



T O O L K I T

**“Tutoraggio e supporto di anziani e adulti
con disabilità per l'avvio
dell'imprenditorialità sociale digitale”**

TITOLO:

Toolkit "Tutoraggio e supporto di anziani e adulti con disabilità per l'avvio dell'imprenditorialità sociale digitale"

PROGETTO:

"Imprenditorialità sociale digitale di anziani e adulti con disabilità", finanziato da Nationale Agentur Bildung für Europa beim Bundesinstitut für Berufsbildung, l'Agenzia Nazionale Tedesca per il Programma Erasmus+ (Educazione degli adulti).

Partners di Progetto:

- Outreach Hannover e.V., Germania
- LINK DMT SRL, Italy
- Learning Wizard d.o.o., Croazia
- Association for improvement of modern living skills "Realization", Croazia
- Company for professional rehabilitation and employment of persons with disabilities ITECCION, Serbia
- Centre for Non-formal education and Lifelong learning (CNELL), Serbia
- Fondazione Don Giovanni Zanandrea Onlus, Italia

CASA EDITRICE:

Outreach Hannover e.V., Germania

EDITORE:

Pavle Jevdic

AUTORI:

Pavle Jevdic
Berna Xhemajli
Danijela Matorcevic
Stanče Matovič
Jelena Ilić
Enrico Taddia
Čedo Velašević

TRADOTTO DALL'INGLESE:

Chiara Martini

DESIGN GRAFICO:

Nikola Radovanović

Hannover, Germania

2023



Sommario

Sommario	3
RIGUARDO AL PROGETTO	5
CONTESTO DEL TOOLKIT	7
PARTE 1: Concetti e Raccomandazioni	8
1. Le specificità dell'organizzazione di workshop locali con anziani e adulti con disabilità ..	8
1.1 Valutazione complessiva della comunità – segmentazione dei gruppi	8
1.2 Conoscenza dei tipi di disabilità	9
1.3 Valutazione delle esigenze e del livello di competenze	9
1.4 Includere la cooperazione intersettoriale	9
1.5 Specificità durante la realizzazione dei workshop	10
1.6 Sensibilizzazione sui rischi della digitalizzazione	10
2. Bisogni e livello di competenze degli anziani e degli adulti con disabilità per l'educazione all'imprenditorialità sociale digitale	11
2.1 Competenze necessarie agli anziani e agli adulti con disabilità per l'educazione all'imprenditorialità sociale digitale	11
3. Raccomandazioni per gli educatori di adulti che lavorano con anziani e adulti con disabilità sul tema dell'imprenditorialità sociale digitale	13
4. Tutoraggio dei beneficiari (anziani e adulti con disabilità) come follow-up dopo i workshop, nel processo di creazione delle loro Imprese Sociali Digitali.	15
4.1 Sette fasi cruciali in un programma di tutoraggio	16
PARTE 2: Strumenti da utilizzare nell'Educazione Non Formale (ENF) per l'educazione e il tutoraggio diretto di anziani e adulti con disabilità nell'ambito dell'imprenditoria sociale digitale (ISD).	18
5. Crowdfunding	18
5.1 Kickstarter	18
5.2 Indiegogo	18
5.3 GoFundMe	19
5.4 Fundly	19
5.5 JustGiving	19
5.6 Facebook	20
6. Sponsorizzazione di post, rubriche o video sui canali YouTube	21
7. Consapevolezza del marchio	23
8. Storyboard	25
9. Video pitch	27
10. Blogging	28

11.	Creazione di contenuti di Rich Media (e-book, fogli di calcolo, infografiche, test, tutorial, confronti, ecc.) nell'ISD	30
12.	Product Hunt	32
13.	Quora	33
14.	BetaList	34
15.	Commercio elettronico/ online per l'ISD	35
15.1	Le 6 migliori piattaforme di commercio elettronico	35
16.	Utilizzo dei siti di social network (Facebook, Twitter, LinkedIn, TikTok) per i benefici sul capitale sociale dell'ISD di anziani e adulti con disabilità	37
16.1	Come si possono utilizzare i siti di social network per ottenere benefici sul capitale sociale?	37
16.2	Utilizzo di Facebook, Twitter, LinkedIn e TikTok per i benefici sul capitale sociale dell'ISD di anziani e adulti con disabilità	38
	Bibliografia	39



RIGUARDO AL PROGETTO

Titolo del progetto: "Imprenditorialità sociale digitale di anziani e adulti con disabilità"

Numerosi sono gli anziani e adulti con disabilità che non hanno un lavoro e un salario/reddito regolare. Con l'attuale situazione della pandemia di Covid-19 e il fatto che, a causa delle misure di isolamento e di chiusura seguite dai cittadini, molti datori di lavoro hanno licenziato i loro dipendenti all'inizio delle misure pandemiche o non hanno entrate sufficienti per pagare adeguatamente i dipendenti. Quindi, nonostante l'aiuto economico dei governi, ci troviamo ancora con tassi di disoccupazione più alti e con livelli economici più bassi (soprattutto per i nostri gruppi target) rispetto a prima dell'inizio delle misure pandemiche.

Molto spesso, sia gli stipendi dei cittadini occupati, sia le pensioni degli anziani non sono del tutto sufficienti per far fronte agli alti costi della vita in quelle fasce d'età "avanzate" in cui i giovani hanno già lasciato le famiglie per intraprendere la propria carriera e la propria vita in nuclei familiari separati. Un numero sempre maggiore di anziani e di adulti (con disabilità), quindi, cerca un altro modo per garantire un'entrata economica regolare alle proprie famiglie. Inoltre, le persone con disabilità spesso affrontano barriere sociali e la disabilità evoca percezioni negative e discriminazioni in molte società.

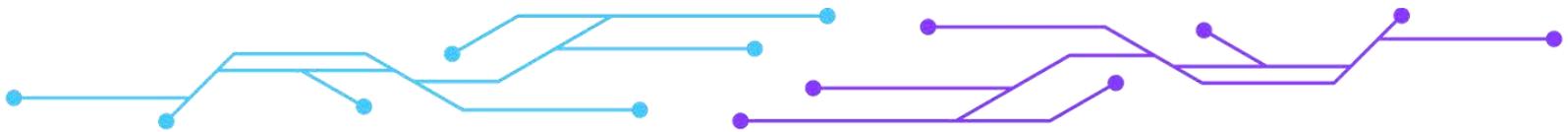
Per questo gruppo target, l'istruzione formale richiede troppo tempo e non è un'opzione ideale da perseguire, né è fattibile per loro per diversi motivi. L'educazione degli adulti è un'opzione molto apprezzata sia dagli anziani che dagli adulti con disabilità ed è percepita come un'opzione migliore, in quanto è più facile iscriversi a un programma di educazione per adulti, i corsi durano meno e seguono le ultime tendenze e necessità della società e le opportunità esistenti.

Il progetto soddisfa le esigenze dei nostri beneficiari e delle nostre organizzazioni, in quanto risponde ai risultati di un'indagine condotta e di un lavoro regolare con i nostri beneficiari e con gli educatori/membri/staff delle nostre organizzazioni, dando loro la possibilità di promuovere l'imprenditorialità sociale digitale.

La motivazione dei partner di questo progetto è quella di "dotare" gli anziani e gli adulti con disabilità di una serie di competenze necessarie per lavorare allo sviluppo personale nei campi dell'intelligenza digitale-sociale-imprenditoriale e per creare opportunità di (auto)occupazione in modo proattivo nella realtà odierna di incertezza occupazionale e nel mondo della progressiva estinzione di molti lavori e occupazioni conosciute oggi. Con questo progetto, vogliamo che i nostri beneficiari, anziani e adulti con disabilità, migliorino le loro capacità imprenditoriali sociali digitali, e puntiamo anche a potenziare gli educatori di adulti nell'organizzare attività di apprendimento imprenditoriale sociale digitale, in linea con i più recenti aggiornamenti.

Pertanto, gli obiettivi del progetto sono:

- Responsabilizzare gli anziani e gli adulti disoccupati con disabilità per l'avvio dell'imprenditoria sociale digitale attraverso lo sviluppo di un manuale innovativo e aggiornato e di un corso online.
- Potenziare i nostri educatori adulti e migliorare la gestione delle conoscenze delle nostre organizzazioni nella teoria e nella pratica per costruire le competenze degli educatori nell'imprenditoria sociale digitale per anziani e adulti con disabilità, attraverso LTTA, un curriculum innovativo per la formazione degli educatori e un utile toolkit con workshop per i beneficiari.
- Scambio di buone pratiche e ulteriore sviluppo di partenariati strategici di qualità tra partner di 4 Paesi europei con realtà diverse in materia di occupazione e imprenditorialità digitale/sociale.



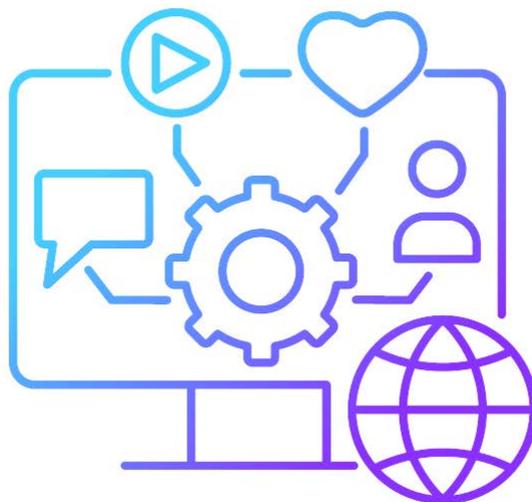
Le attività del progetto sono:

- A1 – Gestione del progetto
- M1 – Incontro di avvio
- O1 – Manuale “Esplorare l'imprenditorialità sociale digitale per anziani e adulti con disabilità”
- M2 – Secondo incontro
- O2 – Curriculum “Potenziare gli educatori di adulti nel promuovere l'avvio dell'imprenditorialità sociale digitale tra anziani e adulti con disabilità”
- O3 – Toolkit “Tutoraggio e supporto di anziani e adulti con disabilità per l'avvio dell'imprenditorialità sociale digitale”
- M3 – Terzo incontro
- O4 – Corso di e-learning “Corso di avviamento all'imprenditorialità sociale digitale per anziani e adulti con disabilità”
- C1 – Formazione dei formatori LTTA
- E1, E2, E3, E4 – Conferenze aperte in HR, RS, IT, DE
- M4 – Incontro di valutazione

Alla fine di questo progetto, i partner del progetto, così come altre organizzazioni e stakeholder, avranno a disposizione strumenti più efficaci e personale più competente per impegnarsi nell'educazione all'imprenditorialità sociale digitale di adulti con disabilità.

I partner del progetto sono:

- Outreach Hannover e.V., Germania
- LINK DMT SRL, Italia
- Learning Wizard d.o.o., Croazia
- Association for improvement of modern living skills "Realization", Croazia
- Company for professional rehabilitation and employment of persons with disabilities ITECCION, Serbia
- Centre for Non-formal education and Lifelong learning (CNELL), Serbia
- Fondazione Don Giovanni Zanandrea Onlus, Italia





CONTESTO DEL TOOLKIT

Il toolkit “Tutoraggio e supporto di anziani e adulti con disabilità per l'avvio dell'imprenditorialità sociale digitale” è concepito come una risorsa teorica e concettuale per gli operatori andragogici delle istituzioni di educazione degli adulti, gli educatori e i professori che lavorano a stretto contatto con anziani e adulti in organizzazioni, scuole e istituzioni.

I metodi di educazione e insegnamento per gli studenti adulti sono piuttosto controversi, poiché i metodi classici utilizzati non offrono approcci pratici al loro apprendimento e alle loro esigenze. Non li coinvolgono a sufficienza e sono considerati piuttosto inefficaci. A tal fine, gli educatori per adulti devono dotarsi di competenze, conoscenze e atteggiamenti innovativi per trasformare il loro metodo di “insegnamento” in un metodo di “facilitazione”, al fine di sfruttare le caratteristiche degli studenti adulti. Gli educatori di adulti devono impegnarsi a favore del cambiamento, evitando il dogmatismo e promuovendo il dialogo e la partecipazione degli studenti, non solo per riconoscere le differenze tra i propri obiettivi e le proprie aspettative e quelle degli studenti, ma anche per fornire una riflessione critica sui propri presupposti e su quelli degli studenti, al fine di realizzare il processo di apprendimento e indurre un cambiamento positivo. Pertanto, l'educatore per adulti, oltre a possedere una conoscenza sufficiente della propria materia, deve anche possedere una serie di conoscenze, competenze e abilità relative all'educazione degli adulti.

Questo toolkit fornirà strumenti e metodi che gli educatori possono utilizzare per individuare e utilizzare i bisogni e le aspettative degli studenti, regolare il processo educativo in base alle esigenze di apprendimento, comunicare in modo efficiente utilizzando gli strumenti digitali e incoraggiare la partecipazione attiva. Il toolkit si compone di due parti. La prima parte comprende i concetti teorici e le raccomandazioni per gli educatori e i formatori di adulti che lavorano con anziani e adulti con disabilità sul tema dell'imprenditorialità sociale digitale e che li supportano/accompagnano nella creazione delle loro imprese sociali digitali. In particolare, la prima parte del toolkit è composta dai seguenti capitoli:

- Le specificità dell'organizzazione di workshop locali con anziani e adulti con disabilità;
- Bisogni e livello di competenze degli anziani e degli adulti con disabilità per l'educazione all'imprenditorialità sociale digitale;
- Raccomandazioni per gli educatori di adulti che lavorano con anziani e adulti con disabilità sul tema dell'imprenditorialità sociale digitale;
- Tutoraggio dei beneficiari (anziani e adulti con disabilità) come follow-up dopo i workshop, nel processo di creazione delle loro imprese sociali digitali.

La seconda parte è costituita da 12 diversi strumenti esplorati e adattati per essere utilizzati nell'Educazione Non Formale (ENF) nel processo di apprendimento e tutoraggio diretto di anziani e adulti con disabilità per l'avvio dell'imprenditoria sociale digitale (ISD). Gli strumenti che verranno presentati in questo toolkit sono:

- Crowdfunding
- Sponsorizzazione di post, rubriche o video sui canali YouTube
- Consapevolezza del marchio
- Storyboard
- Video pitch
- Blogging
- Creazione di contenuti di Rich Media (e-book, fogli di calcolo, infografiche, test, tutorial, confronti, ecc.) nell'ISD
- Product Hunt
- Quora
- BetaList

- Commercio elettronico/ online nell'ISD
- Utilizzo di siti di social network (Facebook, Twitter, LinkedIn, TikTok) per i benefici sul capitale sociale nell'ISD di anziani e adulti con disabilità.

PARTE 1: Concetti e Raccomandazioni

1. Le specificità dell'organizzazione di workshop locali con anziani e adulti con disabilità

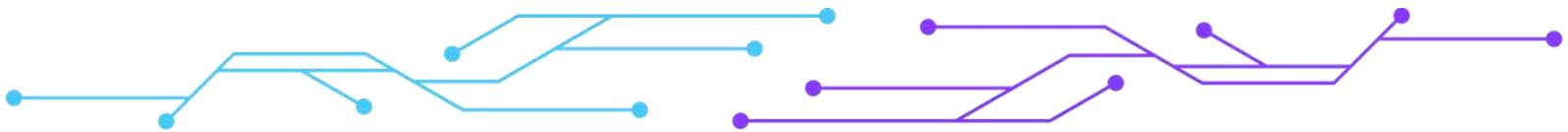
La disabilità tra gli anziani e gli adulti è più diffusa rispetto ai giovani. Pertanto, gli approcci e le specificità del lavoro con questo gruppo target dovrebbero essere diversi da quelli pensati per i giovani o i bambini con disabilità. Quando si organizzano workshop locali con anziani e adulti con disabilità, ci sono alcune specificità che devono essere prese in considerazione e adattate, compresi i fattori esterni/ambientali. Le specificità più comuni riguardano la valutazione della comunità e la segmentazione di gruppi specifici e delle loro disabilità per rispondere meglio ai loro bisogni attraverso i workshop, la conoscenza dei tipi di disabilità, la valutazione dei bisogni e del livello di competenze degli anziani e degli adulti con disabilità, la consapevolezza dei rischi della digitalizzazione e così via. Tutte le specificità menzionate, compresi i modelli e le teorie esistenti per illustrare meglio l'organizzazione di workshop locali con anziani e adulti con disabilità, sono presentate in questa sezione.



Immagine: Andare avanti per sostenere la vita in comunità, Fonte: CHCR (2022, 19 maggio). Recuperato nel 2022, da <https://www.chcf.org/resource/focus-on-calaim/seniors-people-with-disabilities/>

1.1 Valutazione complessiva della comunità – segmentazione dei gruppi

Gli educatori e i formatori che lavorano con anziani e adulti con disabilità sono quotidianamente informati di alcuni casi di emarginazione e di diverse forme di discriminazione che questi gruppi devono affrontare. Pertanto, quando si organizzano workshop locali con anziani e adulti con disabilità, è essenziale condurre una valutazione nella comunità e raccogliere informazioni rilevanti sulla realtà di questi gruppi emarginati. Questa valutazione dovrebbe essere organizzata in piccoli quartieri o luoghi/comuni per ottenere informazioni più dettagliate e una migliore segmentazione di ciascun gruppo. La valutazione della comunità dovrebbe prevedere la raccolta di dati sui gruppi emarginati di adulti con disabilità esistenti, sul loro coinvolgimento nelle attività educative (in



particolare nell'educazione non formale), sulle loro sfide, sulle motivazioni e sulle cause della loro emarginazione. Ottenere queste informazioni è fondamentale e serve come buona base per tutti gli altri aspetti del processo di organizzazione dei workshop, nonché per lavorare con gli adulti con disabilità e i loro assistenti. La comunicazione diretta con gli individui o i gruppi emarginati fornisce informazioni aggiornate e crea uno spazio per stabilire il primo contatto con questi gruppi.

1.2 Conoscenza dei tipi di disabilità

Quando si organizzano workshop per adulti con disabilità, è essenziale avere una buona conoscenza dei diversi tipi o categorie di disabilità esistenti. Questo aiuta a creare workshop accessibili ed efficaci per tutti i partecipanti. Alcune delle categorie e dei tipi di disabilità più comuni che gli educatori dovrebbero conoscere sono:

- **Disabilità intellettive:** Sono caratterizzate da limitazioni nel funzionamento intellettuale e nel comportamento adattivo. Gli anziani e gli adulti con disabilità intellettiva possono avere difficoltà nell'apprendimento e nell'elaborazione delle informazioni e possono avere difficoltà nelle attività della vita quotidiana.
- **Disabilità dello sviluppo:** Sono disabilità che riguardano lo sviluppo fisico o mentale di una persona. Ne sono un esempio l'autismo, la paralisi cerebrale e la sindrome di Down.
- **Disabilità sensoriali:** Comprendono disturbi dell'udito e della vista. Gli anziani e gli adulti con disabilità sensoriali possono aver bisogno di supporti specifici come interpreti del linguaggio dei segni o tecnologie assistive per partecipare pienamente ai workshop.
- **Disabilità motorie:** Comprendono le menomazioni fisiche che influiscono sulla capacità di muoversi o di usare gli arti. Gli anziani e gli adulti con disabilità motorie possono richiedere strutture e sistemazioni accessibili, come rampe, porte allargate e posti a sedere accessibili.
- **Disabilità legate alla salute mentale:** Queste includono una serie di condizioni come la depressione, l'ansia e il disturbo bipolare. È importante creare un ambiente di supporto e non giudicante per i partecipanti con disabilità mentali.

Quando si organizzano workshop per anziani e adulti con disabilità, è importante tenere conto di questi diversi tipi di disabilità e adottare le misure necessarie per garantire la piena partecipazione di tutti. Ciò può comportare la fornitura di strutture, materiali e tecnologie accessibili, nonché la creazione di un ambiente accogliente e inclusivo che tenga conto delle esigenze specifiche di ciascun partecipante.

1.3 Valutazione delle esigenze e del livello di competenze

Come già menzionato, diversi gruppi emarginati di anziani e adulti con disabilità subiscono varie forme di discriminazione o esclusione. Ciò implica che hanno circostanze, livelli di istruzione, competenze e abilità uniche. Per questo motivo, quando si organizzano workshop o eventi locali per loro, è fondamentale che gli educatori e i formatori conducano valutazioni individuali o di piccolo gruppo per misurare accuratamente le loro capacità. Questo garantirà la loro effettiva partecipazione o il loro supporto nell'organizzazione dei workshop, nel caso in cui siano coinvolti nel processo di organizzazione.

1.4 Includere la cooperazione intersettoriale

La questione dell'inclusione dei gruppi emarginati è una preoccupazione mondiale che riguarda diversi settori. L'istruzione, in particolare, svolge un ruolo cruciale nell'emancipazione e nell'integrazione di questi gruppi. Le organizzazioni, i formatori e gli educatori che lavorano con questi gruppi target devono conoscere i programmi esistenti, il sostegno governativo e i servizi pubblici a loro disposizione. Un'efficace collaborazione intersettoriale è essenziale per sostenere i gruppi emarginati nei contesti educativi formali e non formali e nelle altre attività organizzate. A seconda delle circostanze specifiche, è necessario coinvolgere diversi attori e settori. Tra i possibili



stakeholder e settori coinvolti possono esserci funzionari eletti/leader della comunità, professionisti della salute e della sicurezza, funzionari delle forze dell'ordine, leader religiosi, professionisti del settore aziendale e commerciale, professionisti della salute mentale e dei servizi sociali, educatori (compresi i professionisti dell'educazione speciale), genitori e tutori, attivisti e organizzazioni sociali e professionisti del settore ricreativo della città/del comune di riferimento.

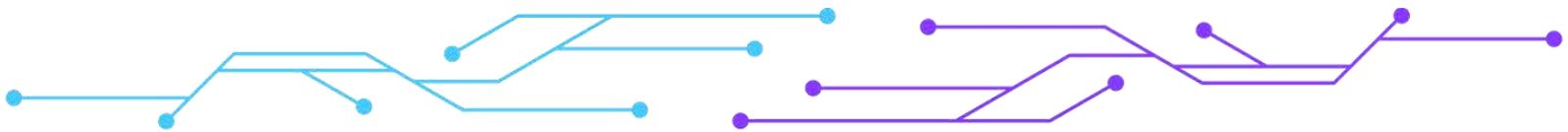
1.5 Specificità durante la realizzazione dei workshop

Oltre agli elementi e alle considerazioni cruciali da tenere a mente quando si organizzano workshop locali con e per anziani e adulti con disabilità, ci sono fattori specifici da considerare durante l'attuazione dei workshop di educazione non formale. Questi fattori sono importanti per promuovere una migliore inclusione e partecipazione di questi gruppi e includono i seguenti elementi:

- **Flessibilità temporale:** Non dovrebbe essere previsto un orario rigido per ogni attività ma dovrebbe esserci spazio per la flessibilità tra un esercizio e l'altro, per consentire al gruppo di trarre beneficio dall'energia e dall'attività e per aumentare il suo coinvolgimento.
- **Approccio inclusivo:** Gli anziani e gli adulti con disabilità si trovano a volte ad affrontare l'esclusione e l'emarginazione, e un approccio inclusivo è necessario per farli sentire a proprio agio nel workshop.
- **Metodi interattivi e divertenti:** Gli anziani e gli adulti con disabilità sono spesso meno coinvolti nella socializzazione e possono essere asociali, quindi la scelta di metodi interattivi e coinvolgenti è necessaria per la loro partecipazione.
- **Agilità durante l'implementazione:** Il formatore deve rimanere concentrato e attento durante le attività per identificare se un particolare argomento o metodo è delicato per alcuni dei partecipanti.
- **Incoraggiare la libera espressione:** I gruppi che subiscono emarginazione o discriminazione possono esitare a parlare; il formatore dovrebbe utilizzare metodologie miste, come discussioni in piccoli gruppi o lavoro a coppie, per consentire loro di esprimersi liberamente.

1.6 Sensibilizzazione sui rischi della digitalizzazione

Gli anziani e gli adulti con disabilità che hanno un'esposizione limitata ai contenuti digitali sono più vulnerabili ai potenziali rischi che la digitalizzazione potrebbe comportare, come il cyberbullismo, l'esposizione a contenuti online dannosi, le bolle informative e la mancanza di pensiero critico, nonché le questioni legate alla privacy e alla protezione dei dati. Gli anziani e gli adulti che hanno una maggiore esposizione ai contenuti digitali possono essere più consapevoli di questi rischi, ma sono ancora vulnerabili a varie forme di abuso e cyberbullismo. È essenziale che i formatori e gli educatori che lavorano con anziani e adulti con disabilità siano consapevoli di questi rischi e lavorino sulla sensibilizzazione per ridurre al minimo le possibilità di esposizione. Il rischio di essere più esposti a questi fenomeni è maggiore quando gli individui hanno competenze digitali limitate. L'esposizione a qualsiasi tipo di rischio sopra menzionato può ridurre la motivazione alla partecipazione e allo sviluppo delle competenze necessarie per interagire con i contenuti digitali, soprattutto per gli anziani e gli adulti con disabilità che già affrontano diverse forme di esclusione, bullismo e discriminazione. Inoltre, considerando che si vuole promuovere il loro coinvolgimento nell'imprenditoria digitale, la sensibilizzazione sui rischi che possono derivare dalla digitalizzazione e la loro prevenzione/minimizzazione ha un'importanza fondamentale.



2. Bisogni e livello di competenze degli anziani e degli adulti con disabilità per l'educazione all'imprenditorialità sociale digitale

Con la crescente globalizzazione della tecnologia digitale, l'imprenditoria sociale digitale è emersa come un modo promettente per creare un cambiamento sociale positivo e generare reddito. Per gli anziani e gli adulti con disabilità, l'imprenditoria sociale digitale può offrire l'opportunità di sviluppare nuove competenze, generare reddito e avere un impatto significativo sulla società.

Per avere successo in questo settore, è necessaria una serie di competenze sia tecniche che non. Le competenze tecniche comprendono le abilità informatiche di base, come l'uso di Internet, l'elaborazione di testi e di fogli di calcolo. Devono anche essere in grado di navigare sulle piattaforme dei social media, creare e pubblicare contenuti digitali e utilizzare strumenti di marketing digitale. Inoltre, potrebbero dover apprendere competenze tecniche più avanzate, come il web design e la programmazione, se intendono costruire un sito web o sviluppare un'applicazione software. Le competenze non tecniche sono altrettanto importanti e comprendono abilità come la comunicazione, il pensiero critico, la risoluzione dei problemi, la creatività e l'adattabilità. Queste competenze sono necessarie per identificare e affrontare i problemi sociali, sviluppare soluzioni innovative e comunicare efficacemente le proprie idee a potenziali clienti, partner e investitori.

Infine, è importante riconoscere che gli anziani e gli adulti con disabilità possono avere sfide e requisiti unici quando si tratta di educazione all'imprenditorialità sociale digitale. Gli educatori e i formatori devono essere consapevoli di queste differenze e creare un ambiente di apprendimento di supporto che risponda alle loro esigenze specifiche. Fornendo le necessarie competenze tecniche e non e creando un ambiente di apprendimento inclusivo, gli anziani e gli adulti con disabilità possono sviluppare il potenziale dell'imprenditoria sociale digitale per creare un impatto sociale positivo e opportunità economiche.

2.1 Competenze necessarie agli anziani e agli adulti con disabilità per l'educazione all'imprenditorialità sociale digitale

È difficile generalizzare il livello di competenze degli anziani e degli adulti con disabilità in termini di competenze specifiche necessarie per l'educazione all'imprenditorialità sociale digitale. Le competenze delle persone con disabilità possono variare notevolmente a seconda del tipo e della difficoltà della disabilità, nonché di fattori quali l'accesso all'istruzione, alla formazione e alla tecnologia.

Tuttavia, vale la pena notare che le persone con disabilità hanno storicamente affrontato barriere nell'accesso all'istruzione e alle opportunità di lavoro, che possono aver limitato le loro opportunità di sviluppare competenze digitali. Di seguito vengono presentate le diverse competenze che questo gruppo target deve possedere per perseguire l'educazione all'imprenditorialità sociale digitale:

- Alfabetizzazione informatica di base: Gli adulti con disabilità devono essere a proprio agio con le competenze informatiche di base, come la digitazione, l'uso del mouse e la navigazione nelle interfacce software.
- Comunicazione digitale: Una forte capacità di comunicazione è essenziale nel mondo digitale. Ciò include l'etichetta delle e-mail, la comunicazione sui social media e il networking online.
- Marketing digitale: Gli adulti con disabilità potrebbero aver bisogno di una formazione sull'uso degli strumenti di marketing digitale per promuovere la propria attività online.
- Gestione del tempo: Un'efficace capacità di gestione del tempo è essenziale per gli imprenditori digitali, per garantire che possano gestire il loro carico di lavoro e rispettare le scadenze.

- 
- Risoluzione dei problemi: Gli imprenditori digitali devono essere in grado di identificare i problemi e trovare soluzioni innovative per superarli.
 - Resilienza: L'avvio di un'impresa è impegnativo e le battute d'arresto sono inevitabili. Gli adulti con disabilità devono essere resilienti e capaci di riprendersi dai fallimenti e dalle battute d'arresto.
 - Marketing sui social media: Capire come utilizzare le piattaforme dei social media per promuovere il proprio prodotto o servizio è essenziale per l'imprenditoria sociale digitale.
 - Costruzione della comunità: La capacità di costruire una comunità di clienti, sostenitori e collaboratori è fondamentale per l'imprenditoria sociale digitale.
 - Creazione di reti: La capacità di fare rete e di costruire relazioni con altri nello stesso campo o settore è importante per accedere alle risorse e per espandere la propria attività.
 - Analisi dell'impatto sociale: Valutare l'impatto sociale della propria attività e incorporarlo nel marketing e nel branding può aiutare ad attrarre clienti e investitori attenti alle tematiche sociali.
 - Servizio clienti: Fornire un buon servizio ai clienti è fondamentale per costruire una base di clienti fedeli e mantenere una reputazione positiva. È particolarmente importante quando l'impresa nasce sostenendo una causa sociale e quindi aumenta il numero dei sostenitori e la fedeltà dei clienti esistenti.
 - Flessibilità e adattabilità: Il mondo digitale è in continua evoluzione, quindi gli imprenditori digitali devono essere flessibili e capaci di stare al passo con le nuove tecnologie e tendenze. Essere in grado di adattarsi ai cambiamenti del mercato o del settore ed essere flessibili nel loro approccio commerciale può contribuire a garantire il successo a lungo termine.
 - Gestione finanziaria: Le competenze di base in materia di gestione finanziaria, come la stesura del bilancio, la previsione e il monitoraggio delle spese, sono necessarie per qualsiasi tipo di imprenditoria, compresa quella sociale digitale.



3. Raccomandazioni per gli educatori di adulti che lavorano con anziani e adulti con disabilità sul tema dell'imprenditorialità sociale digitale

Gli educatori di adulti sono già informati sulle realtà del loro gruppo target e sanno come affrontare le loro sfide e rispondere ai loro bisogni. Tuttavia, a seconda dell'argomento e delle esigenze, gli educatori hanno sicuramente bisogno di conoscenze specifiche che affrontino meglio determinate questioni. Quando si lavora con anziani e adulti con disabilità nell'ambito dell'imprenditoria sociale digitale, ci sono diverse raccomandazioni che gli educatori per adulti possono seguire. È importante creare un ambiente di apprendimento inclusivo e accessibile, che tenga conto delle esigenze di tutti i partecipanti, indipendentemente dalle loro capacità fisiche o cognitive. Ciò può comportare l'utilizzo di tecnologie assistive o di metodi di apprendimento alternativi per garantire che tutti siano in grado di partecipare e imparare in modo efficace.

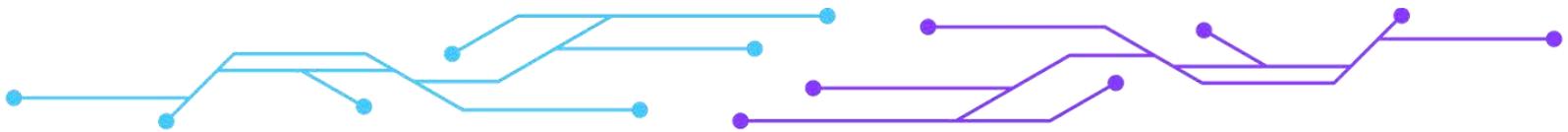
Gli educatori e i formatori devono riconoscere che gli anziani e gli adulti con disabilità possono avere esigenze e preferenze di apprendimento diverse rispetto agli studenti più giovani e devono quindi progettare il programma di studio di conseguenza. L'uso di un linguaggio adatto all'età e di metodi di insegnamento coinvolgenti può aiutare a garantire che gli studenti siano in grado di comprendere e memorizzare il materiale.

Anche le competenze digitali di base sono importanti da sviluppare per questo gruppo target. Ciò include competenze digitali di base come l'uso della posta elettronica, la navigazione in Internet e la creazione e condivisione di contenuti digitali. Fornendo una solida base di queste competenze, gli studenti saranno meglio equipaggiati per perseguire un apprendimento più avanzato nel campo dell'imprenditoria sociale digitale.

Quando si lavora nell'ambito dell'imprenditoria sociale digitale come concetto relativamente nuovo, gli educatori possono utilizzare esempi reali e casi di studio per illustrare i principi dell'imprenditoria sociale digitale e aiutare i partecipanti a vedere il potenziale per creare un cambiamento sociale positivo e generare reddito. Anche incoraggiare la creatività e l'innovazione nella risoluzione dei problemi è importante per lo sviluppo di questo gruppo target, poiché queste competenze sono essenziali nel campo dell'imprenditoria sociale digitale. A questo proposito, può essere utile offrire agli studenti l'opportunità di sviluppare e testare le proprie idee e i propri prodotti, oltre a offrire feedback e indicazioni. Naturalmente, questo elemento è più rilevante per i programmi a lungo termine che affrontano questo tema. Infine, promuovere la collaborazione e la creazione di reti è importante per i partecipanti per costruire relazioni di supporto che possono essere preziose per tutta la loro carriera.

Oltre a queste raccomandazioni generali, è utile fornire agli educatori raccomandazioni su questioni tecniche e sul processo organizzativo generale quando lavorano con anziani e adulti con disabilità sul tema dell'imprenditorialità sociale digitale. Alcune raccomandazioni rilevanti possono essere le seguenti:

- Assistenza per le questioni tecniche: Gli educatori devono essere consapevoli che gli anziani e gli adulti con disabilità possono incontrare difficoltà con il software o l'hardware. È essenziale fornire assistenza tecnica e risoluzione dei problemi agli studenti, di persona o a distanza, per garantire un utilizzo efficace degli strumenti digitali per i loro progetti di imprenditoria sociale.
- Orari e formati flessibili: Per soddisfare le esigenze degli anziani e delle persone con disabilità, gli educatori dovrebbero essere flessibili nella programmazione e nel formato delle



lezioni. Ciò può comportare l'offerta di corsi serali o nei fine settimana, di opzioni online o ibride, o di corsi facilmente accessibili attraverso tecnologie assistive.

- **Semplificare concetti complessi:** Per garantire che i partecipanti possano comprendere e applicare le informazioni in modo efficace, gli educatori devono scomporre i concetti complessi e il lessico utilizzato nell'imprenditoria sociale digitale. Utilizzare un linguaggio semplice e conciso e fornire esempi pratici è essenziale per aiutare i partecipanti a comprendere il contesto.
- **Incorporare la tecnologia assistiva:** Quando si lavora con anziani e adulti con disabilità, si raccomanda di utilizzare la tecnologia assistiva nel processo di apprendimento per supportare le disabilità, come lettori di schermo, software di riconoscimento vocale o altri strumenti. Questo li aiuterà anche nell'accesso e nella navigazione dei contenuti digitali.
- **Incoraggiare l'apprendimento e il tutoraggio tra pari:** L'apprendimento e il tutoraggio tra pari sono essenziali quando si entra in un nuovo argomento o processo. Gli educatori devono promuovere e incoraggiare i partecipanti a imparare gli uni dagli altri e a farsi da mentori. Ciò può includere l'abbinamento di partecipanti con diversi livelli di esperienza, l'offerta di opportunità per i partecipanti di insegnare e sostenersi a vicenda e l'accesso a una rete di mentori ed esperti del settore.
- **Offrire opportunità di applicazione pratica:** Gli educatori e i formatori dovrebbero consentire ai partecipanti di applicare le competenze e le conoscenze acquisite a situazioni di vita reale, come tirocini, progetti di collaborazione con aziende o organizzazioni locali o altre esperienze di apprendimento esperienziale.
- **Riconoscere e celebrare i successi e i progressi:** Celebrare il successo o i progressi dei partecipanti in un determinato argomento o processo è molto importante, in quanto i partecipanti avanzano nel processo di apprendimento e sviluppano le loro capacità di imprenditorialità sociale digitale. Ciò può comportare certificati, premi o riconoscimenti pubblici, nonché un sostegno e un incoraggiamento continui mentre i partecipanti lavorano per raggiungere i loro obiettivi.

4. Tutoraggio dei beneficiari (anziani e adulti con disabilità) come follow-up dopo i workshop, nel processo di creazione delle loro Imprese Sociali Digitali.

Fornire attività, workshop e corsi che mettano anziani e adulti con disabilità in grado di creare imprese sociali digitali è efficace per la loro istruzione, occupazione ed emancipazione digitale. Tuttavia, per avere un impatto maggiore e benefici a lungo termine, è necessario prevedere azioni di follow-up e programmi a lungo termine che li supportino ulteriormente. I programmi di tutoraggio sono particolarmente utili per gli anziani e gli adulti con disabilità che hanno bisogno di un'assistenza personalizzata per affrontare le loro esigenze e sfide specifiche nella creazione di nuovi prodotti/servizi nelle loro comunità. Il tutoraggio può essere una componente cruciale del processo di creazione di imprese sociali digitali tra anziani e adulti con disabilità. La partecipazione attiva e l'impegno sia del mentore che dell'allievo sono essenziali per il successo dell'esperienza di tutoraggio.

Inoltre, ci sono otto elementi cruciali che garantiscono il successo del tutoraggio, come mostrato nell'immagine sottostante.



Immagine: 8 elementi del Tutoraggio, Fonte: Washington State University, Carson College of Business. (2020, 21 Luglio). 10 Things To Consider When Looking For A Professional Mentor. WSU Online MBA. Consultato nel 2022, da <https://onlinemba.wsu.edu/blog/10-things-to-consider-when-looking-for-a-professional-mentor/>

La Washington State University, Carson College of Business (2020) ha presentato un'immagine nel suo articolo sul tutoraggio, evidenziando gli elementi cruciali necessari per un tutoraggio di successo. Questi elementi includono la direzione, il coaching, il supporto, la definizione degli obiettivi, la formazione, la motivazione e i consigli, tutte qualità importanti da ricercare quando si cerca un mentore professionista. Incorporando questi elementi, un programma di tutoraggio può fornire un supporto di qualità ad anziani e adulti con disabilità per promuovere la loro formazione necessaria per la creazione di imprese sociali digitali.



4.1 Sette fasi cruciali in un programma di tutoraggio

L'immagine qui sopra raffigura un modello di tutoraggio che si delinea intorno ad otto elementi cruciali, tra cui la direzione, il coaching, il supporto, la definizione degli obiettivi, la formazione, la motivazione e i consigli, che alla fine portano al successo del tutoraggio. Pur essendo solo una delle numerose teorie esistenti che descrivono gli elementi e il processo di tutoraggio, si tratta di un modello utile da considerare in quanto pratico e di facile comprensione. Tuttavia, per progettare un programma di tutoraggio efficace, è importante adattarlo all'argomento o alla situazione specifica e alle esigenze degli individui coinvolti, come le loro competenze, conoscenze, attitudini e realtà acquisite. Per sviluppare un programma di tutoraggio che risponda alle esigenze e all'inclusione di anziani e adulti con disabilità nella creazione delle loro imprese sociali digitali, gli esperti del settore hanno ideato un processo di tutoraggio in sette fasi. Questo processo comprende la promozione di un contatto personale tra il mentore e l'allievo, il potenziamento dell'educazione e dell'orientamento, la definizione di obiettivi e finalità, la progettazione di un piano d'azione, l'attuazione del piano e la facilitazione della comunicazione, la valutazione delle attività completate e il mantenimento del piano d'azione. Di seguito viene fornita una spiegazione dettagliata di ogni fase e del processo complessivo.

Fase 1: Promuovere il contatto personale – Mentore e Allievo

Questo primo passo è essenziale per costruire un rapporto di fiducia tra il mentore e l'allievo. Il mentore deve prendersi il tempo necessario per conoscere l'allievo, i suoi punti di forza, le sue sfide, i suoi interessi e i suoi obiettivi. Una relazione positiva e di sostegno tra mentore e allievo contribuirà a garantire il successo del programma di tutoraggio.

Fase 2: Potenziamento dell'istruzione e dell'orientamento

In questa fase, il mentore offre una sessione di orientamento all'allievo per aiutarlo a comprendere le basi dell'imprenditoria sociale e degli strumenti digitali. Questa sessione dovrebbe includere un'introduzione al concetto di imprenditoria sociale, compresi i principi e le pratiche chiave, nonché una panoramica dei vari strumenti digitali che possono essere utilizzati per sostenere l'impresa. Il tutoraggio può anche fornire risorse come materiali di formazione online, video e casi di studio per aiutare l'allievo ad apprendere al proprio ritmo.

Fase 3: Definizione di obiettivi e finalità

Questa fase prevede che il mentore e l'allievo collaborino per identificare obiettivi e finalità specifiche per l'impresa sociale digitale dell'allievo. Il mentore può aiutare l'allievo a definire lo scopo, la missione e la visione dell'impresa, nonché a identificare i risultati specifici che vuole raggiungere. È importante che le finalità e gli obiettivi siano specifici, misurabili, attuabili, rilevanti e limitati nel tempo (SMART).

Fase 4: Progettazione di un piano d'azione

Il mentore e l'allievo lavorano insieme per progettare un piano d'azione che delinea i passi specifici necessari per raggiungere gli obiettivi dell'allievo. Il piano deve essere realistico, realizzabile e adattato alle esigenze e alle capacità specifiche dell'allievo. Il tutoraggio può aiutare l'allievo a identificare le risorse, gli strumenti e il supporto di cui ha bisogno per realizzare il piano. Il piano d'azione dovrebbe anche includere scadenze, punti di controllo e tappe fondamentali per garantire che l'allievo rimanga sulla buona strada. L'allievo può essere istruito e guidato in questo processo seguendo le seguenti domande:

- Perché voglio raggiungere questo particolare obiettivo?
- Qual è l'obiettivo finale di questo sforzo?
- Di quali risorse dispongo per il successo di questo obiettivo?

- 
- Cosa succede dopo che l'obiettivo è stato raggiunto?¹

Fase 5: Fase di attuazione e di comunicazione attiva

In questa fase, il mentore fornisce un supporto e una guida continui mentre l'allievo lavora all'esecuzione del piano d'azione. Il mentore può aiutare l'allievo a superare le sfide e gli ostacoli, fornire un feedback sui suoi progressi e offrire suggerimenti per il miglioramento. È necessario stabilire canali di comunicazione chiari per garantire che il mentore e l'allievo lavorino insieme in modo efficace. Il mentore può utilizzare diversi strumenti e metodi di comunicazione, come e-mail, telefono, videoconferenze e incontri di persona.

Fase 6: Verifica delle attività completate

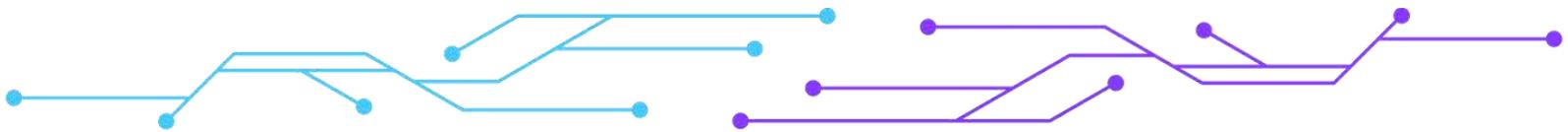
Dopo la fase di implementazione, il mentore e l'allievo utilizzano una o più sessioni per fare un bilancio delle attività completate. Questa fase prevede la riflessione sui successi e le sfide del piano d'azione, l'identificazione delle aree di miglioramento e l'aggiustamento del piano, se necessario, per garantire un successo continuo. Il mentore può fornire un feedback sui risultati ottenuti dall'allievo, celebrare i suoi successi e aiutarlo a imparare da eventuali errori o fallimenti. Questa fase è fondamentale per aiutare l'allievo a continuare a crescere e a svilupparsi come imprenditore sociale digitale.

Fase 7: Sostenere il Piano d'Azione

In questa fase finale, il mentore e l'allievo si concentrano sul tutoraggio dell'impresa sociale digitale dell'allievo e dei suoi processi/funzionalità. Il mentore può fornire un supporto e una guida continui mentre l'allievo lavora per far crescere e sviluppare l'impresa. Questa fase consiste nell'aiutare l'allievo a sviluppare un modello di business sostenibile, a identificare nuove opportunità di crescita e a entrare in contatto con altri imprenditori e stakeholder del settore. Il tutoraggio può anche aiutare l'allievo a sviluppare un piano per misurare e valutare l'impatto della sua impresa sulla comunità.

Questo programma di tutoraggio in 7 fasi fornisce un approccio completo e sistematico per sostenere anziani e adulti con disabilità nel loro percorso di imprenditorialità sociale digitale. Il programma è progettato per fornire ai partecipanti le conoscenze, le competenze e la fiducia necessarie per costruire imprese di successo che creino un impatto sociale positivo e generino reddito utilizzando gli strumenti digitali.

¹ Usanmaz, O. (2022, 18 Febbraio). Key Steps To Follow Before And During Mentorship Programs: A Mentoring Program Outline. Qooper. Consultato nel 2022, da <https://www.qooper.io/blog/key-steps-to-follow-before-and-during-mentorship-programs-a-mentoring-program-outline>



PARTE 2: Strumenti da utilizzare nell'Educazione Non Formale (ENF) per l'educazione e il tutoraggio diretto di anziani e adulti con disabilità nell'ambito dell'imprenditoria sociale digitale (ISD).

5. Crowdfunding

Il crowdfunding è un modo per raccogliere fondi per un individuo o un'organizzazione raccogliendo donazioni attraverso la famiglia, gli amici, gli amici degli amici, gli sconosciuti, le aziende e altro ancora. Utilizzando i social media, le persone possono raggiungere un numero maggiore di potenziali donatori rispetto alle forme tradizionali di raccolta fondi². I siti web di crowdfunding offrono ai propri utenti l'opportunità di ottenere supporto per l'idea imprenditoriale, farsi pubblicità, trovare investitori, partner e potenziali clienti. Inoltre, gli utenti possono comprendere le esigenze del gruppo target, il che può migliorare il modo in cui si rivolgono a loro, e possono ottenere i finanziamenti di cui hanno bisogno con un rischio molto più basso.

Il crowdfunding è un settore vasto e la sua capacità è in continua espansione. Esistono molti siti di crowdfunding per le start-up che possono essere utilizzati per ottenere il denaro necessario; alcuni dei più popolari sono Kickstarter, Indiegogo, GoFundMe, Fundly, JustGiving, and Facebook.

5.1 Kickstarter

KICKSTARTER

Kickstarter

Sito ufficiale per accedere alla piattaforma: <https://www.kickstarter.com/>

Kickstarter è uno dei siti web di crowdfunding più popolari. Ha circa 15 milioni di sostenitori e una bassa commissione/percentuale di pagamento sul denaro raccolto dalle campagne di crowdfunding. È considerato uno dei migliori per le start-up tecnologiche, artistiche e di design. È essenziale sapere che su Kickstarter c'è un periodo di attesa di 14 giorni per ricevere il denaro e anche l'azione di deposito richiede circa 5-7 giorni lavorativi. Anche se su Kickstarter il numero di risposte è molto alto, le ore di assistenza via e-mail sono limitate. Inoltre, è importante sottolineare che c'è un processo di approvazione di Kickstarter quando si avvia/lancia una raccolta fondi.

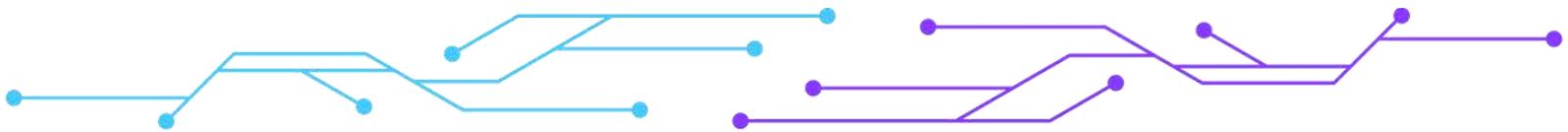
5.2 Indiegogo



Sito ufficiale per accedere alla piattaforma: <https://www.indiegogo.com/>

Indiegogo è una delle più grandi piattaforme di crowdfunding disponibili in tutto il mondo e offre un'ampia gamma di opportunità di investimento con solo il 5% di spese di piattaforma. È altamente raccomandata per le start-up in generale e per le start-up in fase iniziale. Indiegogo è più

² Crowdfunding. <https://www.crowdfunding.com/>



specializzato nella tecnologia e nel lancio di prodotti hardware. Offre un supporto regolare via e-mail, compreso il marketing e l'assistenza nello sviluppo della strategia della campagna.

5.3 GoFundMe



GoFundMe

Sito ufficiale per accedere alla piattaforma: <https://www.gofundme.com/>

GoFundMe è una buona piattaforma di crowdfunding, soprattutto per gli imprenditori sociali e le organizzazioni no-profit, con una commissione di pagamento/transazione del 2,9%. È considerata la migliore anche per le start-up ecologiche. Secondo Crowdfunding (s.d.), alcune caratteristiche chiave di questa piattaforma sono:

- Può essere configurata rapidamente: i prelievi e i depositi richiedono in media 2-5 giorni lavorativi;
- Assistenza e supporto al cliente durante tutto il processo di raccolta fondi e donazione;
- Strumenti di raccolta fondi facili da usare che rendono rapida l'impostazione (ad esempio, l'applicazione per cellulare e la funzione superiore di aggiunta di beneficiari);
- La Garanzia di Donazione di GoFundMe: nel rarissimo caso in cui qualcosa non vada bene con una raccolta fondi, i donatori possono avere diritto a un rimborso del 100% della loro donazione³.

5.4 Fundly



Sito ufficiale per accedere alla piattaforma: <https://fundly.com/>

Fundly è stato creato per aiutare le organizzazioni no-profit, gli enti di beneficenza e i club a raccogliere fondi per diversi scopi. I dipendenti possono utilizzare questo strumento per creare pagine di donazione, caricare immagini e video e monitorare i contributi. I fondi raccolti attraverso questa piattaforma possono essere ritirati in un periodo molto breve, da 2 a 5 giorni lavorativi. Il supporto via e-mail è più limitato rispetto ad altre piattaforme.

5.5 JustGiving

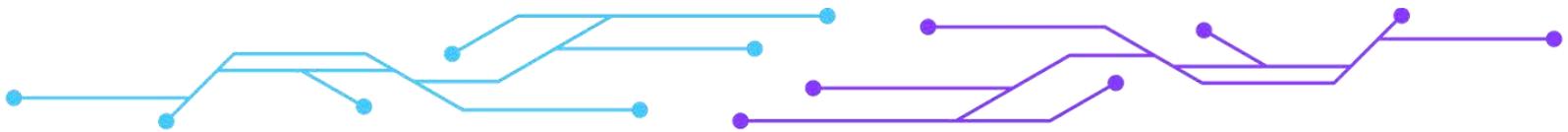
JustGiving

JustGiving

Sito ufficiale per accedere alla piattaforma: <https://www.justgiving.com/>

JustGiving è una grande piattaforma per uso personale, che aiuta a raccogliere fondi per cause personali, persone bisognose, club, scuole e comunità. Ha più di 22 milioni di sostenitori. JustGiving è

³ Crowdfunding. (s.d.). <https://www.crowdfunding.com/>



nato nel 2010 e all'epoca si concentrava soprattutto sul sostegno a eventi/cause di beneficenza per ricevere supporto finanziario attraverso strumenti online da tutto il mondo. Nel corso degli anni, JustGiving si è trasformato in una piattaforma più grande e ha ampliato le sue operazioni con lo sviluppo di altre campagne di crowdfunding. Tuttavia, l'azienda è sempre rimasta fedele all'idea iniziale di servire la comunità, per cui non consente la realizzazione di campagne politiche, né di campagne per cure mediche non verificate, né di campagne che possano danneggiare indirettamente la comunità o promuovere l'esclusione sociale.

5.6 Facebook



Sito ufficiale per accedere alla piattaforma: <https://www.facebook.com/>

Facebook può essere utilizzato anche per raccogliere fondi per diverse cause e per obiettivi personali per aiutare qualcuno. Anche se non è una tipica piattaforma di crowdfunding, come strumento di raccolta fondi online sta operando con successo e sostenendo molte iniziative. Il principale svantaggio di Facebook è che, pur essendo molto popolare per la raccolta di fondi, non consente agli utenti di tutto il mondo di creare una raccolta fondi. Se utilizzato per scopi benefici, Facebook non impone alcuna tassa di transazione. Crowdfunding (s.d.) sottolinea le seguenti caratteristiche di Facebook come raccolta fondi online:

- Si può prelevare immediatamente, mentre i depositi richiedono più di 7 giorni;
- Le organizzazioni no-profit devono sottoporsi a un processo di verifica di 24 ore, con conseguente rallentamento delle operazioni;
- Nessuna politica di garanzia per i donatori⁴.

⁴ Crowdfunding. (s.d.). <https://www.crowdfunding.com/>

6. Sponsorizzazione di post, rubriche o video sui canali YouTube

Che cos'è la sponsorizzazione?

La sponsorizzazione rappresenta la relazione a livello commerciale tra due parti, in cui il fornitore di risorse, fondi o servizi sostiene in qualsiasi forma determinate organizzazioni, individui o eventi. La sponsorizzazione è anche considerata lo strumento più potente nello spettro del marketing. Esistono quattro tipi di sponsorizzazione, tutti in grado di aiutare il piano di marketing:

- Sostegno Finanziario

Il ruolo di uno sponsor è quello di fornire un sostegno finanziario a un'organizzazione o a un evento speciale, ricevendo al contempo notorietà. Esistono diversi approcci a questo scopo, tra cui il pagamento diretto dei locali, contribuire alle donazioni, la copertura del wi-fi per un evento e persino il pagamento del catering. In sostanza, lo sponsor scambia denaro con il riconoscimento del marchio e la pubblicità.

- Sponsorizzazione in natura

Invece di un aiuto in denaro, lo sponsor fornisce servizi o prodotti gratuiti. Questa donazione può andare dall'utilizzo dei propri altoparlanti per un evento musicale alla fornitura di pasti per un festival o alla stampa di manifesti e volantini.

- Sponsorizzazione mediatica

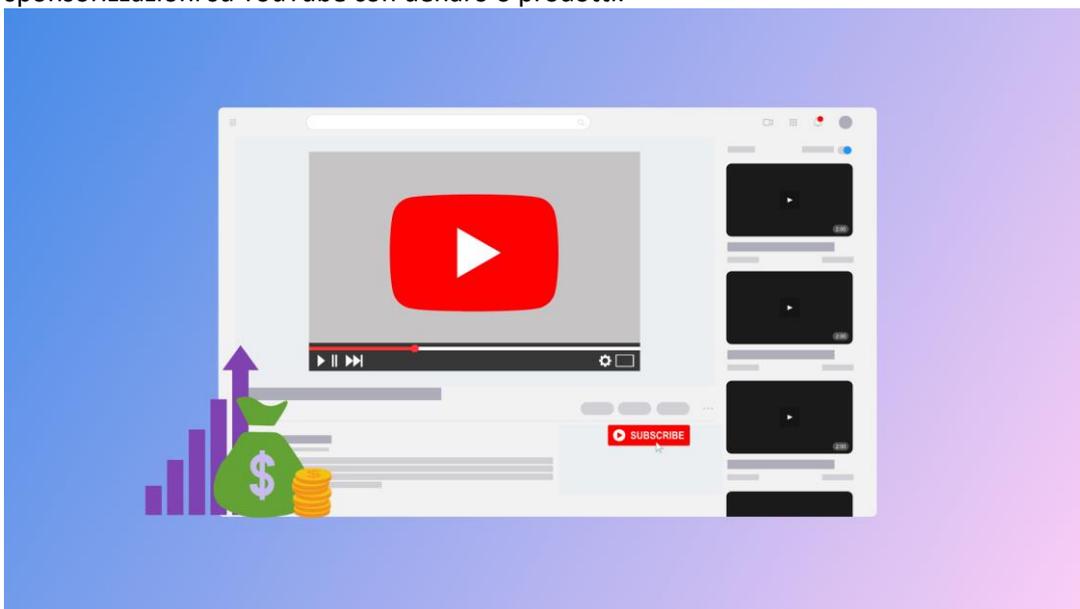
La sponsorizzazione mediatica è la promozione dell'attività di un altro soggetto attraverso i media. Questa promozione può assumere la forma di post sui social media, articoli di blog e condivisione di informazioni tramite trasmissioni. Una rete televisiva locale può coprire l'evento, generando una preziosa copertura mediatica.

- Partner di marketing

I partner promozionali, come gli sponsor dei media, includono in genere persone come influencer dei social media e blogger che promuovono un'attività o un evento su diverse piattaforme di comunicazione. Conseguentemente, queste persone possono ricevere uno spazio per parlare alla conferenza in programma o beneficiare di altri vantaggi.

Tipi di sponsorizzazione su YouTube e procedura

Ottenere una sponsorizzazione su YouTube è possibile per tutti gli account che hanno un pubblico attivo. Le sponsorizzazioni su YouTube, note anche come contenuti sponsorizzati, sono filmati che promuovono un'azienda, un prodotto o un servizio in modo continuativo. I marchi pagano le sponsorizzazioni su YouTube con denaro o prodotti.



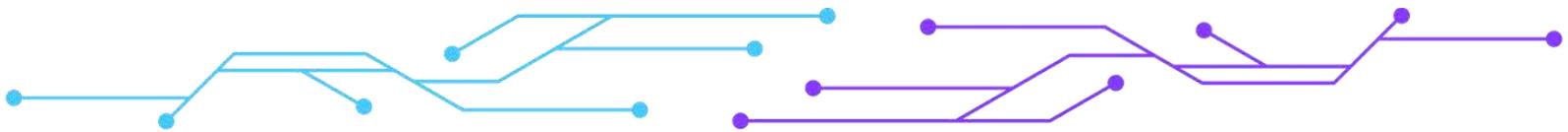


Immagine: YouTube Sponsorship (2023), Fonte: Passaris, C. (2023, 13 Febbraio). How to get sponsored on YouTube. Clipchamp Blog. <https://clipchamp.com/en/blog/how-get-sponsored-on-youtube/#:~:text=Product%20sponsorships%2C%20affiliate%20sponsorships%2C%20and,video%20that%20a%20brand%20sponsors>

Gli YouTuber di solito collaborano con aziende che sono rilevanti per il loro genere di canale, i loro argomenti e i loro interessi personali, ottenendo così un video sponsorizzato che risulta attraente per i follower e il pubblico di riferimento. Ottenere una sponsorizzazione su YouTube è possibile per tutti gli account che hanno un pubblico coinvolto. Ci sono anche modi per preparare il proprio canale alla sponsorizzazione. È importante che ogni youtuber conosca le linee guida di YouTube, abbia un account professionale, un pubblico chiaro e video di alta qualità nei propri canali.

Qual è la procedura per sponsorizzare un post, una rubrica o un video su YouTube?

YouTube offre una procedura molto semplice per ottenere una sponsorizzazione a pagamento o qualsiasi tipo di inserimento di prodotti che richieda la divulgazione agli spettatori in quel contenuto. Per poter sponsorizzare un contenuto su YouTube, l'organizzazione o il singolo individuo deve disporre di un account Google (che viene automaticamente collegato a YouTube). Quindi, deve solo seguire il processo in 6 semplici passaggi, che sono i seguenti:

1. Accedere a YouTube Studio (Link: <https://studio.youtube.com/>);
2. Cliccare sulla sezione "Contenuti", a sinistra della finestra;
3. Selezionare o caricare il video destinato alla sponsorizzazione;
4. Cliccare sull'opzione "Altro";
5. Fare clic sulla casella accanto alla frase "Il mio video contiene una promozione a pagamento come l'inserimento di un prodotto, una sponsorizzazione o un'approvazione";
6. Cliccare su "Salva".

7. Consapevolezza del marchio



Immagine: Brand Awareness, Fonte: Sumrak, J. (2022, 27 Dicembre). 8 Foolproof Strategies to Increase Brand Awareness in 2023. Foundr. <https://foundr.com/articles/marketing/brand-awareness>

Che cos'è la consapevolezza del marchio?

La consapevolezza del marchio è una delle componenti del valore del marchio. La consapevolezza del marchio misura quanto il pubblico di riferimento sia in grado di riconoscere e comprendere un marchio. Nel marketing e nella promozione di un'azienda e dei suoi prodotti, soprattutto nelle fasi iniziali, è importante costruire la consapevolezza del marchio. Esistono generalmente due tipi di consapevolezza del marchio: quella assistita e quella non assistita. Secondo Qualtrics (2022), la consapevolezza del marchio non assistita è quella che si conosce come Richiamo del marchio, mentre la consapevolezza del marchio assistita è nota come Riconoscimento del marchio.

- Richiamo del marchio

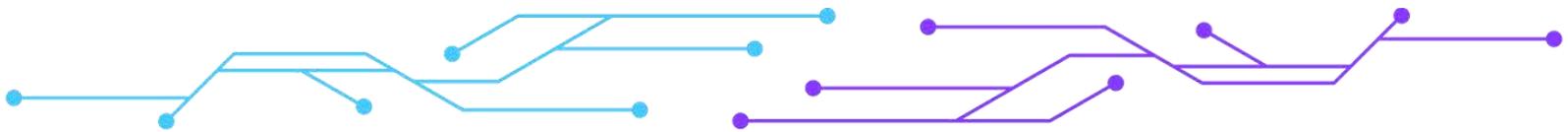
Il richiamo del marchio è ciò che crea un legame tra una categoria di prodotti e un marchio. La maggior parte delle persone è in grado di nominare tre etichette di categorie di prodotti. Alcune persone ne ricordano cinque, mentre altre ne ricordano solo una. Questa risposta dimostra l'interesse del consumatore per la categoria di prodotto.

- Riconoscimento del marchio

Il primo tipo di consapevolezza del marchio è il riconoscimento del marchio, che avviene quando il consumatore riconosce un marchio. Un colore o un logo caratteristico è più probabile che venga riconosciuto dai consumatori.

Creare e aumentare la consapevolezza del marchio

Anche se oggi il mondo digitale offre una varietà di suggerimenti e trucchi per aumentare la consapevolezza del marchio, il modo più efficace per creare e aumentare la consapevolezza del marchio è sviluppare un solido programma di marketing che sia in accordo con la strategia del marchio. Questo piano deve essere scritto, attuato, monitorato e valutato con attenzione. La strategia stessa dovrebbe bilanciare l'acquisizione a breve termine e la costruzione del marchio a lungo termine. Secondo Qualtrics (2022), quando ci si concentra sulla costruzione della consapevolezza del marchio, un approccio integrato e adattato al pubblico porterà i migliori risultati. Questo perché al giorno d'oggi le esigenze dei clienti sono più sfumate, ci sono più mezzi di



comunicazione e molti più marchi in competizione per attirare l'attenzione. In questo modo sarete in grado di raggiungere il vostro pubblico su più fronti⁵.

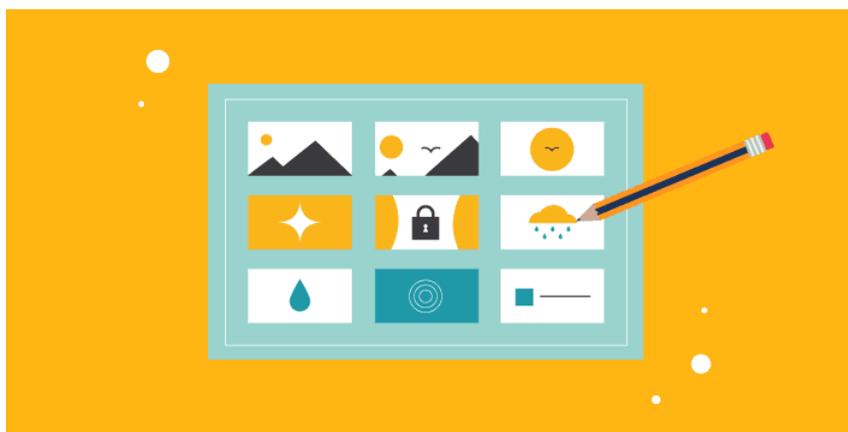
Inoltre, Qualtrics (2022) presenta alcune delle tattiche più comuni utilizzate per la costruzione della consapevolezza del marchio:

- Pubblicità attraverso i social media, la TV, il sito web e altri strumenti;
- Creare una comunicazione efficace e relazioni pubbliche (PR) con i media e gli influencer;
- Sponsorizzazione di diverse cause ed eventi che consentono l'esposizione del marchio;
- Creazione di partnership;
- Partecipazione a eventi e incontro con nuove persone;
- Attivazioni/Lanci del marchio;
- Programma di leadership di pensiero;
- Privilegiare il lavoro di Ottimizzazione dei Motori di Ricerca (OMR)⁶.

⁵ Brand Awareness: What Is It and How to Increase It in 2023. (2022, 13 Dicembre). Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/uk/experience-management/brand/brand-awareness/>

⁶ Brand Awareness: What Is It and How to Increase It in 2023. (2022, 13 Dicembre). Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/uk/experience-management/brand/brand-awareness/>

8. Storyboard



Fonte dell'Immagine: <https://www.wyzowl.com/what-is-a-storyboard/>

Che cos'è uno storyboard?

Uno storyboard è uno strumento di pianificazione visiva che aiuta a organizzare una narrazione o la scrittura di un obiettivo. La creazione di uno storyboard con un software specializzato è un modo efficace per presentare le informazioni in modo visivamente accattivante. Gli storyboard utilizzano una sequenza lineare di caselle, ideale per raccontare storie, spiegare processi e illustrare lo scorrere del tempo. In sostanza, gli storyboard consistono in una serie di disegni che illustrano i punti chiave e raccontano una storia. La suddivisione della storia in parti più piccole e gestibili consente all'autore di concentrarsi su ciascuna casella senza distrazioni. Questo approccio garantisce che la scrittura sia coerente e trasmessa in modo chiaro e conciso. Lo storyboard è anche un modo utile per comunicare le idee al pubblico durante il processo di pianificazione.

Tipi di storyboard

Storyboard tradizionale

Questo tipo di storyboard prevede che gli schizzi siano disegnati su carta con una matita. Questo metodo è stato utilizzato agli inizi della produzione video e dell'industria cinematografica, quando non erano disponibili altri strumenti.

Miniatura

In questo stile ogni fotogramma deve essere disegnato meticolosamente. Questo stile di storyboard è così dettagliato e ben studiato che il processo di produzione diventa semplice.

Digitale

Gli storyboard digitali sono realizzati con un software specializzato. Questo è il metodo moderno, che consente di iniziare il processo con uno storyboard semplice per illustrare la prima idea, per poi raggiungere una complessità sempre maggiore aggiungendo una voce fuori campo e altri aspetti.

Cosa comprende uno storyboard?

I migliori storyboard di solito includono i seguenti elementi:

- **Le proporzioni**, che rappresentano il rapporto tra la larghezza e l'altezza delle immagini.
- **Il fotogramma** che definisce ciò che accade in un singolo punto della storia.
- **L'inquadratura** come sequenza di fotogrammi.
- **Gli schizzi**, disegni per ogni fotogramma.
- **La sceneggiatura** come uno dei principali punti di partenza nella creazione di uno storyboard.
- **La voce fuori campo** che rappresenta il narratore nello storyboard.



Strumenti dello storyboard

Gli strumenti necessari per la realizzazione di uno storyboard variano a seconda del tipo di storyboard che verrà sviluppato. Per gli storyboard abbozzati sono necessari dei fogli di carta, mentre per gli storyboard online esistono dei modelli di storyboard che prevedono semplicemente delle caselle in cui il creatore può scarabocchiare. Per gli storyboard animati esistono software specifici che possono essere utilizzati per creare uno storyboard più elaborato, come Adobe Illustrator per sviluppare immagini e Google Slides per creare una presentazione. Esistono molti strumenti e software per la creazione di storyboard e, a seconda del dispositivo e del budget, si può scegliere di creare uno storyboard con gli strumenti dell'elenco seguente:

- Storyboarder: <https://wonderunit.com/storyboarder/>
- Plot: <https://theplot.io/>
- StudioBinder: <https://www.studiobinder.com/>
- Milanote: <https://milanote.com/>
- Miro: <https://miro.com/>
- Boords: <https://app.boords.com/signup>
- FrameForge: <https://www.frameforge.com/>
- Storyboard Quick: <https://www.powerproduction.com/storyboardquick/index.html>
- Camera-Storyboard: <https://itunes.apple.com/us/app/camera-storyboard/id1176392577?mt=12>
- Storyboard Fountain: <http://storyboardfountain.com/>
- Panel Forge: <https://www.panel-forge.com/>
- Storyboard That: <https://www.storyboardthat.com/>
- Toon Boom Storyboard Pro: <https://www.toonboom.com/products/storyboardpro>
- Canva: <https://www.canva.com/create/storyboards/>
- Make Storyboard: <https://makestoryboard.com/>
- MovieStorm: <http://www.moviesstorm.co.uk/>

9. Video pitch



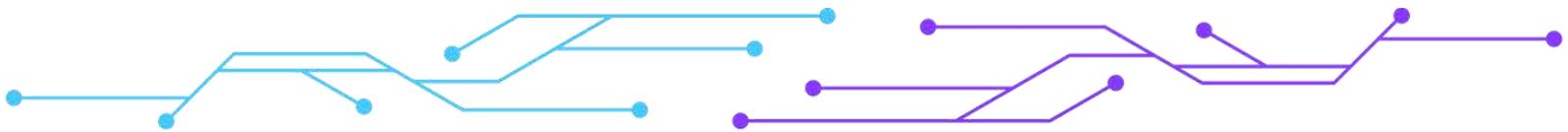
Fonte dell'Immagine: <https://articles.bplans.com/where-to-get-feedback-on-your-business-pitch/>

I video pitch o video di presentazione vengono utilizzati per promuovere idee e prodotti in un tempo decisamente inferiore. Quando si parla di un concetto di video pitch, ci si riferisce essenzialmente a un video di marketing. I video pitch sono molto popolari al giorno d'oggi, gli aspiranti imprenditori hanno utilizzato una varietà di metodi per promuovere i loro prodotti e le loro idee. Alcune di queste strategie includono la generazione di un video di presentazione, l'utilizzo di un sito web o di un'app o la creazione di una demo del prodotto.

I video pitch sono utili per la raccolta di fondi e soprattutto per le nuove imprese. Sono utili anche quando si presenta una nuova idea a un supervisore o quando si propone un prodotto o un servizio specifico agli investitori. I video pitch possono essere utilizzati per proporre una nuova idea aziendale o per qualsiasi altro scopo in cui sia necessario catturare l'attenzione e il sostegno del pubblico per far sì che l'idea venga apprezzata.

Ci sono alcuni consigli da seguire quando si realizza un video pitch:

- Mantenere la brevità e la semplicità. Mantenete la vostra presentazione intorno ai 5 minuti per evitare di perdere l'interesse delle persone e per consentire loro di inserirlo facilmente nel loro tempo di navigazione sul web.
- Includete le informazioni principali, come il motivo per cui la vostra idea/prodotto è la migliore.
- Utilizzate prove tangibili come fotografie, video del vostro lavoro, testimonianze di altri e così via. Create una rappresentazione visiva di ciò in cui credete.
- Utilizzate i sottotitoli per evitare qualsiasi tipo di confusione.
- Fate un'ottima apertura per assicurarvi di attirare l'attenzione fin dall'inizio.

- 
- Ottimo per l'OMR: La frequenza con cui i blog vengono aggiornati è un tratto distintivo, e i nuovi contenuti contribuiscono ad aumentare le prestazioni di OMR di un sito web.
 - Mantiene il contatto con i clienti: I post sui blog sono un'ottima opzione per tenere aggiornati i consumatori e i clienti su ciò che accade, informarli sulle nuove offerte e offrire consigli.
 - Costruisce relazioni con i clienti: I blog consentono alle persone di inviare commenti e di interagire con i blogger. Questo tipo di coinvolgimento e interazione aumenta le possibilità di creare un rapporto migliore che potrebbe portare all'acquisto.
 - Fonte di reddito aggiuntiva: I blog di successo possono generare entrate.

Contro

- Richiede tempo: Il successo di un blog dipende dal ritorno delle persone, che tornano solo quando ci sono nuovi contenuti da leggere.
- Richiede costantemente nuove idee: Pubblicare numerosi post ogni settimana sarà inefficace se le idee non sono nuove e intriganti.
- Il guadagno è posticipato: Uno degli aspetti più frustranti del blogging è che richiede molto tempo e che all'inizio i risultati sono scarsi. La costruzione di un pubblico di lettori e di uno slancio richiede tempo.

11. Creazione di contenuti di Rich Media (e-book, fogli di calcolo, infografiche, test, tutorial, confronti, ecc.) nell'ISD



Fonte dell'Immagine: <https://www.brafton.com.au/blog/creation/rich-content/>

Che cos'è un Contenuto di Rich Media?

Per contenuto di Rich Media si intendono tutti i tipi di media come video, suoni e grafica che stimolano i consumatori a impegnarsi e interagire con il prodotto/servizio in questione. Questo è il motivo per cui si vedono annunci con testo bianco e display con immagini vivaci, al fine di migliorare il coinvolgimento del pubblico⁷.

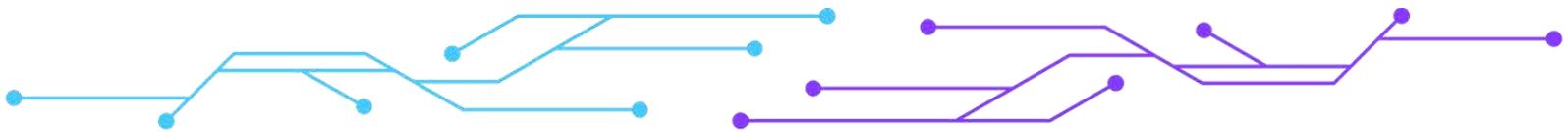
Esistono vari tipi di contenuti di Rich Media, tra cui i video dei siti web, le immagini dei social media, le infografiche, i podcast e le GIF. Le trasmissioni in diretta di webinar rilevanti sono un'altra fonte di contenuti di qualità. I contenuti di Rich Media possono essere un valido strumento per migliorare la comunicazione digitale e creare delle esperienze per gli utenti che sembrano naturali come l'interazione con gli amici o la famiglia. Poiché i comportamenti dei consumatori sono cambiati in un mondo sempre più digitale, i marchi devono essere accessibili attraverso tutti i possibili canali di comunicazione. Con una pletera di opzioni di comunicazione a disposizione, come le app di messaggistica, la chat dal vivo, i social network, le videochat e il telefono, gli utenti del web si aspettano una connessione rapida con i loro marchi preferiti e risposte che sembrano autentiche e personali in ogni fase del loro processo di acquisto.

I contenuti di Rich Media nell'Imprenditorialità Sociale Digitale

I contenuti di Rich Media rivestono un'importanza cruciale nell'imprenditoria sociale digitale, in quanto possono contribuire al successo e alla crescita di un'impresa digitale attraverso l'utilizzo di video, immagini, podcast, infografiche ed elementi interattivi. In particolare, l'uso di questi strumenti e metodi può contribuire a quanto segue:

- Coinvolgimento degli utenti: I contenuti di Rich Media possono catturare più rapidamente l'attenzione del pubblico perché includono diversi tipi di media e non solo testo.
- Condivisibilità: L'uso di contenuti di Rich Media aumenta la possibilità di avere un maggior numero di condivisioni sui social media, in quanto i contenuti stessi aumentano la visibilità del marchio e attirano nuovi clienti.
- Benefici di OMR: L'incorporazione di contenuti di Rich Media può migliorare il posizionamento sui motori di ricerca e fornire una migliore esperienza all'utente, con conseguenti benefici di OMR.
- Stabilire l'autorità: Fornire contenuti di valore e ben studiati può affermare gli imprenditori digitali come esperti nel loro campo, costruendo credibilità, fedeltà e fiducia con i loro nuovi e vecchi clienti.

⁷ What Is Rich Content? - Gepard PIM. <https://gepard.io/glossary/what-is-rich-content>

- 
- I contenuti di Rich Media possono aiutare a informare i clienti su un prodotto o un servizio attraverso i metodi illustrati che portano a clienti più informati e più soddisfatti. I contenuti testuali semplici non sono sempre adatti per scopi educativi.
 - Storytelling: Lo storytelling è un altro elemento importante per ogni imprenditore per connettere i clienti con l'idea alla base dell'impresa e delle cause che sostiene. Con contenuti di Rich Media, gli imprenditori sociali digitali possono raccontare la storia del loro marchio in modo più coinvolgente e accattivante, creando connessioni emotive con il pubblico.
 - Vantaggio competitivo: È uno degli aspetti fondamentali per ogni impresa per sopravvivere e avere successo nel mercato in cui opera. Incorporare una varietà di contenuti di Rich Media nella propria strategia di marketing può dare agli imprenditori digitali un vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti che utilizzano solo contenuti testuali.

Come Produrre Contenuti di Alta Qualità

La missione di ogni azienda è fornire contenuti unici e di alta qualità. Si può iniziare con una ricerca sul pubblico target e analizzare con quali esempi di contenuti di Rich Media preferiscono interagire, che siano fotografie, video o GIF animate. La ricerca della demografia può anche aiutare a determinare il tono corretto dei contenuti di Rich Media che incoraggerà il coinvolgimento degli utenti.

Quando utilizzare i Rich Media?

I contenuti di Rich Media possono essere utilizzati in tutte le fasi del percorso d'acquisto del cliente. Tour virtuali, immagini ad alta risoluzione, fogli di calcolo in loco possono contribuire ad aumentare la visibilità dei prodotti e aiutare i clienti a comprenderli meglio.



12. Product Hunt



Sito ufficiale per accedere alla piattaforma: <https://www.producthunt.com/>

Che cos'è Product Hunt?

Product Hunt è una piattaforma gestita dagli utenti in cui i creatori di prodotti e gli addetti al marketing possono presentare i loro prodotti a un pubblico esperto di tecnologia. La comunità di utenti si impegna con i prodotti attraverso voti e recensioni, fornendo apprezzamenti e feedback in egual misura – ingredienti essenziali nelle prime fasi di sviluppo di un prodotto⁸. Su Product Hunt si possono trovare alcuni dei prodotti hardware, applicazioni e software più recenti. Molti inventori e imprenditori utilizzano il sito per lanciare efficacemente i loro nuovi prodotti, mentre altri prodotti più conosciuti vengono rintracciati da altri membri della comunità.

Chi può usarlo?

Tutti possono utilizzare Product Hunt, ma la piattaforma presenta tre tipi di utenti principali: membri, cacciatori e creatori. Chiunque si iscriva a Product Hunt diventa membro della piattaforma. La maggior parte dei membri, invece, utilizza Product Hunt semplicemente per scoprire gli ultimi prodotti presenti sulla piattaforma. I cacciatori sono utenti che caricano i prodotti per facilitare gli altri a trovarli, mentre i creatori sono coloro che realizzano il prodotto e poi lo lanciano sulla piattaforma.

Come si diventa creatori?

Il processo è molto semplice. Innanzitutto, è necessario creare un account personale; una volta creato, l'utente deve seguire alcuni passaggi. Per lanciare un nuovo prodotto sviluppato dall'utente su Product Hunt, fare clic sul pulsante arancione Invia nell'angolo in alto a destra della homepage, inserire l'URL del prodotto e quindi fare clic su Inizia. Nella schermata successiva, l'utente deve fornire informazioni quali il nome del prodotto, la didascalia, i link, la descrizione e selezionare alcuni temi per classificarlo.

⁸ How to Launch a Product on Product Hunt - A Step by Step Guide - Userpilot. <https://userpilot.com/blog/how-to-launch-a-product-on-product-hunt/>



13. Quora

Quora

Sito ufficiale per accedere alla piattaforma: <https://www.quora.com/>

Quora è un sito web per domande e risposte, lanciato nel 2009, che conta più di 300 milioni di utenti. Grazie alla sua elevata visibilità nelle ricerche, è considerato un sito utile per aumentare la conoscenza dell'azienda rispondendo alle domande. Quora è una piattaforma in cui gli utenti possono porre e rispondere a domande su vari argomenti. La comunità è appassionata di condivisione delle conoscenze e la piattaforma ha la reputazione di fornire risposte di alta qualità. Gli utenti possono seguire gli argomenti o altri utenti per rimanere aggiornati sulle ultime discussioni, e la piattaforma include una funzione di blogging e un sistema di votazione per le risposte. Quora offre un potente strumento per imparare, condividere le conoscenze e partecipare a discussioni approfondite con persone di tutto il mondo.

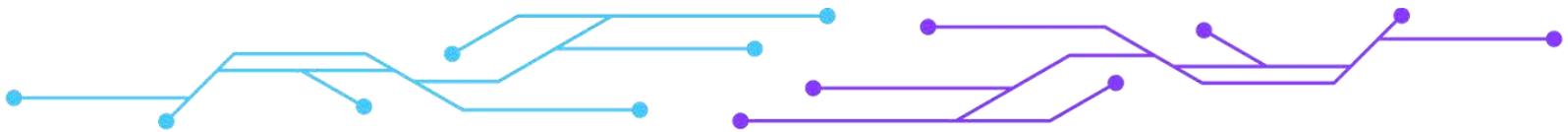
Come diventare un utente?

Iscriversi a Quora è semplice. Tutto ciò che è necessario per un individuo o un'impresa è iscriversi a Quora e iniziare a rispondere alle domande. Il sito è per lo più auto-moderato, con risposte eccellenti che vengono selezionate e risposte di spam che vengono respinte. I membri di Quora possono anche segnalare risposte abusive o di spam. Quora dispone di moderatori che esaminano le risposte segnalate. Di seguito sono riportati i semplici passaggi da seguire per diventare un utente:

1. Creare un account: Registrarsi con un account e-mail, Google o Facebook.
2. Impostare un profilo: Aggiunta di un'immagine del profilo, della biografia e degli interessi.
3. Trovare argomenti: Cercare gli argomenti che interessano all'imprenditore o seguire argomenti e domande specifiche per rimanere aggiornati.
4. Porre domande: Creare una nuova domanda con un titolo chiaro e conciso e fornire un contesto.
5. Rispondere alle domande: Scorrere le domande e fornire risposte utili e dettagliate.
6. Voti alti o bassi: Un imprenditore sociale digitale può votare le risposte con un "voto positivo" o un "voto negativo" per indicarne la qualità.
7. Seguire gli utenti: Seguire altri utenti per vedere le loro domande e risposte.
8. Scrivere post: Utilizzare la funzione di blogging di Quora per condividere conoscenze e approfondimenti su argomenti specifici.

L'utilità di Quora nell'Imprenditoria Sociale Digitale

Quora.com è importante per l'imprenditoria sociale digitale perché offre l'opportunità di aumentare la consapevolezza del marchio, generare opportunità, creare contatti/reti con altre entità del settore, condurre ricerche di mercato e migliorare l'OMR. Rispondendo a domande pertinenti al loro settore su Quora, gli imprenditori sociali digitali possono affermarsi come leader di pensiero e attrarre potenziali clienti interessati ai loro prodotti o servizi. Inoltre, Quora offre agli imprenditori una piattaforma per entrare in contatto con persone che la pensano allo stesso modo e per acquisire conoscenze sui punti critici e sulle sfide del loro pubblico di riferimento.



14. BetaList



Sito ufficiale per accedere alla piattaforma: https://betalist.com/faq#what_is_betalist

Beta List è un sito web che consente ai visitatori di trovare e ottenere un accesso anticipato alle più recenti start-up di Internet. Consente agli imprenditori di commercializzare la propria start-up a un gruppo di primi utenti desiderosi di fornire un feedback. Questa piattaforma è considerata una buona fonte di contatto con i clienti. BetaList è una piattaforma che fornisce risorse e strumenti per il successo delle start-up, tra cui una newsletter, una bacheca di lavoro e una directory di risorse. La piattaforma utilizza un processo di cura selettivo per garantire la presenza di prodotti di alta qualità. Questo può aiutare le start-up a ottenere visibilità, a ricevere feedback e a entrare in contatto con potenziali clienti e investitori.

Come fare pubblicità su BetaList come start-up?

Le start-up devono essere start-up tecnologiche, perché Beta List è focalizzata sulla tecnologia. Ogni start-up ha due opportunità per essere presente. Una volta prima del lancio e una volta durante il lancio. Tra un post e l'altro dovrebbe trascorrere almeno qualche settimana. Una nota molto importante è che il prodotto deve essere stato lanciato di recente o deve essere ancora inedito. I prodotti che hanno ricevuto copertura da parte della stampa non hanno molte probabilità di essere accettati.

Il processo di avvio di Beta List è molto semplice e consiste nelle seguenti fasi:

1. Creare un Account: Per utilizzare Beta List, ogni individuo/ente deve creare un account. L'account può essere creato utilizzando un indirizzo e-mail valido o un account di social media.
2. Presentazione del Prodotto: Una volta creato l'account, l'imprenditore può presentare il prodotto che deve essere esaminato. È necessario includere una descrizione dettagliata, foto/screenshot e video.
3. Attesa del Processo di Revisione: Il prodotto presentato viene sottoposto a un processo di revisione da parte del team di Beta List. Se viene selezionato, verrà pubblicato sul sito web e sulla newsletter.
4. Coinvolgimento della Comunità: Una volta che il prodotto è stato pubblicato sul sito web ed è accessibile a tutti, l'imprenditore ha la possibilità di impegnarsi con la comunità rispondendo ai commenti e ai feedback per ottenere preziose informazioni.
5. Utilizzare altre Risorse di Beta List: L'imprenditore dovrebbe sfruttare la bacheca di lavoro di Beta List e l'elenco delle risorse per gli imprenditori per far crescere le loro imprese sociali digitali.
6. Connettersi con Investitori e Clienti: Sapendo che Beta List ha un vasto pubblico di investitori e primi utilizzatori, l'imprenditore dovrebbe utilizzare attivamente questa piattaforma per entrare in contatto con potenziali clienti e investitori che possono sostenere le sue imprese digitali e aiutarle a crescere.

15. Commercio elettronico/ online per l'ISD



Fonte dell'Immagine: <https://ewm.swiss/en/blog/future-e-commerce-what-trends-we-need-look-out>

Che cos'è una piattaforma di commercio elettronico?

Una piattaforma di commercio elettronico è il software che un'azienda online utilizza per gestire tutte le esigenze di acquisto dei commercianti e le esigenze dei propri venditori. Le pagine dei prodotti, le recensioni, le transazioni, l'evasione degli ordini, l'assistenza ai clienti e i resi sono esempi di queste esigenze.

15.1 Le 6 migliori piattaforme di commercio elettronico

Shopify – per essere rapidamente operativi.

Shopify esiste da oltre 16 anni, con quasi quattro milioni di negozi realizzati, ed è considerato un'ottima opzione per le piccole imprese che desiderano avviare rapidamente un negozio online. Il processo di iscrizione è molto semplice: l'utente può iscriversi a un periodo di prova di 14 giorni senza carta di credito e avrà una prima creazione del negozio. Successivamente, la procedura guidata di onboarding guida l'utente attraverso il processo di aggiunta di articoli, modifica del layout del negozio, collegamento del proprio dominio e impostazione dell'accettazione dei pagamenti. Quindi, anche se una persona non ha mai creato un sito web prima d'ora, non si perderà nell'applicazione web di facile utilizzo di Shopify. Tutto è ben etichettato e le istruzioni di configurazione sono esaurienti.

Shopify offre 11 temi gratuiti e oltre 100 temi a pagamento a partire da 180 dollari. È inoltre possibile selezionare oltre 1.300 modelli su ThemeForest o affidare a un designer professionista che ha già familiarità con la piattaforma la creazione di un tema su misura. Se il tema scelto non è integrato in Shopify, si può scoprire un'estensione, un plug-in o un servizio nell'app store che lo faccia. Per farlo basta navigare su apps.shopify.com, scegliere l'applicazione e cliccare su Aggiungi l'App.

Square – per vendere di persona e online.

Square è una delle migliori opzioni per le piccole imprese che desiderano vendere sia di persona, ad esempio in un mercato agricolo o in una fiera artigianale, sia online. Gli ordini online e offline sono gestiti da un'unica bacheca, eliminando la necessità di passare da un'app all'altra, di cercare i dati dei clienti su fogli di calcolo individuali o di inserire manualmente gli articoli a posteriori.

Square offre un onboarding tra i migliori del settore. Dopo l'iscrizione c'è un'intervista che deve essere compilata con i dettagli e i requisiti relativi all'organizzazione/azienda e che aiuterà a impostare tutto ciò che si adatta a tali requisiti. Square semplifica la vendita di articoli in base ai



desideri dei clienti. A seconda delle esigenze, gli utenti possono creare una singola pagina di shopping, una pagina Instagram di shopping o un sito web completo e un negozio online. Il tema predefinito verrà inoltre modificato per riflettere la categoria commerciale scelta dall'utente.

Ecwid – di Lightspeed per iniziare con un piano gratuito – poi crescere

Ecwid è considerato uno dei migliori siti per lanciare un negozio online con un esborso iniziale minimo. Ecwid offre un piano gratuito che consente di vendere i primi 10 prodotti senza costi impliciti e, dopo che l'attività inizia a guadagnare profitti, offre livelli di aggiornamento a partire da 14 dollari al mese. Inoltre, non ci sono spese di transazione aggiuntive rispetto a quelle addebitate dal portale di pagamento, per cui non viene sottratto alcun profitto con spese nascoste.

Al momento dell'iscrizione, Ecwid offre la possibilità di integrare un negozio esistente in piattaforme come WordPress, Weebly, Drupal. La Bacheca mostra un elenco di cose da fare, grande e in grassetto, che guida attraverso il processo di creazione del sito, l'aggiunta dei primi prodotti, la localizzazione del negozio e la decisione su come distribuire i prodotti e farsi pagare per essi.

BigCommerce – per venditori di grandi volumi

BigCommerce è utilizzato soprattutto da aziende multinazionali. La piattaforma si rivolge alle aziende che vendono già molto, sia in termini di unità che di guadagno. Offre la possibilità di sviluppare e gestire il negozio da qualsiasi luogo se l'utente ha accesso a un browser web e a Internet. Un altro vantaggio di questa piattaforma è che fornisce una varietà di modelli configurabili per assistere nella progettazione del negozio online. Qualunque sia l'articolo che gli utenti desiderano vendere, BigCommerce renderà semplice la sua presentazione e fornirà una pletora di strumenti efficaci per aiutarli a commercializzarlo al pubblico online.

WooCommerce – per aggiungere un carrello di spesa a un sito WordPress esistente

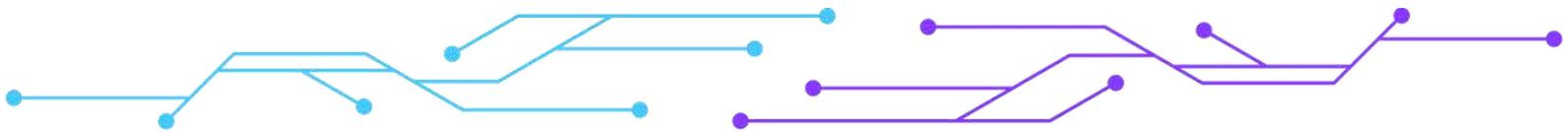
WooCommerce è una soluzione software flessibile open-source costruita per i siti web basati su WordPress. Viene utilizzato soprattutto per creare negozi online di commercio elettronico. Con questa soluzione software, chiunque può trasformare il proprio sito web normale in un negozio online pienamente funzionante, completo di tutte le caratteristiche necessarie per il commercio elettronico⁹. WooCommerce consente inoltre agli utenti di gestire facilmente il proprio negozio online, dall'impostazione della visualizzazione dei prodotti alla gestione degli ordini, fino all'accettazione di più portali di pagamento.

Questa soluzione è gratuita! Gli utenti possono facilmente scaricare il plugin WooCommerce dalla directory ufficiale dei plugin di WordPress. Uno dei motivi per cui molte aziende scelgono WooCommerce è che ha anche un'interfaccia facile da usare per i principianti, quindi gli utenti non devono essere esperti di informatica o di programmazione per iniziare.

Wix – per costruire un sito completo

Wix è considerato la migliore opzione per costruire un sito web completo, in cui il negozio online fa parte del sito, ed è un'ottima opzione per le piccole e medie imprese. Il sito stesso è molto facile da usare. Per prima cosa, l'utente deve scegliere il tipo di sito web che desidera creare e i concetti su cui il sito web si baserà per aiutare gli utenti a visitarlo. Esiste un'ampia gamma di opzioni che gli utenti possono selezionare in base all'argomento trattato dall'azienda. Wix offre ai suoi utenti una piattaforma gratuita per realizzare le idee che desiderano. Inoltre, offre molti modelli già pronti da utilizzare secondo la scelta dell'utente. Ciò che rende Wix una soluzione innovativa è anche l'opzione di Design di Intelligenza Artificiale che progetta un sito web con un certo grado di logica umana.

⁹ Sellcloud Managed WordPress Server Ready in Minutes, Spin Unlimited. <https://sellcloud.io/>



16. Utilizzo dei siti di social network (Facebook, Twitter, LinkedIn, TikTok) per i benefici sul capitale sociale dell'ISD di anziani e adulti con disabilità

Le comunità Internet come Facebook, Twitter, LinkedIn, TikTok e molte altre hanno trasformato radicalmente il modo in cui interagiamo e comunichiamo tra di noi. Queste piattaforme hanno permesso a persone di tutto il mondo che la pensano allo stesso modo di connettersi, comunicare e condividere informazioni in tempo reale. Con la crescita esponenziale degli utenti di Internet, i siti di social network sono diventati un aspetto vitale della vita sociale delle persone. Le persone usano queste piattaforme per comunicare, costruire relazioni, condividere idee e collaborare con altre persone che condividono interessi simili. Queste comunità online offrono un senso di appartenenza e forniscono alle persone l'opportunità di connettersi e di impegnarsi con altre persone che altrimenti non avrebbero avuto la possibilità di incontrare.

Queste piattaforme hanno anche svolto un ruolo significativo nella diffusione di informazioni e notizie. I social media sono diventati una fonte primaria di notizie e informazioni per molte persone. Permettono agli individui di tenersi informati sugli eventi attuali, di condividere le loro prospettive e di partecipare a discussioni con altri. Per molti versi, i social media hanno democratizzato l'accesso alle informazioni, consentendo a chiunque abbia una connessione a Internet di condividere la propria voce e il proprio punto di vista.

16.1 Come si possono utilizzare i siti di social network per ottenere benefici sul capitale sociale?

Il capitale sociale può essere classificato come “bonding” (di legame) o “bridging” (di ponte). Il capitale sociale di tipo bonding riguarda tipicamente le relazioni strette con la famiglia e gli amici, mentre il capitale sociale di tipo bridging si riferisce a legami più casuali tra gli individui. Nel contesto della formazione di relazioni, il capitale sociale bonding ha generalmente un impatto positivo maggiore, in quanto favorisce legami forti e duraturi. Al contrario, il capitale sociale bridging tende a creare legami più deboli e a breve termine.

Al capitale sociale è spesso associata un'ampia gamma di risultati sociali positivi. Quando gli individui si scambiano informazioni, diventano più informati su argomenti come i mercati finanziari, la salute pubblica, la religione, la tecnologia d'avanguardia, le malattie, i problemi sociali e altro ancora. Il capitale sociale aumenta anche la probabilità di azioni collettive contro i problemi sociali o a sostegno di varie cause. Sebbene esista un potenziale di abuso, il capitale sociale è generalmente percepito come un'influenza positiva sulla società.

Le piattaforme di social network svolgono un ruolo significativo nella promozione del capitale sociale. Mettendo in contatto persone che la pensano allo stesso modo, queste piattaforme facilitano le discussioni su interessi comuni e aiutano a stabilire e mantenere relazioni. In questo modo, i siti di social network contribuiscono sia al capitale sociale bonding che bridging, rendendo più facile per le persone accedere alle informazioni reciproche e costruire connessioni significative. In definitiva, l'impatto principale dei siti di social network sul capitale sociale consiste nel semplificare il processo di acquisizione di conoscenze e di promozione di relazioni appropriate.



16.2 Utilizzo di Facebook, Twitter, LinkedIn e TikTok per i benefici sul capitale sociale dell'ISD di anziani e adulti con disabilità

Facebook, Twitter, LinkedIn, and TikTok sono comunemente utilizzati dalle imprese digitali e sociali per promuovere il proprio marchio e coinvolgere il proprio pubblico. Ogni piattaforma ha i suoi punti di forza e può essere utilizzata in modi diversi per raggiungere obiettivi diversi. Di seguito viene presentato come queste piattaforme possono essere utilizzate per ottenere benefici sul capitale sociale delle imprese sociali digitali di anziani e adulti con disabilità.

Facebook:

- Creare e gestire gruppi basati sugli interessi per mettere in contatto anziani e adulti con disabilità con coetanei e reti di supporto.
- Condividere articoli, video e risorse rilevanti in materia di assistenza sanitaria, accessibilità, sostegno finanziario e altro.
- Ospitare eventi dal vivo, come sessioni di domande e risposte, conferenze, webinar o workshop, per coinvolgere il pubblico e fornire informazioni o competenze preziose.
- Utilizzare gli strumenti pubblicitari di Facebook per raggiungere un pubblico più vasto e sensibilizzare il pubblico sulle esigenze e i diritti degli anziani e degli adulti con disabilità e sulla loro partecipazione all'imprenditoria digitale.

Twitter:

- Condividere aggiornamenti brevi e tempestivi su notizie, eventi e risorse rilevanti per gli anziani e gli adulti con disabilità.
- Usare gli hashtag per partecipare e creare conversazioni su argomenti specifici, come l'accessibilità, l'assistenza sanitaria o i diritti delle persone con disabilità.
- Connettersi con influencer, organizzazioni e politici per difendere i bisogni e i diritti di anziani e adulti con disabilità.
- Retweet e coinvolgimento con contenuti pertinenti di altri utenti per promuovere un senso di comunità e appartenenza.

LinkedIn:

- Creare una rete professionale per anziani e adulti con disabilità, consentendo loro di entrare in contatto con potenziali datori di lavoro, partner o mentori.
- Condividere annunci di lavoro, opportunità di volontariato e risorse didattiche adatte alle esigenze di anziani e adulti con disabilità.
- Pubblicare articoli e contenuti di leadership che presentino le capacità, i talenti e i contributi di anziani e adulti con disabilità nella forza lavoro.
- Impegnarsi con aziende, organizzazioni e professionisti per promuovere pratiche e politiche di assunzione inclusive.

TikTok:

- Creare e condividere video brevi e coinvolgenti che educano, informano o intrattengono anziani e adulti con disabilità.
- Sfruttare l'algoritmo di TikTok per raggiungere un pubblico più ampio e sensibilizzare sui bisogni e i diritti di anziani e adulti con disabilità.
- Collaborare con influencer, sostenitori e creatori di contenuti per amplificare i messaggi e promuovere un senso di comunità.
- Partecipare a sfide o hashtag di tendenza per coinvolgere il pubblico e promuovere un ambiente positivo e inclusivo.

Bibliografia

- 14 Best Storyboard Software Tools of 2022 (Free & Paid) | Boords. (2022, 11 agosto). boords.com. <https://boords.com/best-storyboard-software>
- Bay20. (2020, 29 maggio). Overview of eCommerce and Types of eCommerce Websites - Bay20 Software. Bay20 Software - an e-Commerce Solution Provider. <https://www.bay20.com/overview-of-ecommerce-and-types-of-ecommerce-websites/>
- Brand Awareness: What Is It and How to Increase It in 2023. (2022, 13 dicembre). Qualtrics. <https://www.qualtrics.com/uk/experience-management/brand/brand-awareness/>
- Crowdfunding. (s.d.). <https://www.crowdfunding.com/>
- Duermyer, R. (2022, 29 novembre). *What Is Blogging?* The Balance. <https://www.thebalancemoney.com/blogging-what-is-it-1794405>
- E. (2021b, 5 febbraio). *Creation of eBooks and Rich Materials - iSONEW Digital*. iSONEW Digital. <https://isonew.digital/en/specialtes/creation-of-ebooks-and-rich-materials/>
- Five reasons why digital work may help promote inclusion of youth with disabilities | eTrade for all. (2021, 18 maggio). <https://etradeforall.org/news/five-reasons-why-digital-work-may-help-promote-inclusion-of-youth-with-disabilities/>
- Gepard PIM. (2023, 9 febbraio). *Rich Content*. <https://gepard.io/glossary/what-is-rich-content>
- Greving, J. (2020, 28 dicembre). What is BigCommerce? IWD Agency. <https://www.iwdagency.com/blogs/news/what-is-bigcommerce>
- Guinness, H. (2023, 3 gennaio). The 6 best eCommerce platforms to build an online store in 2023. <https://zapier.com/blog/best-ecommerce-shopping-cart-software/>
- I. (2023, 23 gennaio). *What is Rich Content?* <https://www.iadvize.com/en/blog/rich-content-definition#:~:text=Rich%20content%20refers%20to%20the,in%20an%20instant%20messaging%20conversation>
- iMatrix (2021c, 12 maggio). 8 Reasons Why You Need an Online Store Today. iMatrix. <https://imatrix.com/blog/advantages-of-e-commerce/>
- Indiegogo, A. A. (2022, 20 aprile). *6 Tips for a Good Pitch Video - Indiegogo Education Center*. Indiegogo Education Center. <https://entrepreneur.indiegogo.com/education/article/6-tips-for-a-good-pitch-video/>
- Integrity Inc. (2022, 1 giugno). Important Qualities To Have When Working With Developmentally Disabled. Integrity, Inc. <https://www.integrityinc.org/important-qualities-to-have-when-working-with-developmentally-disabled/>
- Jewiss, C. (2022, 17 gennaio). What Is Product Hunt and How Do You Use It? MUO. <https://www.makeuOMRf.com/what-is-product-hunt/>
- Krüger, D., & David, A. (2020). Entrepreneurial Education for Persons With Disabilities—A Social Innovation Approach for Inclusive Ecosystems. *Frontiers in Education*, 5. <https://doi.org/10.3389/feduc.2020.00003>
- M. (2022, 21 novembre). *How To Pitch Video Concept: Definitive Guide [With Examples, Tips & Tricks]* • *Filmmaking Lifestyle*. Filmmaking Lifestyle. <https://filmlifestyle.com/pitch-video-concept/>
- Minaev, A. (2022, 26 dicembre). *What is a Blog? – Definition of Terms Blog, Blogging, and Blogger*. FirstSiteGuide. <https://firstsiteguide.com/what-is-blog/>
- Movsisyan, A. (2021, 8 dicembre). *What Is a Storyboard And How To Make A Perfect One*. <https://www.yansmedia.com/blog/what-is-storyboard#tag09>
- Passaris, C. (2023, 13 febbraio). How to get sponsored on YouTube. Clipchamp Blog. <https://clipchamp.com/en/blog/how-get-sponsored-on-youtube/#:~:text=Product%20sponsorships%2C%20affiliate%20sponsorships%2C%20and,video%20that%20a%20brand%20sponsors>
- Peadamkar, P. (2023, 13 marzo). What is WIX? EDUCBA.

- <https://www.educba.com/what-is-wix/>
- Safira, A. P. (2022, 11 ottobre). What is WooCommerce? A Guide to WordPress e-Commerce. MultilingualPress. <https://multilingualpress.org/what-is-woocommerce/>
 - Seniors and People with Disabilities - California Health Care Foundation. (2023, 17 aprile). California Health Care Foundation. <https://www.chcf.org/resource/calaim-in-focus/seniors-people-with-disabilities/>
 - Sparling, C. (2022, 13 settembre). What Is Rich Content, and Why Is It Essential to Your Marketing? (Infographic) | Brafton. Brafton. <https://www.brafton.com.au/blog/creation/rich-content/>
 - Stimac, B. (2021, 23 maggio). What is Quora and How to Use it Right. Wix Blog. https://www.wix.com/blog/2019/10/what-is-quora-how-to-use-it-right/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=16242205830%5e136002928760&experiment_id=%5e%5e582527080206%5e%5e_DSA&gclid=CjwKCAiAuaKfBhBtEiwAht6H74yu4mZNL1HVfs0fDfvsAQ5Nk72_YFrLkEc_7YrSkSD8EHYt4JkZhoChWMQAvD_BwE
 - Sumrak, J. (2022, 27 dicembre). 8 Foolproof Strategies to Increase Brand Awareness in 2023. Foundr. <https://foundr.com/articles/marketing/brand-awareness>
 - Talib, R. I. A., Sunar, M. S., & Mohamed, R. (2019). Digital Society and Economy for People with Disabilities in Industry 4.0: Malaysia Perspectives. EAI Endorsed Transactions on Creative Technologies, 6(20), 162949. <https://doi.org/10.4108/eai.30-7-2019.162949>
 - Team, W. (2022, 21 maggio). Brand Awareness. WallStreetMojo. <https://www.wallstreetmojo.com/brand-awareness/>
 - Timar, A. (2021, 15 dicembre). How to Launch a Product on Product Hunt - A Step by Step Guide. Thoughts About Product Adoption, User Onboarding and Good UX | Userpilot Blog. <https://userpilot.com/blog/how-to-launch-a-product-on-product-hunt/#:~:text=Remember%2C%20Product%20Hunt%20is%20a,early%20stages%20of%20product%20development>
 - Top Ecommerce Websites That Are Helping Industry Grow (2022). (2023, 16 febbraio). The Official Cloudways Blog. <https://www.cloudways.com/blog/top-ecommerce-websites/>
 - Von Der Osten, B. (2022, 3 ottobre). The Ultimate Guide To Marketing & Sponsorship. Rock Content. <https://rockcontent.com/blog/marketing-sponsorship/>
 - *What Is a Storyboard and How Do You Make One?* | Wyzowl. (s.d.). Wyzowl. <https://www.wyzowl.com/what-is-a-storyboard/>

Outreach Hannover e.V., Germania



**Cofinanziato
dall'Unione europea**

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agencia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.