

## **Percorso formativo**

# **Donne in digitale – Smart Boost**

Nell'ambito del percorso formativo **Donne in Digitale** promosso dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy e realizzato da **Invitalia** ed **Unioncamere** a valere sul "Fondo a sostegno dell'impresa femminile" ex art. 1, commi 97-106 della Legge 178/2020 – Capo V, comprensiva della dotazione aggiuntiva del PNRR (Decreto interministeriale 24 novembre 2021). Si.Camera ha progettato **Smart Boost**: un'attività formativa intensiva con due appuntamenti - uno per aggiornamento e uno in modalità bootcamp per far decollare le competenze digitali acquisite. Le attività didattiche sono rivolte a tutte coloro che hanno partecipato alle edizioni 2023 e 2024 del percorso formativo "**Donne in digitale**", e più in generale:

- alle **donne che fanno impresa di tutti i settori produttivi ed economici**
- alle **aspiranti imprenditrici**
- alle **libere professioniste e lavoratrici autonome**
- alle **lavoratrici dipendenti del settore privato**
- alle **donne che ricoprono posizioni di leadership o di lavoro all'interno delle organizzazioni del sistema associativo**
- alle **donne inserite all'interno delle organizzazioni del terzo settore**
- alle **Presidenti e alle componenti dei Comitati per l'imprenditoria femminile** istituiti presso tutte le Camere di commercio d'Italia, in qualità di imprenditrici

che vogliono aggiornarsi e/o approfondire quanto già trattato nelle attività formative a cui hanno preso parte.

## PREMESSA

La diffusione del digitale ha comportato il cambiamento e il ripensamento di tutti i modelli di business anche dei più tradizionali. L'utilizzo delle tecnologie digitali e di internet ha radicalmente innovato le strategie per raggiungere e fidelizzare i propri clienti, ha modificato (grazie alla mole di informazioni oggi disponibili) i processi di *decision making* aziendali e introdotto nuove modalità di organizzazione del lavoro.

Se è vero che internet, i social e le tecnologie digitali rendono possibile raggiungere consumatori anche molto lontani, mettere a punto campagne promozionali mirate su segmenti di utenza specifici, velocizzare e fluidificare i processi lavorativi e prendere decisioni analizzando dati numerosi e complessi velocemente è del pari vero che ancora lunga è la strada affinché il sistema imprenditoriale italiano e quello femminile nello specifico colga appieno le potenzialità del digitale.

In particolare, sebbene le imprenditrici siano consapevoli che l'accesso e l'uso delle tecnologie digitali rivestano un ruolo fondamentale per ampliare le opportunità delle proprie aziende, esiste ancora un evidente divario digitale di genere, per cui le donne non raggiungono le cosiddette "competenze digitali".

A confermarlo, il quadro di valutazione 2022 (ultimo dato disponibile) **Women in Digital** della Commissione Europea in cui si evidenziano le disuguaglianze tra uomini e donne nell'economia digitale, soprattutto alla

luce dei nuovi obiettivi per la trasformazione digitale dell'Europa per il 2030. L'Italia, nel contesto europeo, si colloca al quart'ultimo posto: le donne in Romania, Bulgaria, Polonia, Ungheria e Italia ottengono i punteggi più bassi in termini di partecipazione femminile all'economia e alla società digitale. In particolare, nel nostro Paese le donne laureate in STEM sono l'1,4% a fronte del 2% per i maschi e le specialiste ICT sul totale occupati sono l'1,5% a fronte del 5,7% degli uomini.

Il divario riguarda anche l'uso di Internet e le competenze degli utenti di Internet. Il 79% delle donne utilizza Internet regolarmente rispetto all'82% degli uomini. Negli indicatori delle competenze digitali si osserva una differenza di 5 punti percentuali: il 43% delle donne possiede almeno competenze digitali di base (48% dei maschi), il 20% ha competenze digitali superiori a quelle digitali di base (25% dei maschi) e il 55% ha almeno competenze di base nella creazione di contenuti digitali (60% dei maschi).

## OBIETTIVI

L'**obiettivo** delle attività formative è **stimolare percorsi di upskilling e reskilling** orientati all'acquisizione ovvero al rafforzamento delle competenze digitali relative all'organizzazione del lavoro o alla comunicazione con il mercato e con gli utenti. Il corso intende, altresì, contribuire a incidere sugli stereotipi di genere che vedono le competenze digitali come appannaggio prevalente degli uomini.

Al termine delle attività didattiche intensive le partecipanti :

- saranno in grado di presidiare con maggior consapevolezza le comunicazioni con i clienti
- avranno aggiornato conoscenze e competenze tecnico-gestionali nel campo della comunicazione di contenuto - content creation e curation

## TEMATICHE E ARTICOLAZIONE DELL'INIZIATIVA

Il percorso formativo prevede momenti misti tra lezione frontale e attività operative, per analizzare le seguenti tematiche:

- **Come comunicare al meglio con i clienti in tutti i touchpoint digitali dell'impresa?**
- **Come pianificare e gestire strategicamente i contenuti?**

## METODOLOGIE FORMATIVE E MATERIALI DIDATTICI

Il Percorso formativo prevede un **approccio metodologico** finalizzato a trasmettere alle partecipanti non tanto e non solo informazioni e abilità, ma soprattutto **a fornire technicalities e strumenti orientati al saper fare**, in tal senso i moduli si qualificano per un taglio fortemente operativo e tarato sui reali fabbisogni conoscitivi e applicativi delle partecipanti.

In coerenza con la metodologia adottata il Percorso formativo si caratterizza per l'utilizzo di metodiche formative proprie della **didattica attiva**, ovvero per il coinvolgimento costante delle partecipanti e l'adattamento continuo del processo formativo alle caratteristiche dell'aula ed all'evoluzione del suo sistema di apprendimento.

Pertanto, oltre a momenti di "**formazione frontale**", ampio spazio è dato a:

- discussioni in aula e brainstorming;
- bootcamp che, con esercitazioni e sperimentazioni pratiche, permetteranno alle imprese di seguire tutti gli step necessari per definire strategie funzionali;
- casi pratici.

Per i **bootcamp** l'approccio utilizzato è quello della modalità **stories-in-learning**, con la creazione di un personaggio femminile che, proprio come le discenti, dovrà decidere un percorso strategico e decisionale per far conoscere il suo brand e posizionarsi sul mercato con obiettivi specifici.

Saranno messi a disposizione delle partecipanti materiali progettati ad hoc e sitografia ragionata. I materiali didattici distribuiti si caratterizzeranno per un linguaggio pragmatico, operativo e accessibile nonché per la flessibilità e modularità della fruizione ed utilizzo.

#### ARTICOLAZIONE, MODALITÀ ORGANIZZATIVE E ATTESTATO

Il percorso formativo si caratterizza per una struttura ed un'articolazione temporale che garantiscono la compatibilità delle attività formative con l'attività professionale e favoriscono una proficua alternanza tra momenti d'aula e momenti di sperimentazione nella propria realtà aziendale di quanto appreso.

Le attività sono erogate in **web conference** con l'articolazione seguente: 1 modulo di aggiornamento e 1 *bootcamp* pratico, entrambi della durata di 3 ore.

Al fine di facilitare ulteriormente la partecipazione, il percorso è realizzato in 3 edizioni – a Settembre, Ottobre e Novembre 2025 con la seguente calendarizzazione:

#### CALENDARIO DELLE EDIZIONI

ORARIO MODULI: dalle 15:00 alle 18:00

	<u>Prima edizione</u>	<u>Seconda edizione</u>	<u>Terza edizione</u>
★ CustomHER Experience	10/09/2025	22/10/2025	12/11/2025
🚀 BOOTCAMP - Content Creation	17/09/2025	29/10/2025	19/11/2025

Al termine del Percorso, alle partecipanti sarà rilasciato l'attestato di partecipazione.

#### PROGRAMMA DIDATTICO

Di seguito il programma delle attività con indicazione degli obiettivi formativi, dei contenuti di dettaglio, dei docenti e della calendarizzazione.

## Smart Boost Donne in Digitale Modulo di approfondimento

### Data e orario

**1^ edizione**  
**10 Settembre**  
**15.00-18.00**

### Docente

**2^ edizione**  
**22 Ottobre**  
**15.00-18.00**

### Docente

**3^ edizione**  
**12 Novembre**  
**15.00-18.00**

### Docente

Francesco Berni  
Francesca Proietti  
Marianna Sposato

### Obiettivi

Il modulo è finalizzato a far comprendere le strategie e le opportunità derivanti dalla **comunicazione con i clienti** a più livelli dell'organizzazione aziendale, fornendo indicazioni e strumenti operativi per approfondire le interazioni con i clienti e la gestione della brand reputation attraverso diversi asset digitali a disposizione.

### Abstract e Contenuti

Web e social si stanno evolvendo sempre più rapidamente per effetto dell'introduzione e dell'applicazione a vari livelli dell'Intelligenza artificiale. Per orientarsi in questo nuovo ecosistema è necessario partire dagli utenti e dalla loro esperienza, orientando le ritardando le comunicazione in base alle nuove forme di customer journey.

- Cos'è cambiato nell'ultimo anno a livello di:
  - Presenza online
  - Social media
  - AI
- I fattori che influenzano la customer experience:
  - Brand reputation, brand image e altro
  - Comunicazione e storytelling
  - Recensioni e UGC
  - AI, Deepfake e nuove tecnologie di comunicazione
- Cos'è un touchpoint e perché è importante per comunicare con gli utenti
- Le comunicazioni principali con i clienti/utenti su siti e pagine web
- Le comunicazioni principali con i clienti/utenti sui social media
- Cosa fare per analizzare la propria brand reputation online
- I KPI per analizzare la brand reputation
- Risorse e strumenti per l'apprendimento



**CustomHER  
Experience**

## Smart Boost Donne in Digitale - Bootcamp

### Data e orario

**1<sup>a</sup> edizione**  
**17 Settembre**  
**15.00-18.00**

### Docenti

Francesco Berni  
Francesca Proietti  
Marianna Sposato

### Obiettivi

Il bootcamp ha l'obiettivo di descrivere tutto il **percorso strategico per la progettazione e la cura dei contenuti per i social**, inclusi gli elementi di design e gli elementi funzionali in base ad obiettivi di marketing specifici. Il bootcamp segue la **metodologia delle stories-in-learning**, con un caso di studio elaborato sullo storytelling di un personaggio che ne è protagonista.

### Abstract e Contenuti

**Elisa** è una chef esperta in botanica e fermentazione naturale, mentre **Giulia** è una data scientist specializzata in intelligenza artificiale applicata al food tech. Dopo anni di ricerca nei loro rispettivi campi, hanno avuto un'idea innovativa: un ristorante-laboratorio in cui la natura e la tecnologia si incontrano per creare piatti unici. **SelvarIA** combina ingredienti raccolti attraverso il foraging sostenibile con ricette elaborate da un'intelligenza artificiale, coinvolgendo il pubblico nella co-creazione del menu. Ma come faranno Elisa e Giulia a far conoscere **SelvarIA** e la sua rivoluzionaria esperienza gastronomica al mondo?



### Bootcamp #2 Content curation

**2<sup>a</sup> edizione**  
**29 Ottobre**  
**15.00-18.00**

**3<sup>a</sup> edizione**  
**19 Novembre**  
**15.00-18.00**

### Docenti

Francesco Berni  
Francesca Proietti  
Marianna Sposato