

## Modulo 5 – Competenze imprenditoriali – nuovi sogni ed opportunità

### Introduzione:

Il modulo 5 si basa sui moduli precedenti per aiutare i nuovi imprenditori a creare iniziative sostenibili e inclusive, come i tour della città, all'interno delle industrie creative e culturali. Le competenze sviluppate nei moduli precedenti, come le capacità di ricerca e la capacità di utilizzare approcci di storytelling e gamified, nonché l'implementazione di strumenti digitali, possono essere utilizzate per creare un nuovo modello di business inclusivo e sostenibile.

### Obiettivi del modulo:

- Imparare a sviluppare un metodo di imprenditoria sociale sostenibile e inclusivo.
- Essere consapevoli della pianificazione strategica e metodi di marketing e come implementarli.
- Utilizzare le innovazioni tecnologiche per migliorare un modello di business.

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

LES APPRIMEURS

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



CEPS Projectes Socials  
<http://www.asceps.org>



MULAB

## PARTE 2 - Pianificazione strategica e mercato

Obiettivi:

- Imparare a creare una politica di marketing inclusiva.
- Acquisire conoscenze sulla leadership digitale.
- Scopri come creare una squadra forte.

### Capitolo 1: Marketing inclusivo

Il marketing è un processo complesso che comprende diverse discipline, strategie e tattiche. Il marketing è il processo di creazione di un'azione del cliente redditizia e mira a motivare il pubblico di destinazione a comprare un bene o un servizio ([Sailer, n.d.](#)).

Una ricerca sulle tendenze dei consumatori nel 2020 ha dimostrato che un numero crescente di consumatori attribuisce maggiore importanza alle esigenze e alle esperienze individuali ([Chadha, 2021](#)). Questo ha portato il marketing inclusivo a diventare la nuova tendenza per quasi tutte le nuove imprese e start-up.

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

LES APPRIMEURS

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



CEPS Projectes Socials  
<http://www.asceps.org>



MULAB

Il marketing inclusivo pone le basi per l'inclusione come uno degli aspetti principali di una strategia aziendale ([Google, n.d.](#)). In termini semplici, inclusive marketing vuole assicurarsi che un marchio si connette con il più grande pubblico possibile ([texthelp.com, n.d.](#)). Man mano che il pubblico diventa più diversificato, vogliono vedere se stessi e i loro stili di vita riflessi nei prodotti e servizi che utilizzano ([Sukhraj, 2021](#)). Un sondaggio di Google del 2019 ha rilevato che oltre il 60% dei consumatori neri ha maggiori probabilità di utilizzare beni e servizi di marchi che riflettono positivamente la loro razza e/ o etnia nella pubblicità ([Zalis, 2019](#)). Allo stesso modo, il 71% dei consumatori LGBTQ+ hanno maggiori probabilità di interagire con la pubblicità online che rappresentano autenticamente il loro orientamento sessuale (ibid.).

Come sottorappresentazione, la discriminazione sistemica e gli stereotipi sono ben documentati nella storia del marketing e della pubblicità, il marketing inclusivo è più che mai necessario ([Tezcan, 2021](#)). Tuttavia, il marketing inclusivo non è un processo semplice; sostituire le immagini di persone bianche con minoranze etniche, cambiare la colorazione del packaging in rosa e aggiungere una bandiera arcobaleno a una campagna non renderà tali campagne più inclusive (ibid.). Il marketing inclusivo consiste nel far sentire alle persone che un'iniziativa, un'impresa o un'organizzazione li comprende veramente; il processo parte dalla comprensione del cliente e delle sue esperienze, e ne condivide l'etica (Ibid.).

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

### Suggerimenti per lo sviluppo di una campagna inclusiva:

1. **Conosci i tuoi clienti:** Una politica di marketing veramente inclusiva mira a comprendere il profilo dei suoi clienti e identificare le loro prospettive economiche, politiche e culturali uniche. Questa conoscenza permetterà all'azienda di formare i suoi messaggi di marketing di conseguenza in modo autentico e coinvolgente ([Tezcan, 2021](#)).
2. **Crea un team diversificato:** La pubblicità è una forma di esperienza umana e, di conseguenza, parlare con persone di diversa provenienza non è possibile se la diversità non è rispecchiata all'interno del team di marketing ([Tezcan, 2021](#)).
3. **Promuovere l'inclusione per tutti:** il marketing inclusivo non dovrebbe essere visto come qualcosa che è mirato a determinati gruppi etnici, generi o classi sociali. Piuttosto, è qualcosa che dovrebbe parlare a tutti; per raggiungere questo obiettivo ci dovrebbe essere un messaggio che si connette con le persone a livello emotivo ([Tezcan, 2021](#)).
4. **Essere consapevoli del linguaggio e il tono che si utilizza:** Il linguaggio utilizzato in una campagna di marketing è uno strumento molto potente che, se utilizzato nel modo giusto, può attirare una vasta gamma di pubblico. Tuttavia, se usato nel modo sbagliato, può essere visto come offensivo. Quando si sceglie quali parole e frasi un annuncio dovrebbe includere, il team di marketing dovrebbe assicurarsi che la lingua sia usata in modo appropriato ([texthelp.com, n.d.](#)).

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

5. **Essere autentici:** Ultimo ma non meno importante, quando si utilizza una storia come parte di una campagna di marketing cercare di essere il più autentico possibile, ottenere reali intuizioni degli utenti quando possibile ([Chadha, 2021](#)).

## Capitolo 2: Formare una squadra di successo

Creare la squadra giusta è una parte critica del successo di qualsiasi nuova iniziativa (sia essa un'impresa o una start-up) ([Shih, 2014](#)). Secondo una ricerca condotta da [Klotz et al. \(2013\)](#), il 60% dei fallimenti delle start-up è dovuto a squadre scarsamente costituite. Questo dimostra che dietro ogni imprenditorialità di successo, c'è un team virtuoso di dipendenti ([Shenoy, 2019](#)).

Conoscere l'importanza di avere una squadra forte è semplice, ma la domanda persistente è: Come scegli la tua squadra? Secondo un sondaggio condotto da Harvard Business Publishing, solo il 32% dei leader globali ha fiducia nelle competenze e nel talento dei propri dipendenti ([McClain, 2017](#)).

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

Rispondere alla domanda "Come si fa a scegliere la tua squadra?" potrebbe non essere un processo semplice, ma ci sono alcuni semplici passi che ogni start-up dovrebbe tenere a mente:

1. **Inizia in piccolo:** Come Jason Fried - un imprenditore - ha detto "Non c'è niente di male a rimanere piccoli. Si possono fare grandi cose con una piccola squadra" ([Shenoy, 2019](#)). L'inizio di una nuova start-up inizia inizialmente con il suo fondatore; pertanto, è fondamentale per il nuovo leader identificare le loro caratteristiche principali come leader prima di reclutare la loro squadra (ibid.).
2. **Impostare la visione e i valori della start-up:** Prima di passare alla fase di reclutamento, è essenziale sapere chi stai cercando. Avere una visione chiara per la tua nuova start-up e conoscere i valori della tua azienda attirerà futuri collaboratori e/o dipendenti con la stessa mentalità ed etica, e ti permetterà di costruire un team dedicato ai valori dell'azienda ([Shih, 2014](#)).
3. **Identificare le competenze:** Quando si recluta una nuova squadra, una delle prime cose che stai cercando sono le competenze dei futuri dipendenti. Ogni posizione viene fornita con una serie di competenze necessarie per aiutare l'azienda a prosperare e lavorare per il successo ([McClain, 2017](#)).
4. **Valutare l'esperienza:** una volta che hai trovato le giuste competenze, devi valutare l'esperienza del futuro dipendente. Ciò che conta di più, le competenze o l'esperienza, è

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

una domanda senza una risposta chiara. Questo dipenderà dal tipo di posizione che stai reclutando e dalla visione che hai impostato per la tua azienda ([McClain, 2017](#)).

5. **Leggi il potenziale:** Forse l'aspetto più cruciale della fase di reclutamento è quello di essere in grado di indovinare se il futuro dipendente ha la capacità e la volontà di crescere all'interno della vostra azienda e per aiutarvi a mantenere i vostri valori in movimento in avanti ([McClain, 2017](#)).
6. **Training:** Fornire opportunità di formazione al tuo team di dipendenti è un buon modo per garantire che il tuo team continui a crescere e che tutti rimangano entusiasti della visione e dei valori dell'azienda ([Shenoy, 2019](#)).
7. **Team building:** Ultimo, ma non meno importante, è il processo di team building. Il team building può contribuire a ridurre al minimo lo stress e aumenterà anche la comunicazione interpersonale tra la leadership e i dipendenti, nonché tra i dipendenti stessi ([Shenoy, 2019](#)). Molti studi hanno dimostrato che le attività di team-building aumentare la creatività di una squadra, costruire la fiducia, migliorare il lavoro di squadra e aumentare la produttività complessiva di una squadra ([Irshad, 2017](#)).

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

■

LES APPRIMEURS

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



CEPS Projectes Socials  
<http://www.aceps.org>



MULAB

## Strumenti digitali per il Modulo 5 – PARTE 2:

Strumento 2: Psychometric Serious Game for the development of a team

Strumento 4: Maintaining your public image

Strumento 5: Marketing Plan

Strumento 6: Inclusive Tourism

### Riferimenti:

Chadha, Sapna. (2021). Inclusive marketing is the future of marketing: 5 inclusive principles to guide your 2021 marketing strategy. *Think with Google: Google.com*. Available at:

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en-apac/future-of-marketing/management-and-culture/inclusive-marketing-future-marketing-5-inclusive-principles-guide-your-2021-marketing-strategy/>.

## [www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).





Google. (n.d.). Inclusive Marketing. *Google.com*. Available at: <https://all-in.withgoogle.com/>.

Irshad, Muhammad. (2017). How Team Building Activities Can Enhance Productivity. *Tech.co*. Available at: <https://tech.co/news/team-building-activities-productivity-2017-06>.

Klotz, Anthony C. et al. (2013). New Venture Teams: A Review of the Literature and Roadmap for Future Research. *Journal of Management*, Vol. 40 (1). Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0149206313493325>.

McClain, Mark. (2017). How to Choose a Winning Team. *Forbes.com*. Available at: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2017/08/28/how-to-choose-a-winning-team/?sh=646d54c41c15>.

Sailer, Ben. (n.d.). Marketing Basics: 101 Guide to Everything You Need to Know. *coschedule.com Blog*. Available at: <https://coschedule.com/blog/marketing-basics-101-guide>.

Shenoy, Sanjay. (2019). Here's how you can build a winning team that will ride your start-up to victory. *yourstory.com*. Available at: <https://yourstory.com/2019/06/build-team-for-startup/amp>.

## [www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).



Shih, Ting. (2022). 3 Ways to Know If you have the Right Team. *Inc.com*. Available at: <https://www.inc.com/springboard/3-ways-to-know-if-you-have-the-right-team.html>.

Sukhraj, Ramona. (2022). Inclusive marketing: Why modern buyers demand to see themselves in your brand. *Impactplus.com*. Available at: <https://www.impactplus.com/blog/what-is-inclusive-marketing>.

Texthelp.com. (n.d.). Understanding inclusive marketing and how you can get it right. *Texthelp.com*. Available at: <https://www.texthelp.com/resources/digital-accessibility-guide/inclusive-marketing/>.

Tezcan, Mina. (2021). The power of inclusive marketing – why it works. *KPMG Blog*. Available at: <https://home.kpmg/uk/en/blogs/home/posts/2021/04/the-power-of-inclusive-marketing-why-it-works.html>.

Zalis, Shelley. (2019). Inclusive ads are affecting consumer behaviour, according to new research. *Think with Google*. Available at: <https://www.thinkwithgoogle.com/future-of-marketing/management-and-culture/diversity-and-inclusion/thought-leadership-marketing-diversity-inclusion/>.

## [www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).