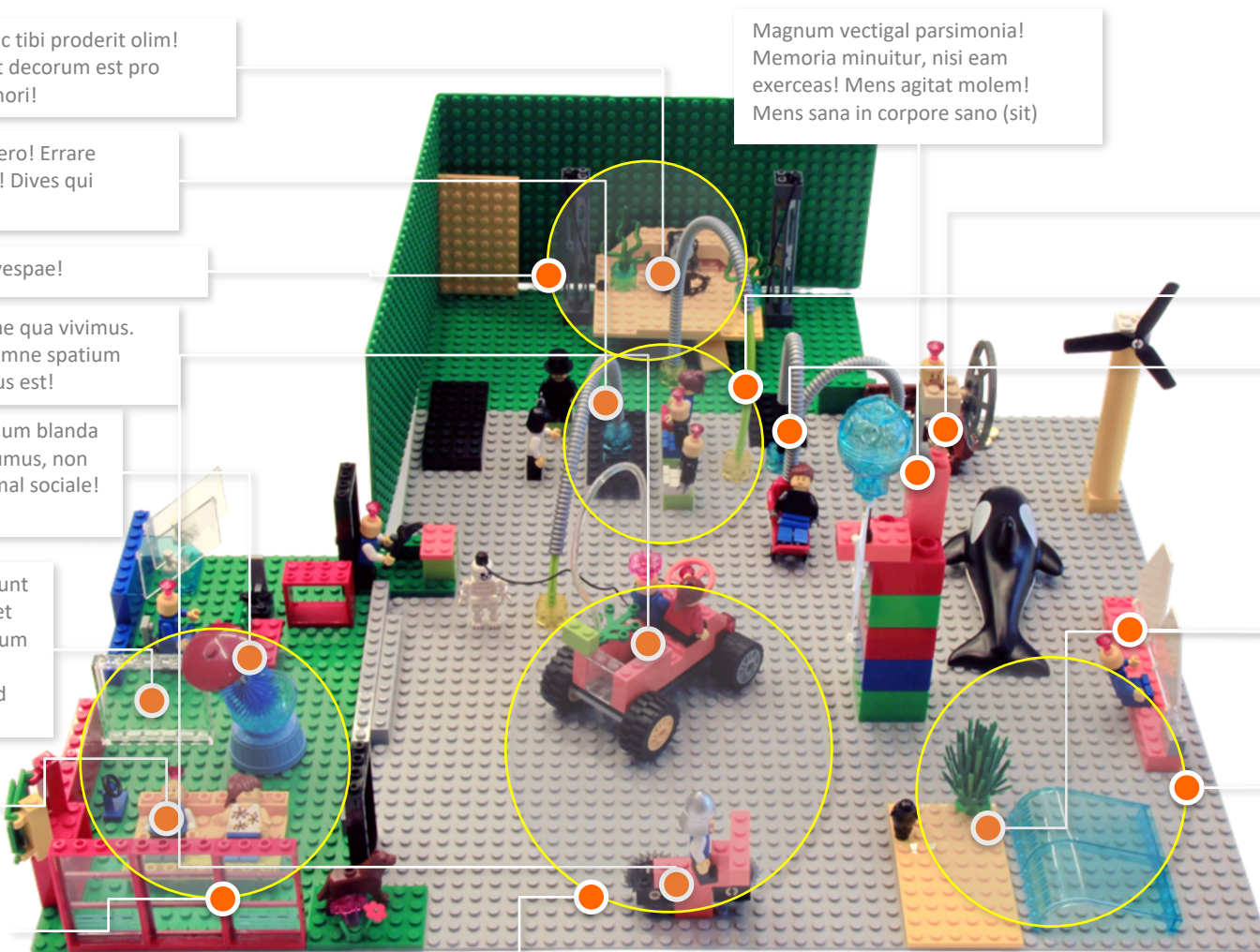
Web-based Ticket System



Service Standards for Clients, Network, Servers, Voice



Definire la tecnologia - Concetto di "punti di contatto"



Dolor hic tibi proderit olim!
Dulce et decorum est pro
patria mori!

Dum spiro, spero! Errare
humanum est! Dives qui
sapiens est!

Faciunt favos et vespaee!

Exigua pars est vitae qua vivimus.
Ceterum quidem omne spatium
non vita sed tempus est!

Habet suum venenum blanda
oratio! Homines sumus, non
dei! Homo est animal sociale!

Horae quidem cedunt
et dies et menses et
anni; nec praeteritum
tempus umquam
revertitur; nec quid
sequatur!

Homo ex
veste
aestimatur!

Magnum vectigal parsimonia!
Memoria minuitur, nisi eam
exerceas! Mens agitat molem!
Mens sana in corpore sano (sit)

Faciunt favos et vespaee!

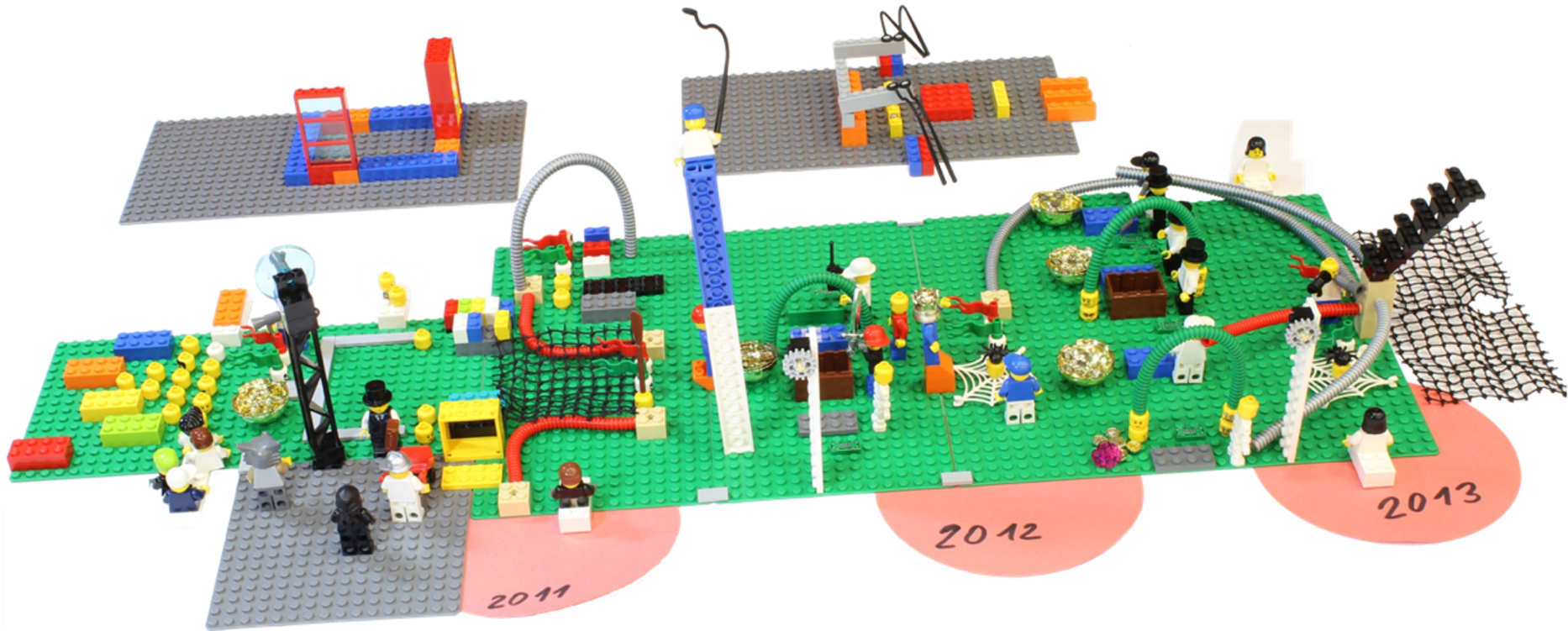
Mala sunt vicina bonis!

Longa mora est nobis omnia
quae gaudia differt!

Male parta male dilabuntur
Magna res est vocis et sile
temperamentum! Iustitia
prudentia multum poterit
iustitia nihil valebit pruden

Medio tutissimus ibis!

Prototipo: Esempi di modellazione aziendale - Piano di progetto



A black and white photograph featuring a baby in the foreground with a wide-eyed, open-mouthed expression of surprise or awe. The baby is wearing a dark jacket with light-colored ribbed cuffs. In the background, a woman is smiling warmly, her face partially visible and slightly out of focus. The overall mood is joyful and curious.

**Tell US the
STORY!**

Prototipare è pensare con le mani!



innys (> 55 years)
and sell
and sell
and sell



Mostraci il tuo prototipo!



AZIONE!



Fonti

- Nagy, T. and Tacer, B. (2018) Poučevanje podjetništva v šolah : izkustveni pristop. Ljubljana: STEP Institute;ISBN 978-961-94542-1-3.
- Lewrick M., Link P. , Leifer L. (2018). The design thinking playbook: Mindful digital transformation of teams, product, services, businesses and Ecosystems. Wiley.
- Boddy, C. R. (2011). Hanging around with people. Ethnography in marketing research and intelligence gathering. [Article]. Marketing Review, 11.(2), 151. - 163.
- Brown, T. (2019).Change by Design, Revised and Updated: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. Harper Business; Revised, Updated ed. edition March 5.
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2010). Business model generation. A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Steinhofel E., Kohl H. and Orth R. (2016). Business Model Innovation: A Comparative Analysis September.
- Bacigalupo M., Kampylis P., Punie Y. and Van Den Brande L.(2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. EUR 27939 EN. Luxembourg (Luxembourg): Publications Office of the European Union; JRC101581



Encouraging Migrant women to seize their Potential and Opportunities in the World of EntRepreneurship

Grazie!



**Co-funded by
the European Union**



Co-funded by
the European Union



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

