

2018/2019



FLORA' HANDMADE WOMEN ACROSS THE EUROPE

Guide for Handmakers



Erasmus+

www.handmade-flora.com

This material was created as a dissemination publication in "Handmade Women across the Europe" project (funded with the support of the Erasmus+ Programme of the European Union, through Key Action 2 in the Field Adult education)

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



The opinions expressed in this material belong to its authors and Animate do not reflect the position of the European Commission.

This educational material was developed by project consortium members: Creativi108 (Italy), Proaktywni (Poland), Asociacion Jovenes Hacia la Solidaridad (Spain), Bulgarian Development Agency (Bulgaria), Business & Professional Women CR (Czech Republic) .

Project: 2017-1-IT02-KA204-036766



2019

All correspondence related to this publication should be addressed to:

APS Creativi108
Address: Olmetola Street, no. 17, apt. A, Bologna, Italy
Email: info@creativi108.com
Web: www.creativi108.com

Copyright for this publication belongs to Creativi108. Partial reproduction of this material for non-profit purposes is allowed with the reference of the source; In the case of a profit making purpose the written permission of Creativi108 is compulsory.



FLORA': GUIDA PER HAND MAKERS

1. Introduzione
 - 1.1 Prefazione – Il progetto
 - 1.2 Introduzione al concetto di lavoro autonomo nel campo delle hand makers
2. Competenze necessarie per diventare un'hand maker
 - 2.1 Autoimprenditorialità and strumenti
 - 2.2 ICT & E - Commerce, diritti IP e protezione dei dati
 - 2.3 Social Media Marketing
 - 2.4 Business e Management
 - 2.5 Disciplina Finanziaria
 - 2.6 Canvas Florà e mentoring
3. Conclusione
 - 3.1 Risultati finali del progetto raccolti dalla valutazione dei corsi di formazione raccolti durante il progetto
 - 3.2 Storie di successo dalla Polonia
 - 3.3 Considerazioni

1. Introduzione

"Florà: donne handmade attraverso l'Europa" è un progetto KA2 di partenariato strategico Erasmus+ di 24 mesi.

Ci siamo concentrati sugli SCAMBI DELLE BUONE PRATICHE. Il consorzio è un mix di cinque istituzioni complementari appropriate con il profilo, le esperienze e le competenze necessarie per fornire tutti gli aspetti del progetto, provenienti da diversi campi di istruzione e formazione, compresi i nuovi arrivati in questo campo. Ci sono partner provenienti da Polonia, Italia, Spagna, Repubblica Ceca e Bulgaria. Il coordinatore è Creativi108 dall'Italia.

Il progetto è stato disegnato per condividere esperienze e buone pratiche nell'educazione degli adulti e per condividere e creare metodi innovativi strumenti utili per le donne che lavorano a mano attraverso corsi di formazione basati sulla cooperazione europea.

Il progetto è la risposta alle richieste locali di tutti i partner che provengono da regioni ad alta disoccupazione femminile e che ricercano un modo alternativo per lavorare autonomamente nel settore creativo e aprire microimprese.

L'obiettivo generale del progetto è quello di sviluppare partenariati tra organizzazioni educative focalizzate su potenziali aree di crescita come quelle del fatto a mano.

Gli obiettivi specifici del progetto sono:

1. Condividere buone pratiche di lavoro autonomo attraverso l'apprendimento open source;
2. Sostenere una rete di lavoratori artigiani europei;
3. Sostenere lo scambio di competenze

L'impatto del progetto è da vedersi sui partecipanti al progetto che hanno acquisito nuove competenze e sono diventati in grado di competere sul mercato del lavoro con professionisti.

Le organizzazioni dei partner hanno creato una forte partnership e continuano la cooperazione.

I potenziali benefici a lungo termine saranno da vedersi come il miglioramento della qualità dell'istruzione e della formazione nelle organizzazioni dei partner.

Emergerà un miglioramento della situazione del mercato del lavoro femminile quando le discenti condivideranno la propria esperienza e le nuove competenze acquisite con i futuri studenti a livello professionale e inizieranno a lavorare come hand makers.

1.1 Prefazione – Il progetto

Il progetto Florà ha contribuito ad accrescere le competenze e le conoscenze di 15 hand maker europee. Queste promuoveranno eventi peer-to-peer con altre donne hand maker nel loro paese.

Sono stati tenuti alcuni corsi di formazione, quali:

- A Valencia sull'imprenditorialità;
- In Bulgaria sull'e-commerce;
- A Cracovia sul social media marketing;
- A Praga su aspetti di business e di gestione;
- In Italia sulla disciplina finanziaria

Le partecipanti sono diventate più consapevoli delle loro capacità. Hanno una maggiore fiducia nel loro potenziale. Le competenze acquisite per trasformare una passione in una retribuzione lavorativa. Usano le ICT per lavorare e comunicano meglio in inglese. Diventeranno più consapevoli della propria cultura nazionale e di altre culture europee. La maggior parte delle studentesse svilupperà la sua micro-impresa, diventando un esempio per altre donne.

I partner hanno organizzato videoconferenze per il personale e le partecipanti per scambiare buone pratiche, comunicare e condividere le esperienze. I partner hanno inoltre organizzato attività di divulgazione con il coinvolgimento di parti interessate locali, altre istituzioni professionali e ONG per rendere l'impatto del progetto più sostenibile.

L'output principale è il Manuale E-Book come materiale pedagogico e metodico per la diffusione nelle proprie e altre organizzazioni, nelle comunità locali, a livello nazionale, europeo e internazionale.

È stata creata la pagina Facebook del progetto e il sito Web <http://handmade-flora.com>.

Il progetto Florà continuerà sul sito Web con nuovi contenuti e implementazione e nuovi progetti

1.2 Introduzione al concetto di lavoro autonomo nel campo delle hand makers

La definizione di lavoro autonomo è "avviare e gestire un'impresa di successo o un'impresa sociale". Molte donne hand maker iniziano come hobbiste e poi passano al lavoro autonomo che costituisce una micro impresa. Il lavoro autonomo è talvolta l'unica opzione se desidera perseguire un percorso professionale specifico.

Per alcune donne è una scelta di vita praticabile perché:

1. Consente un impiego flessibile e part time;
2. Facilita la riconciliazione del lavoro familiare;
3. Consente l'espressione creativa del proprio potenziale

I motivi per cui le persone scelgono il lavoro autonomo possono includere anche:

1. Il desiderio di vendere le proprie abilità e/o competenze;
2. Il desiderio di mettere alla prova un'idea;
3. Perché si assapora una sfida;
4. Voler generare un secondo flusso di reddito;
5. La sensazione che non ci siano altre opzioni.

Il lavoro autonomo ha i suoi vantaggi e i suoi rischi:

Vantaggi:

1. Libertà
2. Essere il tuo capo
3. Guadagnare denaro con il lavoro che ti piace
4. Lavorare meno ore
5. Indipendenza
6. Lavorare da casa

Rischi:

Le più grandi aspirazioni delle hand makers legate al lavoro autonomo richiedono anni di duro lavoro e impegno per poterle raggiungere. È questa realizzazione che fornisce lo shock più grande alla maggior parte delle donne che decidono di lavorare da sole. Ciò può far luce sul perché solo poche hand makers riescono nei primi tre anni a produrre un reddito sostenibile. Pertanto, nei primi tempi potrebbe essere necessario tenere presente quanto segue:

1. Fai tutto da sola e sei la responsabile della gestione quotidiana della micro impresa. Ciò può significare svolgere compiti che non ti piacciono, come ad esempio alcuni legati ad aspetti finanziari o amministrativi
2. Grandi redditi sono rari all'inizio. Vi è la necessità di investimenti iniziali personali nelle micro imprese, di apprendimento, e di competenze legate a molte abilità

3. Potrebbe essere necessario considerare di avere un secondo lavoro per contribuire a fornire una fonte di reddito garantita per i costi della vita quotidiana
4. È necessario offrire un prodotto per il quale esiste una domanda. Ciò può dipendere dalla proiezione di una determinata immagine, dal perfezionamento di una tecnica o dalla realizzazione di un prodotto unico
5. Solo tu sei responsabile. Prendere una decisione poco saggia potrebbe ridurre le tue entrate
6. È impossibile sfuggire ad alcune pressioni, in particolare quelle che provengono da clienti e clienti
7. Le battute d'arresto possono influire sulla fiducia e sui profitti. Sii realistico e impara dai tuoi errori
8. Dovrai stipulare accordi fiscali, pensionistici e sanitari

2. Competenze necessarie per diventare un'hand maker

C'è un alto livello di impegno nell'avvio di un'impresa, quindi devi guardarti attentamente per vedere se sei pronta per questa sfida. Il controllo delle capacità e della personalità e la creazione di un team di supporto di familiari, amici e consulenti è altrettanto importante.

Le conoscenze essenziali includono:

1. Auto-branding;
2. comunicazione sui social media;
3. ricerca e progettazione del prodotto;
4. amministrazione e disciplina finanziaria;
5. competenze Tic;
6. gestione del tempo;
7. servizio clienti.

Le qualità essenziali includono:

1. disponibilità a correre rischi;
2. accettazione dell'incertezza;
3. autodisciplina;
4. passione;
5. energia;
6. creatività.

È essenziale effettuare una valutazione realistica dei tuoi talenti e capire se ti mancano le competenze essenziali per il successo del tuo progetto. Potresti essere in grado di acquisire alcune di queste abilità e tecniche attraverso la formazione o corsi o attività di mentore.

2.1 Autoimprenditorialità and strumenti

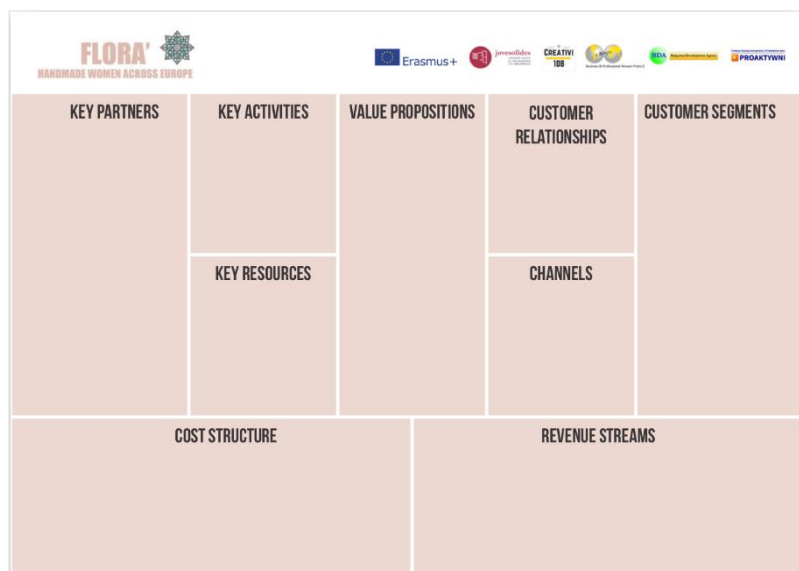
La formazione è stata progettata per innescare la scintilla giusta per:

- Sensibilizzare sul fatto che siamo tutti creativi, dobbiamo solo "svegliare" la nostra creatività;
- Creare IDEE in modo creativo e collettivo dalle parole;
- Rafforzare la capacità di affrontare problemi reali fornendo soluzioni innovative;

- Promuovere la costruzione collettiva dei concetti chiave del progetto, identificandosi con ciò che funzionerà sul progetto e sui laboratori;
- Introdurre miglioramenti nei tuoi progetti e sfruttare il lavoro di squadra per produrre più idee;
- Per sperimentare un approccio all'espressione di un modello di business attraverso la struttura fornita dalla Canvas;
- Per strutturare i diversi elementi che compongono il tuo progetto / business, sviluppare nuove idee e miglioramenti in modo ordinato e conoscendo le relazioni tra ciascuno degli elementi;
- Per produrre una riflessione sulla necessità di adattarsi al contesto, al tipo di cliente o ad altri aspetti, in base alle esigenze e alle circostanze;
- Pensando fuori dagli schemi, usando l'immaginazione intendiamo generare nuove idee per migliorare un prodotto o un servizio;
- Per visualizzare le possibilità di migliorare la loro proposta con l'uso di tecniche creative e partecipative;
- Per presentare idee e concetti in diversi modi, lavorando la nostra immaginazione;
- Creare un messaggio che raggiunge il cliente;
- Per sintetizzare la nostra idea / progetto in modo efficace (elementi chiave).

Per raggiungere questo obiettivo, l'allenamento ha utilizzato diversi giochi, tecniche e dinamiche. I tre principali elementi e metodologie come obiettivo durante questa formazione sono stati i seguenti:

- CANVAS Social Media Model- Lavora sulla tua idea lavora sulla tua idea / progetto, usando una semplice presentazione di newsletter. Da lì sarai in grado di saltare su una prospettiva più professionale utilizzando un CANVAS BM, fai brainstorming di idee, chiediti dove vuoi arrivare e come ...



NEWS 2018



FLORA'

HANDMADE WOMEN ACROSS EUROPE








Bulletin 30th, May 2018

Include the headline of your proposal

Make a drawing of how you see your idea

Describe briefly your idea

Your target	The added value	The expected impact

Which is your target
Which is the added value
Which is the expected impact

- Inizia a conoscere i tuoi clienti, a chi stai vendendo ... poniti le domande e prova a metterti nei panni dei tuoi clienti. Fai il grande passo e "convalida" le tue risposte ogni volta che ne hai la possibilità ...

Cosa pensa o sente?

Che cosa dice o fa?

2.2 ICT & E - Commerce, diritti IP e protezione dei dati

Al fine di stabilire correttamente la propria attività utilizzando le ICT e l'e-commerce, si dovrebbe prima effettuare una ricerca di base del mercato (**chi** sono i clienti; **come** si raggiungono i clienti, i **concorrenti** e infine identificare i propri **fornitori**). Come secondo passo, un'impresa autonoma

dovrebbe identificare una strategia di marketing e di vendita, che deve comprendere come organizzare le vendite e il marketing dei propri prodotti. È importante prestare attenzione a fotografare /riprendere i propri prodotti per poter vendere con successo online. Mentre ci sono vantaggi nell'uso di piattaforme di vendita pronte, si dovrebbero anche considerare i rischi e i costi correlati. Lo sviluppo di una piattaforma di auto-vendita potrebbe essere difficile ma all'aumentare delle vendite, può essere uno strumento prezioso per la crescita e il successo.

In una fase successiva, dovrebbe essere preso in considerazione il tipo di società (persona giuridica). Potrebbe essere un lavoratore autonomo, una responsabilità limitata o altro. In ogni paese esistono diverse definizioni, ma in genere la cosa più importante è considerare responsabilità e costi.

Infine, il business di un produttore manuale deve sviluppare una chiara strategia per la determinazione dei prezzi dei prodotti. Dovrebbe includere il prezzo delle forniture, il costo del lavoro, il costo del marketing, la pubblicità, eventuali commissioni bancarie, l'imballaggio, l'assicurazione, l'imposta sul reddito e in base all'IVA del paese.

Due questioni legali sono particolarmente rilevanti per le attività artigianali e la commercializzazione dei prodotti: i diritti di proprietà intellettuale (PI) e le questioni di protezione dei dati. Il copyright è la protezione legale della proprietà intellettuale fornita agli autori / autori di opere creative originali, comprese le diverse forme di artigianato. Mentre la proprietà reale di un prodotto artistico può essere trasferita a un'altra persona o entità, l'autore detiene ancora il copyright su di esso.

La legge sul copyright è territoriale e differisce in base all'ordinamento nazionale. L'armonizzazione della protezione del copyright a livello internazionale è stata raggiunta attraverso la Convenzione di Berna per la protezione delle opere letterarie e artistiche adottata nel 1886. Fino al 2018, 176 paesi (su 195), tra cui tutti gli Stati membri dell'UE e gli Stati Uniti, hanno ratificato la convenzione. La legge UE sul diritto d'autore relativa all'artigianato è costituita da due direttive che gli Stati membri sono tenuti ad attuare nelle rispettive legislazioni nazionali: la direttiva 2001/29 / CE relativa all'armonizzazione di taluni aspetti del diritto d'autore e dei diritti connessi nella società dell'informazione e la direttiva 2006 / 116 / CE sulla durata di protezione del diritto d'autore e di alcuni diritti connessi.

Secondo la Convenzione di Berna e la legislazione UE pertinente, la protezione del copyright copre solo espressioni specifiche e non si estende a idee, procedure, metodi operativi, concetti matematici o di altro tipo in quanto tali. I requisiti usuali per originare il copyright includono l'esistenza di un tipo di espressione materiale dell'opera e un certo livello di creatività / originalità dell'opera, sebbene

di solito la soglia sia molto bassa. Mentre nel caso tipico, l'autore detiene il diritto d'autore sul proprio lavoro creativo, in alcuni casi definito dalle leggi nazionali, il diritto d'autore può essere assegnato al datore di lavoro per il quale l'autore ha svolto un lavoro a contratto.

Secondo la Convenzione di Berna, il diritto d'autore ha origine secondo il principio della protezione "automatica" e non è richiesta alcuna registrazione o altre formalità. La protezione è data alle opere degli autori che sono cittadini degli Stati che hanno ratificato la convenzione di Berna e alle opere che sono state pubblicate per la prima volta in tali Stati (paese di origine). Si applica il principio del "trattamento nazionale", il che significa che nei paesi membri della Convenzione di Berna diversi dal paese di origine, gli autori hanno i diritti che le loro rispettive leggi concedono ai loro cittadini. L'estensione della protezione, nonché i mezzi di risarcimento concesso all'autore per proteggere i suoi diritti, è regolato esclusivamente dalle leggi del paese in cui è richiesta la protezione.

La protezione del copyright consiste in diritti morali ed economici e, secondo il diritto dell'UE, la protezione è garantita per la vita dell'autore e per 70 anni dopo la sua morte. Va notato che la protezione del copyright è soggetta a eccezioni e limitazioni, come per es. clausola di uso corretto nella legislazione degli Stati Uniti.

Un'altra questione legale che è importante per la commercializzazione e la vendita di prodotti artigianali in relazione alla legislazione sulla protezione dei dati. Il regolamento generale sulla protezione dei dati (EU) 2016/679 (GDPR) è direttamente applicabile sul territorio di tutti gli Stati membri dell'UE dal 25 maggio 2018. Il regolamento stabilisce standard molto elevati in materia di protezione dei dati delle persone e richiede agli amministratori dei dati (persone e soggetti giuridici che trattano i dati personali) per adottare documenti politici che garantiscano la trasparenza del trattamento dei dati e per garantire che i diritti degli interessati siano garantiti.

2.3 Social Media Marketing

La globalizzazione dei mercati e lo sviluppo dinamico delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione fanno sì che le imprese debbano adattarsi sistematicamente alle nuove condizioni operative. Di conseguenza, nelle condizioni del mercato moderno, i nuovi media sono diventati un importante settore di attività di marketing delle imprese. Internet è attualmente il canale di comunicazione chiave, che rappresenta una sfida per le parti interessate. Il numero di abbonati, utenti e inserzionisti aumenta regolarmente e le aziende raggiungono i clienti elettronicamente, il che rende Internet consente un'efficace promozione delle imprese e, in caso di parti interessate, la promozione dell'arte. Lavorare, costruire il proprio marchio e aumentare le vendite.

A differenza dei media tradizionali, i social media si distinguono per la comunicazione bidirezionale garantendo facilità di interazione, accessibilità universale per i creatori senza barriere all'ingresso, essendo soggetti solo al controllo sociale, facilità di modifica dei contenuti e velocità di fornitura delle informazioni.

In che modo i social media guidano il business?

Attualmente ci sono oltre 2,41 miliardi di utenti attivi di Facebook (settembre 2019) e oltre 1 miliardo di utenti attivi di Instagram (settembre 2019) su YouTube e Instagram riunisce oltre 8 milioni di persone. Da un punto di vista aziendale, i social media sono un gruppo di clienti.

Il presupposto principale dei social media è di funzionare in modo tale da consentire a tutti i partecipanti di dialogare e interagire. Questi includono non solo i popolari siti di social network, ma anche blog, forum di discussione, piattaforme di condivisione di foto o siti Web in cui è possibile pubblicare recensioni di prodotti e servizi. I social media sono uno strumento con una vasta gamma di influenza per ogni azienda che può essere promossa attraverso di loro sulla rete, sia raggiungendo nuovi clienti sia collegando quelli esistenti e costruendo la loro fedeltà.

Risultati così alti possono dimostrare una cosa. I social media saranno perfetti come strumento di vendita e promozione per le aziende. Inoltre, sono un ottimo luogo per dialogare con i clienti.

Prima di tutto: il dialogo e la costruzione di relazioni come la radio, la stampa o la televisione, i social media sono una potente fonte di informazioni. È una specie di arena per lo scambio di opinioni, osservazioni e opinioni tra utenti. Ancora di più se consideriamo il fatto che oggi una parte significativa della vita si è spostata su Internet e i social media sono diventati un luogo in cui gli utenti di Internet condividono letteralmente tutto, comprese le loro esperienze con i marchi.

Pertanto, la presenza del marchio nei social media non solo garantisce la possibilità di creare un biglietto da visita virtuale. È soprattutto un'opportunità per dialogare con i clienti e interagire con loro. Questo, a sua volta, crea un valore innegabile per ogni azienda, creando fiducia e autorità agli occhi dei clienti.

Esistono due principali siti di social network utilizzati nelle vendite:

FACEBOOK

L'attività principale nel campo del social marketing su Facebook è la creazione e la gestione di una fan page di marchio o azienda. Come parte dell'attività, foto, video o messaggi di testo sono pubblicati sul profilo. Le attività mirano ad attivare i fan dell'azienda, il che si traduce nella creazione di un'immagine di marchio positiva. È possibile creare applicazioni speciali che consentono la competizione tra i fan, il che si traduce in un maggiore coinvolgimento. Si tratta di un'azione al confine tra E-PR, che dovrebbe essere condotta parallelamente alle attività di marketing. Strumenti

speciali di Facebook vengono utilizzati per osservare Facebook, che ci consente di monitorare le frasi che abbiamo scelto in tempo reale.

INSTAGRAM

È un mezzo che è emerso da altri canali di social media negli ultimi anni. Si distingue per una forte enfasi sull'aspetto visivo e i consumatori di oggi preferiscono vedere i prodotti che possono acquistare oltre a leggerli. Instagram offre grandi opportunità nel creare un'immagine positiva dell'azienda e costruire un marchio.

2.4 Business e Management

Due parti, compiti a casa e workshop per Hand makers, preparazione prima del workshop: definire, descrivere il cliente e l'offerta unica. È importante che la comprensione della propria impresa e la ricerca della concorrenza siano realistiche e non solo in un desiderio.

Workshop:

Flora Handmade Perché e come preparare il proprio business plan

28.3.2019 Praga Ingrid Šůrová

Il piano aziendale fornisce la direzione aziendale, definisce i tuoi obiettivi, traccia le strategie per raggiungere i tuoi obiettivi e ti aiuta a gestire eventuali dossi stradali.

La preparazione di un piano aziendale ti aiuterà a stabilire gli obiettivi che desideri raggiungere e le strategie per raggiungerli.

Un business plan non è un documento creato una volta e memorizzato nel cassetto in basso. Dovresti sviluppare una guida vivente man mano che la tua azienda cresce e cambia. Le aziende di successo riesaminano e aggiornano il loro piano aziendale quando cambiano le circostanze.

La creazione di un piano aziendale ben strutturato ti darà la direzione e aiuterà la tua azienda a diventare un successo. Un piano aziendale fornisce una tabella di marcia per il futuro della tua azienda ed è essenziale per attirare finanziamenti.

Business plan- preparazione

- Analisi dei concorrenti
- Definisci il tuo cliente

1. Analisi della concorrenza:

Per favore ricontrolla i tuoi concorrenti e i loro

o Offerta, servizio, prodotti, prezzi

o Riferimenti, esperienza

o Forse nella tua città, paese, all'estero?

o Descrivere 2-3 concorrenti, prodotti diretti o simili

Consiglio di fare un elenco, una scheda, dipende dal tuo stile

Esempio: sentiti libera di estenderlo

Nome/sito web	Indirizzo	Offerta	Prodotti	Servizi	Prezzi	Riferimenti	Esperienze	Commenti

2. Definisci il tuo cliente

Nome della tua azienda.....

Data.....

Descrivi il tuo cliente, sii precisa (descrivi un compratore per il tuo prodotto)

-Chi sono i tuoi clienti e come assolvono esattamente alle loro necessità?

.....

-Cosa vogliono ottenere?

.....

-Cliente nome (come Eva, Adam)

-Età

-Genere (maschio/femmina)

-Indirizzo (es. Europa/Polonia/Cracovia)

-Professione (es. imprenditore, studente)

-Status (celibe/ sposato)

-Figli (sì o no)

Scrivi un elenco di 5 aree (almeno) in cui i tuoi clienti trascorrono il loro tempo online / offline per risolvere un problema, trovare ciò che desiderano, ciò di cui hanno bisogno e a cui sono interessati

Google/Facebook/Instagram/Pinterest.....

Negozi/e-shops.....

Magazines.....

Corsi

Altre fonti.....

Descrivi la tua offerta unica

- Perché e come riuscirai in un mercato in cui molti produttori hanno avuto successo e ancora di più hanno fallito

.....

-Descrizione del tuo prodotto/servizio

.....

-Cosa non farai esattamente

.....

-Cosa è unico

.....

-Come mostrerai il tuo successo, come e dove riconoscerlo

.....

-La tua strategia sui prezzi

.....

Tavole di lavoro

Visione personale e aziendale

Indirizzare entrambe le visioni personali e di business verso i risultati per assicurarsi di raggiungere un completo successo.

Una dichiarazione di visione provvede alla direzione da intraprendere e descrive cosa vuoi raggiungere in futuro.

Si tratta di più del “cosa” riguardo a un business

1. Immagina come sarà il business da 5 a 10 anni
2. Infondi i valori del business entro la dichiarazione
3. Assicurati che la dichiarazione si concentri su un obiettivo chiaro di business
4. Scrivi la tua dichiarazione al tempo presente
5. Usa un linguaggio chiaro e conciso
6. Assicurati che la dichiarazione si facilmente comprensibile

Disney: far felici le persone

Ikea: creare una vita quotidiana migliore per molte persone

Facebook: dare alle persone il potere di condividere e rendere il mondo più aperto e connesso

TAB: aiutare i titolari e i leader di attività a raggiungere i loro obiettivi attraverso comitati consultivi locali e insegnamenti di business

La tua dichiarazione di visione

--

Champagne moment

L'obiettivo più importante che sono desiderosa di raggiungere entro la fine di questo anno

--

Analisi SWOT

È una tecnica di programmazione strategica per aiutare a identificare punti di forza e debolezza, opportunità e minacce legate alla competizione nel business o alla progettazione

	Internal	
	Strenghts	Weaknesses
1		
2		
3		
4		
5		

	External	
	Opportunities	Threats
1		
2		
3		
4		
5		

Punti di forza

Punti di debolezza

Opportunità

Minacce

Piano di vendita

Segmentazione del mercato Target di riferimento Chi è il tuo cliente

Specifica i tuoi gruppi attraverso la geografia, l'età, il mercato (anche considerando Facebook)

Quanto è completo il tuo piano annuale? È misurabile e raggiungibile?

Plan Rules	
S	Specific
M	Measurable
A	Achievable
R	Realistic
T	Time-oriented

Target group -customers	Describe customer characteristic	Full Year Plan of Sales (\$/year)	Share in %
Segment 1			
Segment 2			
Segment 3			
Segment 4			
Segment 5			
Notes		Sales in Total \$/year	

Performance finanziaria

La performance finanziaria è soggettiva e misura come un marchio possa usare bene le proprie risorse dalla sua modalità primaria di business e generare ricavi.

Il termine è anche usato come misura generale della salute finanziaria generale del marchio su un dato periodo di tempo

	Month				Full Year		
	Actual	Budget	Last Year		Actual	Budget	Last Year
Gross Revenue							
Cost of Goods Sold							
Gross Profit (\$)							
Gross Profit (%)							
Operating Expenses							
Operating Profit \$							
Operating Profit (%)							
Other Expenses							
Net Profit \$							
Net Profit (%)							

2.5 Disciplina Finanziaria

Formazione di un giorno, workshop

Disciplina negli affari, nella finanza e nel follow-up

Obiettivo: sviluppo commerciale sostenibile e correzione delle abitudini finanziarie.

Annotazione: durante l'ultima formazione Florà con le donne Handmade, abbiamo potuto vedere molte carenze nella comprensione e nel follow-up delle pratiche finanziarie. Il seminario riassume importanti aspetti del piccolo imprenditore nel rispetto degli affari e prende in considerazione principalmente l'atteggiamento creativo delle donne nel progetto Florà. Le donne ricevono alcuni esempi pratici incentrati su un lavoro amministrativo sistematico, un semplice processo ripetitivo e una disciplina non solo in ambito finanziario.

Alla fine definiscono il loro modo di lavorare e gli strumenti per raggiungere il successo.

Ordine del giorno:

1. Introduzione
2. Principi aziendali e di successo
3. Piano aziendale e follow-up
4. Prestazioni finanziarie, regole di base
5. Pianificazione annuale, pratica con numeri
6. Impegno personale e prestazioni
7. Riepilogo, fine

1. Introduzione

Il mio ultimo training con le donne Hand made di Flora ha mostrato molte carenze nella comprensione e nel follow-up della pratica finanziaria.

Il seminario riassume importanti aspetti del piccolo imprenditore nel rispetto degli affari e prende in considerazione principalmente l'atteggiamento creativo delle donne nel progetto Flora.

Le donne ricevono alcuni esempi pratici con l'obiettivo di far funzionare sistematicamente la finanza amministrativa, un semplice processo ripetitivo e rimanere autodisciplinati negli affari.

Aspettative:



2. Principi aziendali e di successo

1. Mantenere un atteggiamento positivo e realistico e limitare la propria visione del fallimento
2. Definire una strategia aziendale e concentrarsi
3. Flusso di cassa: non sottovalutarlo
4. Lavorare efficacemente e delegare ove possibile
5. Definisci ciò che consideri successo e trova un modo per misurare la tua piccola impresa
6. Identificare il rischio e rimanere flessibile
7. Assumere persone competenti



Il flusso di cassa non è profitti o perdite!

È la quantità di denaro che entra sottratta quella che esce.

3. Piano aziendale e follow-up

Il piano aziendale (Business Plan) fornisce la direzione aziendale, definisce i tuoi obiettivi, traccia le strategie per raggiungere i tuoi obiettivi e ti aiuta a gestire eventuali ostacoli.

La preparazione di un piano aziendale ti aiuterà a stabilire gli obiettivi che desideri raggiungere e le strategie per raggiungerli.

Un business plan non è un documento creato una volta e memorizzato, da mettere poi da parte. Dovresti svilupparne uno che tenga conto di come la tua azienda man mano che cresce e cambia.

Le aziende di successo riesaminano e aggiornano il loro piano aziendale quando cambiano le circostanze.

La creazione di un piano aziendale ben strutturato ti darà la direzione e aiuterà la tua azienda ad avere successo.

Un piano aziendale fornisce una tabella di marcia per il futuro della tua azienda ed è essenziale per attirare finanziamenti.

Visione aziendale e personale

Per raggiungere obiettivi sia personali sia aziendali per essere sicuri di raggiungere il successo completo

Una dichiarazione di visione fornisce la direzione e descrive ciò che si desidera ottenere in futuro; si tratta più del "che cosa" di un'azienda.

Analisi SWOT

È una tecnica di pianificazione strategica utilizzata per aiutarti a identificare punti di forza, punti deboli, opportunità e minacce legate alla concorrenza aziendale o alla pianificazione del progetto.

Piano di vendita

Riguarda la segmentazione del mercato, il gruppo target, il profilo del cliente. Specifica i tuoi gruppi per geografia, comportamento, età, mercato (almeno come FB)

Quanto costa il tuo piano annuale? Il tuo piano è misurabile e realizzabile?

S Specific (specifico)

M **Measurable** (misurabile)

A Achievable (raggiungibile)

R **Realistic** (realistico)

T Time-Oriented (orientato nel tempo)

Piano di vendita- Segmentazione della clientela

Gruppo target -clienti	Descrivere le caratteristiche del cliente	Piano delle vendite per l'intero anno (€/anno)	%
	Total		100%

4. Prestazioni finanziarie, regole di base

La performance finanziaria è una misura soggettiva del modo in cui un'impresa può utilizzare le risorse dal suo modo di operare principale e generare ricavi. Questo termine è anche usato come misura generale dello stato finanziario complessivo di un'impresa in un determinato periodo.

Firma ed esamina ogni fattura per la tua comprensione delle spese ed esamina le entrate dei clienti (pagamento ritardato, fatture perse e dati corretti).

In caso di necessità, assumere un contabile o un ragioniere fino a quando non si comprende completamente il flusso di cassa aziendale.

Assicurati di capire da dove provengono i contanti, le uscite e come controllare il flusso.

5. Pianificazione annuale, pratica con numeri

1. Passaggio: compila il tuo nuovo piano in base ai dati del 2019, in base al piano di vendita, in base al piano di marketing, in base alla tua proposta

[illegible]

[illegible]

2. Passaggio: riempire le nuove aspettative di reddito in base al piano di vendita, utilizzare la segmentazione dei clienti

[illegible]

Total																	

Rendi il tuo foglio utile e chiaro per le tue finanze, per mese, per trimestre, per anno

3. Passaggio: Crea il tuo rapporto per cercare lo sviluppo annuale, ondate di mercato, tagli e picchi

	Month				Month				Month				Month				
	1	2	3	1Q	4	5	6	2Q	7	8	9	3Q	10	11	12	4Q	Total year
Balance 2020																	
Costs																	
Income																	
Total																	

6. Impegno personale e prestazioni

RECENSIONE DELL'ULTIMO ANNO

Elenca 3 cose che hanno prodotto miglioramenti nell'anno 2019:

Elenca 3 cose che ti hanno deluso durante l'anno 2019:

I 3 principali rischi che l'azienda deve affrontare ora:

RECENSIONE DELL'ULTIMO ANNO II.

Come è cambiato il tuo ruolo quest'anno - 2019?

--

Come vorresti che il tuo ruolo nel business cambiasse il prossimo anno 2020?

PROGRAMMAZIONE ANNUALE

2020 in €	Come è stato il 2019	Piano per quest'anno 2020	Cambiamenti	Ostacolo maggiore
Costi				
Ricavi				
Profitti				

Il singolo miglioramento più importante che possiamo fare in azienda nei prossimi 12 mesi è:

Target di mercato: il prossimo anno ci rivolgeremo ai seguenti nuovi mercati e segmenti di clienti:

Cliente esistente: offriremo i seguenti nuovi prodotti o servizi o adattamenti ai prodotti o servizi attuali ai nostri clienti esistenti:

Concorrenza: l'unica cosa che possiamo fare per migliorare le nostre aree di differenziazione rispetto alle offerte competitive è:

Qualità: l'unica cosa che possiamo fare per migliorare la qualità dei prodotti o servizi che offriamo ai clienti è:

7. Riepilogo, fine

Crea il tuo riepilogo

RISCHIO: L'unica cosa che possiamo fare per ridurre il rischio nelle nostre attività nel prossimo anno è:

2.6 Canvas Florà e tutoraggio

Il tutoraggio (mentoring) è un elemento chiave dello sviluppo personale e della carriera ed è diventato oggetto di intenso studio dai primi anni '80. Numerose definizioni di tutoraggio esistono in letteratura tutte condividendo i seguenti elementi di base, incluso quel tutoraggio:

1. Si concentra sull'acquisizione o il raggiungimento delle conoscenze
2. Consiste in supporto emotivo e assistenza nella carriera e nello sviluppo professionale
3. È reciproco, sia il tutor sia l'allievo traggono benefici

4. È di natura personale e implica l'integrazione diretta

Come tale, una definizione generale di tutoraggio è offerta da Berk et al. (2005, p.67) (1) come, “Una relazione in cui una persona con esperienza, conoscenza, abilità e / o saggezza utili offre consigli, informazioni, orientamento, supporto o opportunità a un altro per lo sviluppo professionale di quell'individuo. ”

Nel corso del progetto Florà ciò che è emerso dalle donne è stata la necessità di un sostegno individuale. I corsi svolti durante la mobilità e la formazione online non erano sufficienti a sostenere il loro sviluppo personale e commerciale. La possibilità di trattare con altre donne del settore o con esperti in alcuni argomenti chiave per il lavoro degli artigiani era una richiesta spesso sollevata dai partecipanti.

Il progetto non includeva sezioni di tutoraggio per i partecipanti, ma Creativi108 ha ideato un percorso specifico da utilizzare durante le sezioni di tutoraggio. Utile per aiutare le donne artigiane a focalizzare e valutare la direzione dei loro sforzi lavorativi.

1. Berk RA, Berg J, Mortimer R, Walton-Moss B, Yeo TP. 2005. Measuring the effectiveness of faculty mentoring relationships. Acad Med 80(1): 67.

CANVAS- Che tipo di hand maker sei?

Le donne che lavorano a mano spesso si trovano di fronte alle loro abilità iniziali. Sottovalutare il loro potenziale è un caso molto comune. Molto spesso, i loro obiettivi non sono chiari. Creativi108 ha progettato questa tela per aiutarli nella fase iniziale di analisi. Un'attività che simula di essere un orientamento.

WHAT KIND OF HANDMAKER ARE YOU?

Floràhandmadethinkers
www.handmade-flora.com



 Skills	 Product

 Knowledge	 Personality

Design by Miriam Trolese
Project published under Creative Commons 4.0 license

CANVAS- Piano d'azione

La fase creativa sarà seguita dalla valutazione delle risorse per orientarsi verso il realistico e possibile. Spesso le donne artigiane devono essere aiutate nella ricerca di risorse: interne ed esterne. Le risorse possono essere interne (conoscenze, abilità, attitudini personali) o esterne (risorse economiche, fondi, mentori, amici che le supportano, rete di fabbricanti di mani). La strategia menzionata nel canvas si riferisce alla valutazione di possibili azioni per superare gli ostacoli che impedire il raggiungimento dell'obiettivo.

ACTION PLAN

Floràhandmadethinkers
www.handmade-flora.com

**How can i improve?**

**STRATEGY**


**Limits and constraints**

**Who can help me?**

**Resources**

Design by Miriam Trolese
Project published under Creative Commons 4.0 license

3. Conclusione

3.1 Risultati finali del progetto raccolti dalla valutazione dei corsi di formazione raccolti durante il progetto

Nel progetto sono state implementate quattro mobilità miste, ognuna con una diversa portata tematica. Per monitorare i progressi di apprendimento dei partecipanti prima e dopo la formazione per le esigenze del progetto, sono stati progettati strumenti per la valutazione. Le indagini di valutazione erano necessarie per seguire i progressi dell'apprendimento di gruppo e per valutare i progressi dell'apprendimento individuale.

Nel corso del progetto sono stati preparati strumenti di valutazione della formazione quali:

1. Questionario prima della formazione - l'autovalutazione consiste in domande chiuse che si riferiscono all'argomento della formazione su una scala da 1 (molto bassa) a 5 (molto alta) e 6 domande aperte riferite a conoscenze e abilità relative al contenuto della formazione, autovalutazione dei punti di forza, anche paure e aspettative, effettuata all'inizio del training.

2. Questionario dopo il training - l'autovalutazione consiste in domande chiuse che si riferiscono all'argomento dell'allenamento su una scala da 1 (molto bassa) a 5 (molto alta) e 6 domande aperte riferite a conoscenze e abilità relative al contenuto della formazione, autovalutazione dei punti di forza, utilità dei contenuti della formazione e indicazione della possibilità di utilizzare le conoscenze e le abilità acquisite nella pratica. Effettuato alla fine della formazione

I questionari prima e dopo la formazione sono stati il punto di partenza per determinare l'aumento delle conoscenze e delle abilità acquisite durante la formazione. Consiste nella stessa domanda che ha permesso di determinare se vi fosse un aumento o una diminuzione in una determinata area di conoscenza o abilità

Il questionario è stato costruito con l'intento di monitorare i risultati di apprendimento del gruppo (si tiene conto della mediana delle risposte individuali) e di monitorare i progressi di apprendimento individuali dei singoli partecipanti che partecipano alla formazione che fornisce suggerimenti per il tutor nel suo lavoro individuale con i partecipanti.

3. Tabella per il monitoraggio dei risultati dei singoli partecipanti

La tabella per monitorare l'avanzamento dell'apprendimento dei singoli partecipanti contiene un riepilogo dei risultati delle risposte e un confronto delle risposte alla domanda prima e dopo la formazione e un riepilogo dei risultati.

4. Modulo di valutazione per formatori

È stata preparata una tabella di valutazione dei formatori come valutazione del lavoro dei formatori. Strumento per gli organizzatori per monitorare la qualità del lavoro dei formatori.

Trainings:

I. Formazione a Valencia

Argomento: competenze trasversali di lavoro autonomo e imprenditorialità

Date: 28.05.2018 - 1.06.2018 + formazione online

Questo primo di 4 passaggi formativi nel progetto "Florà: donne hand makers attraverso l'Europa" è stato progettato in base agli obiettivi principali dei progetti, analisi del percorso di carriera, analisi dei bisogni di apprendimento, esigenze individuali dei partecipanti selezionati nel processo di reclutamento. La formazione è stata avviata con metodi attivi volti a modellare le competenze trasversali e le caratteristiche imprenditoriali in relazione alle sfide del mercato artigianale con cui le parti interessate a mano lottano. La formazione consiste in 2 fasi: formazione in loco e formazione online.

I principali argomenti di formazione sono stati:

- Creatività (lavorare con la creatività attraverso diverse attività creative, cercando le migliori soluzioni e idee)
- Innovazione (come cercare un cambiamento che migliora qualcosa, dà una nuova qualità o consente di creare un nuovo prodotto)
- Imprenditorialità (Dare vita alla nostra idea / progetto, creando il processo di attività concentrato in determinate condizioni sull'uso della nuova idea al fine di generare benefici sul mercato)
- Aspetto sociale (l'importanza delle competenze trasversali)
- Raggiungere (l'arte della comunicazione con il cliente)

Risultato e impatto sui partecipanti:

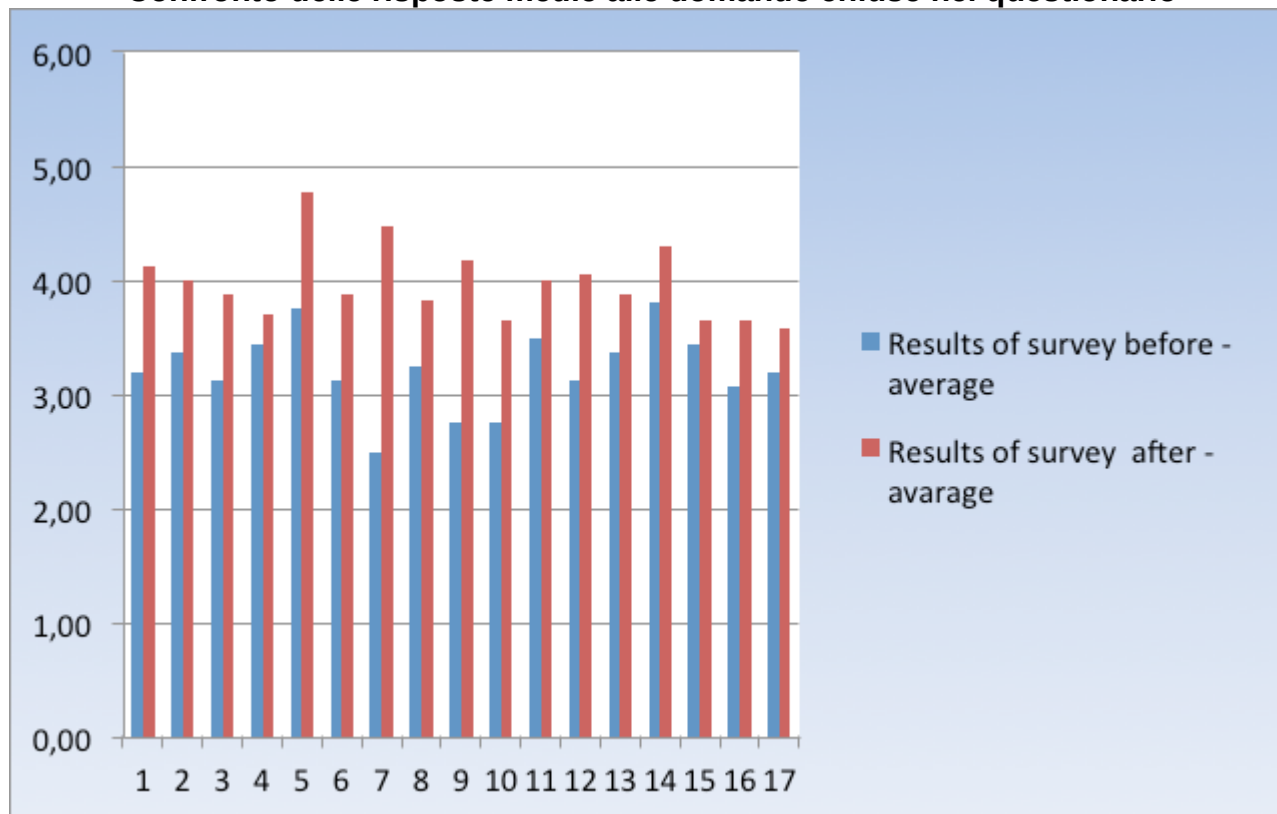
In generale, c'è stato un aumento delle conoscenze e delle abilità per tutti i partecipanti.

La crescita maggiore è stata nelle seguenti aree di conoscenza e abilità. Tutti i partecipanti hanno risposto alla loro capacità di motivare se stessi e la capacità di motivare gli altri ha aumentato la loro capacità di svolgere un discorso professionale sui loro prodotti. Sicuramente aumentato la loro conoscenza di "Elevator Pitch", cosa dovrebbe consistere nell'attrarre i loro prodotti.

I partecipanti hanno acquisito una crescita delle conoscenze e delle capacità per utilizzare gli strumenti della creatività per generare nuove idee, anche cosa fare, come pianificare i processi per trasformare un'idea creativa in azione e vendere le loro soluzioni innovative / creative agli altri. Hanno acquisito una grande crescita anche nella capacità di pianificare il modello di business, il che significa che hanno esplorato con successo il processo di costruzione del modello di business, lavorando su proprie idee / progetti, utilizzando una semplice presentazione di newsletter e una prospettiva più professionale utilizzando un modello di business Canvas.

I progressi più bassi che possiamo definire nelle aree connesse alla trasformazione delle idee creative in soluzioni realizzabili, assumendo rischi nel lavoro e impegno in situazioni in cui non ci sono risposte ovvie e non ci sono risultati certi (tutte le aree comuni per le abilità di assunzione di rischi).

Confronto delle risposte medie alle domande chiuse nel questionario



Domande:

1. Ho le conoscenze e le competenze per utilizzare le tecniche per generare nuove idee
2. So fare ricerche e raccogliere informazioni per trovare soluzioni creative e flessibili
3. Vedo ciò che è necessario per trasformare un'idea creativa in azione
4. Posso trasformare le idee creative in soluzioni utilizzabili
5. Posso motivare me stessa e gli altri
6. Posso preparare un discorso professionale sui miei prodotti
7. So cosa dovrebbe esserci nelle presentazioni dei miei prodotti secondo l'Elevator Pitch
8. Posso facilmente vedere come sviluppare e costruire qualcosa di nuovo su una buona idea
9. Posso vendere le mie soluzioni innovative/creative ad altri
10. Sono in grado di progettare un modello di business
11. So comunicare idee
12. Posso preparare un discorso professionale sui miei prodotti
13. Non ho paura di affrontare le sfide quando metto in atto i miei piani
14. Sono in grado di dimostrare originalità nel mio lavoro
15. Sono in grado di correre rischi nel mio lavoro
16. Posso pianificare come mettere la mia idea creativa in entro una forte strategia
17. Sono pronta per essere coinvolta in un progetto/idea quando non ci sono risposte ovvie e non sono sicuro dei risultati

Conclusioni:

L'aumento delle conoscenze e delle competenze riferite all'argomento della formazione è stato soddisfacente. In generale, i partecipanti hanno ottenuto una crescita in tutti gli argomenti di formazione. Come argomento più utile e importante per loro è stato esplorare il modello di business e progettare il proprio. La crescita dell'autovalutazione dei punti di forza individuali indica un aumento dell'autostima positiva dei partecipanti e della fiducia. I partecipanti sono prima di muovere i primi passi nell'assumersi la propria attività, e sono all'inizio del processo di creazione della propria immagine, che introduce le loro idee nella vita, l'inizio del processo di creazione di nuova qualità. C'è dubbio qui, un nuovo passo verso l'ignoto, alcuni non sono sicuri di dove porteranno nuove idee, quindi hanno ancora bisogno di tempo per sperimentare il rischio, hanno bisogno di tempo per vedere gli effetti duri dei cambiamenti leggermente implementati. Si consiglia di supportare i partecipanti in caso di dubbi in queste aree.

Questa formazione è stata importante come punto di partenza: impostazione del gruppo, motivazione e ispirazione del gruppo, conoscenza del gruppo, conoscenza reciproca, instaurazione della

cooperazione, avvio dei processi di miglioramento delle conoscenze e abilità dei partecipanti nella creazione di una nuova qualità.

II. Formazione a Sofia

Argomento: ICT ed e-commerce

Date: 28.05.2018 - 1.06.2018

La formazione a Sofia è una seconda delle 4 fasi del progetto "Florà: donne fatte a mano dall'altra parte dell'Europa" è stata la progettazione in base agli obiettivi principali dei progetti, analisi dei percorsi di carriera, analisi dei bisogni di apprendimento, esigenze individuali dei partecipanti selezionati nei processi di reclutamento.

La formazione è stata appositamente studiata per esplorare le capacità delle TIC nella gestione della propria attività e nell'esplorazione di questioni relative al commercio elettronico. La formazione è stata guidata con input teorici su ed esercitazioni pratiche.

Il principale argomento dettagliato della formazione erano:

1. E-commerce (esplorando le basi del commercio elettronico e i modi per avviare il commercio elettronico attività commerciale).
2. Protezione del copyright e dei dati (esplorando suggerimenti sul copyright e su come seguirlo
Regolamento sul PIL)
3. Rapporti con i clienti (esplorando l'importanza della costruzione delle relazioni e dei
modi migliori per mantenerli)

Argomenti dettagliati relativi alla formazione:

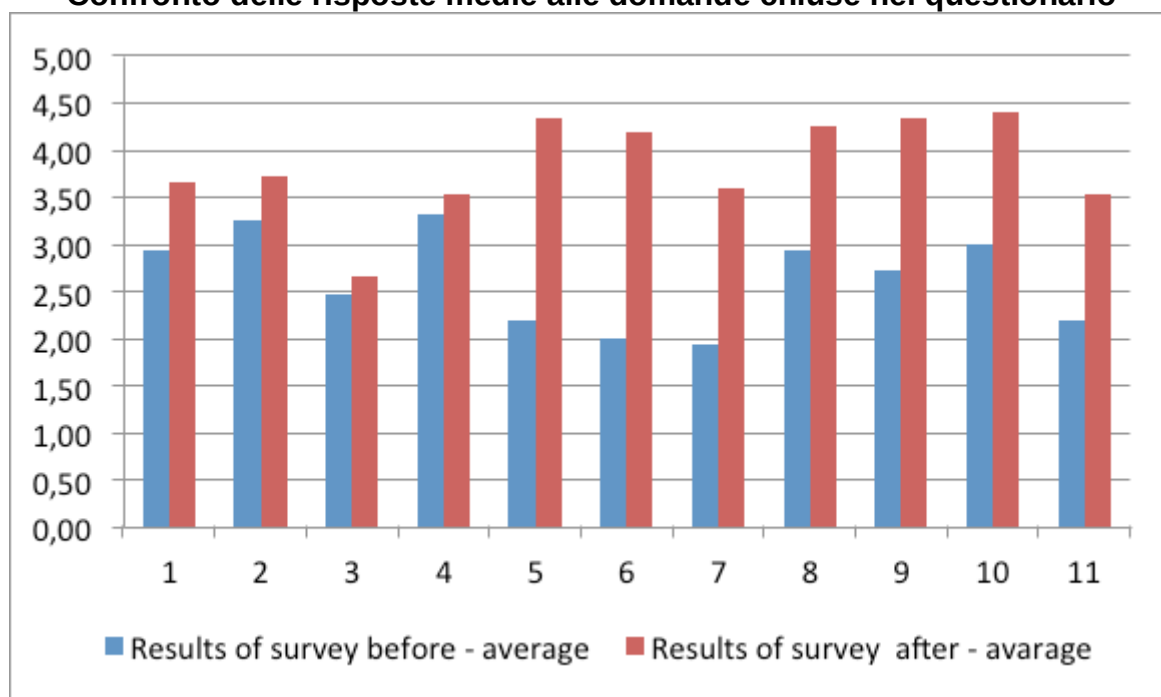
- Nozioni di base sul commercio elettronico
- Avvio dell'attività commerciale e-commerce.
- Esplorazione di blog e metodi di pagamento
- Esplorazione del copyright e perché è importante
- Dati personali e protezione dei dati
- Regolamento sul PIL e privacy online
- Gestione delle relazioni con i clienti
- Coltivare buone relazioni con i clienti
- Soluzioni CRM: reperibili e pronti all'uso

Risultato e impatto sui partecipanti:

C'è stato un aumento significativo della conoscenza dei partecipanti alla formazione. I più alti indicatori di crescita si sono verificati nelle seguenti aree di conoscenza e abilità. Sicuramente la più grande crescita è stata nella conoscenza della protezione dei dati sul copyright (circa il 50%), anche in relazione ai temi della regolamentazione del PIL e della privacy online. Anche la forte crescita è stata nella conoscenza riferita alla costruzione di relazioni con i clienti e gestione delle relazioni con i clienti, gestione delle relazioni con i clienti, soluzioni - outsource e standard. Ha aumentato la conoscenza del gruppo nel mantenere relazioni con i vecchi clienti. I partecipanti ammettono le loro conoscenze acquisite sull'e-commerce e sanno come avviare l'attività di e-commerce.

I progressi più bassi sono stati nell'argomento dell'impostazione del proprio blog e dei metodi di pagamento nel mondo degli affari. In caso di conoscenza sull'impostazione del proprio blog, mostra che ci sono partecipanti al gruppo che potrebbero avere difficoltà in questo settore. Fare riferimento per i metodi di pagamento la crescita non è stata troppo elevata, poiché i partecipanti avevano una conoscenza abbastanza elevata di questo argomento.

Confronto delle risposte medie alle domande chiuse nel questionario



Domande:

1. Sono a conoscenza delle basi dell'e-commerce
2. So come avviare l'attività di e-commerce
3. So come impostare e condurre blog
4. Ho conoscenza dei possibili metodi di pagamento per la mia attività
5. Ho conoscenza del copyright
6. Ho una conoscenza approfondita della protezione dei dati
7. So seguire la normativa sul PIL e la privacy online
8. Ho una conoscenza approfondita della gestione delle relazioni con i clienti
9. So costruire buone relazioni con i clienti
10. So come mantenere buone relazioni con i clienti
11. Conosco utili soluzioni CRM: esternalizzazione e disponibilità immediata

Conclusioni:

L'argomento dell'utilizzo delle TIC e dell'e-commerce è un altro argomento significativo nel ciclo di formazione del progetto Flora. Training ebbe successo. Vi è un notevole aumento delle conoscenze e delle abilità in questa formazione. Certamente questo argomento è stato una sfida e l'argomento più importante per molti partecipanti. In generale, la debolezza di alcune persone associate all'artigianato è la forte conoscenza delle abilità associate allo spostamento nel mondo dell'internet marketing e degli aspetti legali e tecnici del funzionamento nel mondo di Internet, la possibilità di esistere sul web. Pertanto, si osserva un aumento significativo delle conoscenze. C'è anche un aumento del coinvolgimento dei partecipanti e una maggiore concentrazione sugli obiettivi della formazione e sull'integrazione del gruppo. I partecipanti indicano come vantaggio lo scambio di esperienze e idee nel gruppo. Le risposte indicano una significativa ispirazione di gruppo e la cristallizzazione delle proprie idee. È consigliabile prestare attenzione all'argomento di creazione e gestione di un blog e supportare i partecipanti che dovrebbero discutere di più su questo argomento.

III. Formazione a Cracovia

Argomento: social media e branding

Date: 28.11.2018 - 30.11.2018

La formazione a Cracovia è un terzo dei 4 passaggi del progetto "Florà: donne fatte a mano dall'altra parte dell'Europa" è stato progettato in base agli obiettivi principali dei progetti, analisi del percorso di carriera, analisi dei bisogni di apprendimento, esigenze individuali dei partecipanti selezionati nei processi di reclutamento.

La formazione è stata appositamente studiata per esplorare i social media e il marchio. La formazione è stata guidata con input teorici su ed esercitazioni pratiche.

I principali argomenti dettagliati della formazione sono stati:

1. **Facebook** (Che cos'è? Come funziona?).
2. **Instagram** (Che cos'è? Come funziona?).
3. **Strategia di marketing** nei social media (come pianificare i contenuti nel marketing e come raggiungere i gruppi target su Facebook e Instagram, come misurare i risultati su Facebook).
4. **Strumenti utili** (Hootsuite e altre piattaforme per la pubblicazione di contenuti, Brand 24 per il monitoraggio dei social media, Canva, carburante per chat).
5. **Casi studio**

Argomenti dettagliati relativi alla formazione:

- Presentazione di Facebook
- Algoritmo di Facebook.
- Pagina aziendale su Facebook.
- Formattare post e tipi di reazioni.
- Presentazione di Instagram.
- Instagram for business - comunicazione del marchio.
- Formati postali.
- Come ottenere follower su Instagram?
- Strategia di marketing nei social media
- Comunicazione nei social media
- Misura i risultati su Facebook
- Hootsuite e altre piattaforme per la pubblicazione di contenuti
- Brand 24 - monitoraggio dei social media
- Canva
- Chat fuel

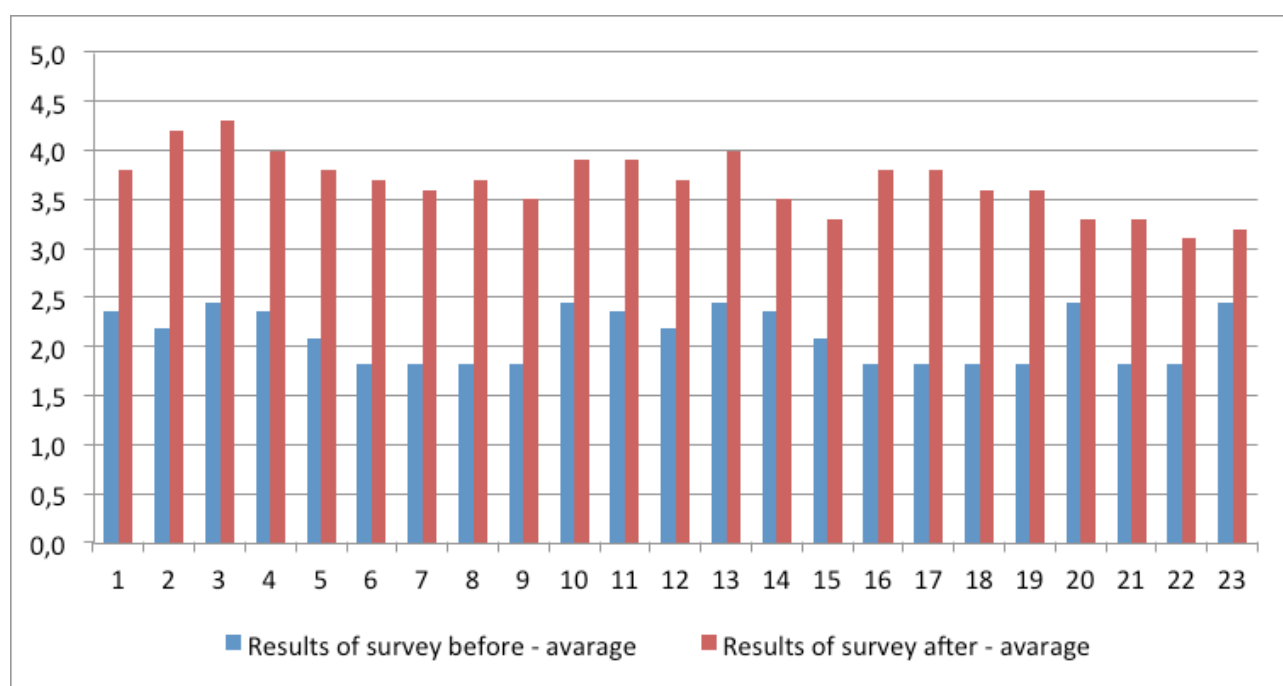
Risultato e impatto sui partecipanti:

C'è stato un aumento significativo della conoscenza dei partecipanti alla formazione. I più alti indicatori di crescita (tra il 48% e il 52%) si sono verificati nelle seguenti aree di conoscenza e abilità. Sicuramente la più grande crescita è stata nella conoscenza della creazione di pagine aziendali su

Facebook, come usare Canva, monitorare i social media, ottenere follower su Instagram, preparare strategie di marketing, pianificare e definire obiettivi nel marketing su Facebook e Instagram. La crescita elevata (tra il 38% e il 45%) è stata nella conoscenza riferita a "algoritmo di Facebook", Instagram, come preparare formati di post, usare Instagram per la comunicazione del marchio, come misurare i risultati su Facebook e Instagram.

I progressi più bassi sono stati negli argomenti riferiti all'impostazione della pubblicità a pagamento su Facebook e Instagram, al budget della pubblicità a pagamento, alla definizione del gruppo target, all'area della pubblicità a pagamento.

Confronto delle risposte medie alle domande chiuse nel questionario



Domande:

1. Ho conoscenza dell '"algoritmo di Facebook"
2. So come preparare la pagina aziendale su Facebook
3. So come dovrebbero apparire i formati dei post e quali sono i tipi di reazioni
4. Ho conoscenza di Instagram
5. Sono a conoscenza dell'utilizzo di Instagram per la comunicazione aziendale e di marca
6. Ho conoscenza su come ottenere follower su Instagram
7. Ho una conoscenza della strategia di marketing su Facebook e Instagram
8. So come impostare gli obiettivi e determinare i gruppi target su FB e Instagram

9. So come eseguire l'analisi della concorrenza e come preparare un piano media
10. Ho una conoscenza dei social media di comunicazione
11. So come preparare elementi visivi per la comunicazione nei social media
12. So come raggiungere i gruppi target su Facebook e Instagram
13. So come misurare i risultati su Facebook
14. Conosco hootsuite e altre piattaforme per pubblicare contenuti
15. So di conoscere il marchio 24
16. So come monitorare i social media
17. Ho una conoscenza di Canva
18. Ho una conoscenza del carburante della chat
19. So come impostare (pubblicità, area target ecc.) Pubblicità a pagamento su Facebook
20. So come impostare (gruppo target, area ecc.) Nella pubblicità a pagamento su Instagram
21. So come impostare il budget nella pubblicità a pagamento su Facebook
22. So come impostare il budget nella pubblicità a pagamento su Instagram
23. So come preparare la pubblicità a pagamento su Instagram

Conclusioni:

Il tema di Facebook e Instagram: al giorno d'oggi le piattaforme più conosciute nei social media come Facebook e Instagram hanno un grande impatto sullo sviluppo dell'e-commerce. La capacità di navigare nei social media è un'abilità preziosa importante nella gestione di un'azienda e un altro argomento significativo nel ciclo di formazione del progetto Flora.

La formazione ha avuto successo e la formazione è stata giudicata utile e ha aumentato significativamente la loro conoscenza del mondo dei social media e del branding. Certamente la maggior parte dei partecipanti ha indicato la possibilità di creare un profilo aziendale su Facebook come l'aspetto più importante della formazione. La maggior parte di loro ha anche sottolineato l'apprendimento dei principi di Facebook e Instagram, le regole tecniche e informali, le tendenze nei social media e il loro impatto sul commercio elettronico, costruendo il proprio marchio e sviluppando la propria azienda.

IV. Formazione a Praga

Argomento: gestione e budget

Date: 27.03.2019 - 31.03.2019 + formazione online

L'ultima formazione in 4 fasi del progetto "Florà: donne fatte a mano in tutta Europa" è stata la progettazione in base agli obiettivi principali dei progetti, analisi del percorso di carriera, analisi dei bisogni di apprendimento, esigenze individuali dei partecipanti selezionati nel processo di reclutamento. La formazione è stata avviata con metodi attivi volti alle basi della gestione e della gestione del budget necessarie per gestire la propria attività. La formazione consiste in 2 fasi: formazione in loco e training online.

I principali argomenti di formazione sono stati:

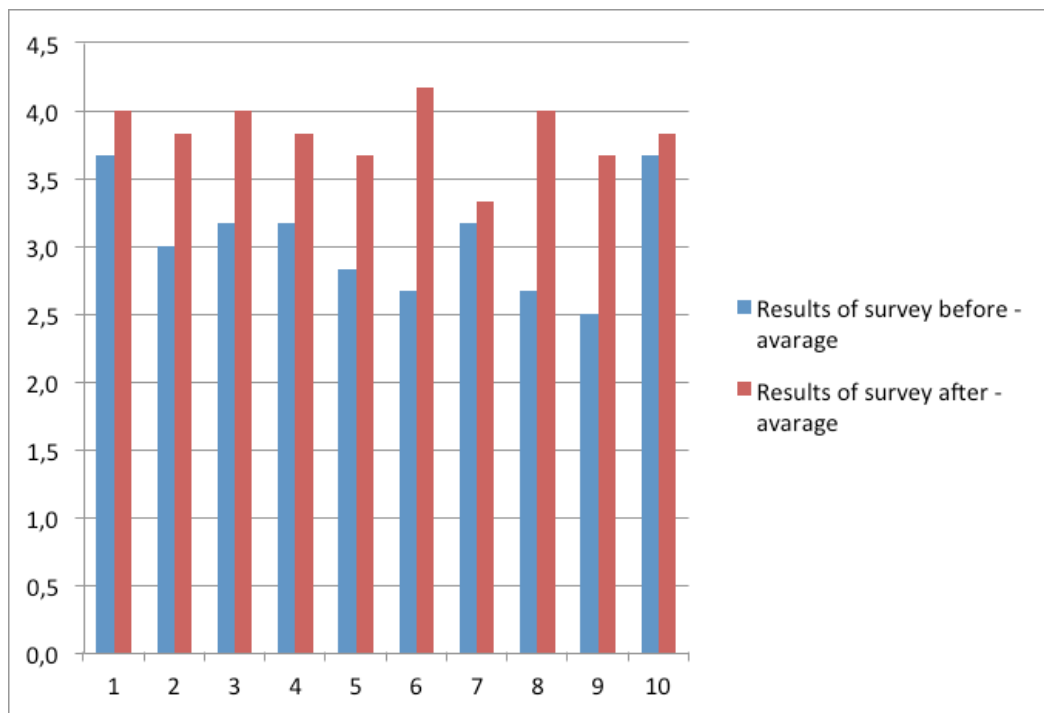
- Gestione (esplorazione delle basi della gestione e ricerca della propria visione della gestione della propria impresa, conoscenza delle buone caratteristiche della gestione, definizione degli obiettivi nella gestione della gestione)
- Analisi nella gestione (esplorazione dell'analisi swot)
- Pianificazione annuale nel proprio business (migliori pratiche, strategia e attuazione)
- Prestazioni finanziarie

Risultato e impatto sui partecipanti:

In generale c'è stato un **aumento delle conoscenze e delle abilità per tutti i partecipanti.**

La crescita maggiore è stata nelle seguenti aree di conoscenza e abilità. Tutti i partecipanti hanno rinnovato la loro capacità di pianificare annualmente, preparare le prestazioni finanziarie, utilizzare l'analisi strategica nella gestione (analisi swot) è cresciuta in modo significativo. La crescita media è stata evidente in aree come la conoscenza delle caratteristiche di una buona visione della gestione, stabilendo obiettivi nella gestione. Il progresso più basso che possiamo definire è l'aumento della conoscenza in vista della propria gestione e conoscenza del piano annuale.

Confronto delle risposte medie alle domande chiuse nel questionario



Domande:

1. Ho conoscenza dell'importanza della visione nella gestione
2. Ho conoscenza di quali sono le caratteristiche di una buona visione nella gestione
3. Ho definito e visualizzato la mia visione della mia stessa gestione
4. Sono a conoscenza di diversi tipi di obiettivi e della loro importanza nella propria gestione
5. Ho conoscenza dei metodi di analisi strategica nella gestione (come l'analisi swot)
6. So come condurre un'analisi swot per il mio business
7. Ho conoscenza della pianificazione annuale
8. So come fare la pianificazione annuale per la mia attività
9. Avere come preparare la performance finanziaria

Conclusioni:

L'aumento delle conoscenze e delle competenze riferite all'argomento della formazione è stato soddisfacente. In generale, i partecipanti hanno ottenuto una crescita in tutti gli argomenti di formazione. L'argomento della formazione è stato molto importante è stata una sfida per alcuni partecipanti che non hanno mai guidato gli affari. Ammettono di aver paura degli argomenti finanziari e delle analisi strategiche - argomenti di cui non hanno mai affrontato di cui non avevano mai sentito parlare.

Spesso la creazione di opere d'arte era un'attività hobby in cui i profitti non erano motivazione. A volte la sfida e il dilemma è abbandonare l'arte che creiamo a favore dell'arte che viene ordinata dai destinatari. Molti di loro sono attualmente in una fase di transizione, dove dalla pratica dell'arte senza scopo di lucro entra nel mondo delle vendite, che è regolato da altre leggi. Le conoscenze acquisite durante la formazione, come hanno ammesso i partecipanti, saranno utilizzate nella gestione della propria attività.

Alcuni di loro con domande aperte hanno ammesso di voler intraprendere un'attività in proprio, il che conferma che le conoscenze trasferite sulla gestione dell'azienda e sul budget dell'azienda hanno ridotto i timori di fare un passo avanti. Questa è l'ultima formazione che chiude il ciclo di formazione completa per i partecipanti al progetto Flora.

3.2 Storie di successo dalla Polonia

Il progetto Flora, come qualsiasi progetto di mobilità, porta molti benefici sia in ambito professionale che personale. I partecipanti al progetto Flora hanno avuto l'opportunità di rafforzare le competenze trasversali, l'imprenditorialità, le competenze digitali e apprendere nuovi strumenti necessari per lo sviluppo dell'azienda, ad esempio e-commerce e competenze ICT, il potere del social media marketing nella costruzione del marchio e aumentare le vendite come così come la gestione aziendale e del budget.

La partecipazione al progetto, come ammettono la maggior parte dei partecipanti, ha dato molta ispirazione, scambio interculturale e condivisione di esperienze con artisti di altri paesi. Il che dà una dimensione maggiore a questa esperienza e se è più preziosa e significativa. I partecipanti confermano l'enorme efficacia del sostegno fornito nel progetto e incoraggiano la partecipazione ai progetti Erasmus Plus. Di seguito sono riportate le storie di successo di alcune partecipanti.

Natalia Kalinowska- partecipante, Polonia



“Il mio nome è Natalia Kalinowska, ho studiato Design all’Università tecnologica di Lodz.

Ho vissuto a Lodz dalla mia nascita, e dopo molti anni mi sono trasferita nel posto che avevo sempre sognato- sulle montagne. Ho fondato una compagnia nelle Montagne di Jizera, e faccio abiti realizzati su misura. Le mie tecniche favorite del lavoro manuale sono l’uncinetto e la maglia. Ho provato a trattarlo come un hobby ma nella collezione Muslibymusly vedrete anche accessori invernali in tutti i colori dell’arcobaleno :)

La partecipazione al progetto Florà, che è dedicato alle donne, mi ha permesso di

credere in me stessa e di spiccare il volo. Mi sono occupata di artigianato per oltre dieci anni, e solo ora ho trovato il coraggio e ho ricevuto grazie al progetto la conoscenza e gli strumenti necessari per aprire la mia attività.

Immediatamente dopo il primo meeting a Valencia ho realizzato la prima collezione, per poi lavorare per un anno come attività non registrata (poiché eravamo state capaci recentemente di testare le mie idee in questo modo).

Dopo dodici mesi ho registrato l’azienda poiché le vendite erano aumentate

Tutti i meeting del progetto mi hanno portato una forte conoscenza, ma anche delle esperienze pratiche.

Ho provato immediatamente ad implementarle, ma anche andando più in profondità, cosa che incoraggio a tutte le donne di fare. Credete in voi stesse!

Cerca un programma per te: i progetti Erasmus+ offrono grandi possibilità!”



Agnieszka Wójtowicz – partecipante, Polonia



"È un uccello colorato, anche se non è associato all'urlo della giungla, ma alla pace e all'armonia"

È così che mi ha descritto la mia collega di lavoro, che ho ispirato ad agire e creare i tuoi gioielli. Mi chiamo Agnieszka Wójtowicz e lavoro in una società, e "Mi arrendo dopo ore della mia passione - creo gioielli, uncinetto per il collo, rinnovo mobili e pittura. Ho finito la sartoria della scuola, in cui ho imparato a dare nuova vita ai tessuti una nuova applicazione.

Sono affascinata dai colori: gioco di colori e penetrazione reciproca. Mi piace infettare gli altri con la mia passione e ispirare ad agire e attuare i loro piani. L'arte di creare qualcosa di nuovo mi dà gioia e forza per superare le difficoltà della vita.

La conferma della mia tesi secondo cui i sogni diventano realtà è la mia partecipazione al progetto ", che ha notevolmente rafforzato la fiducia, la fiducia nelle

sue capacità e capacità. Le riunioni con donne per le quali l'arte e il design sono fondamentali sono momenti e viaggi comuni inestimabili. Lo scambio di esperienze, idee e ispirazioni hanno fatto molto nel mio cambiamento di sviluppo e negli enormi progressi. Sviluppare le proprie ali nella creazione di nuovi progetti è un effetto di incontri creativi e formazione tra persone focalizzate sulla creazione.

La partecipazione alla formazione ha ampliato le mie conoscenze, ho imparato ad apparire sui social media, ho creato la mia pagina su FB, ho iniziato a creare gioielli usando tecniche diverse, mescolando la tecnica soutache con l'uncinetto. Sono rimasto affascinato dalla fotografia dei miei lavori, vedo quanto sia importante ogni elemento fatto a mano. Creazione, selezione di materiali, colori e esposizione delle proprie "opere d'arte". La combinazione di tutti gli elementi ha suscitato maggiore interesse nel mio lavoro. Grazie al progetto ho incontrato persone fantastiche, in particolare donne che condividono la passione per la creazione e credevo che i miracoli accadessero.

3.3 Considerazioni

Il lavoro delle hand made oggi con le opportunità del commercio elettronico e di Internet può diventare una fonte di reddito per molte donne.

Ci sono molte conoscenze per renderlo sostenibile. Alcune donne sono scoraggiate da questa complessità. La possibilità di incontrare altre donne per una formazione peer-to-peer potrebbe sostenere il superamento di questo ostacolo. Inoltre, le leggi di alcuni paesi europei, tra cui, sono molto diverse. La categoria di produttori di mani che vogliono avviare una micro impresa ha più opportunità qui in paesi in cui la tassazione ha un impatto minore. Il settore non è molto regolare e spesso diventa un contenitore per il lavoro illegale.

I partiti politici potrebbero sostenere il settore facilitando l'accesso a una formazione / tutoraggio specifico e regolando il settore con leggi specifiche utili a facilitare il passaggio alla micro impresa.

Sarebbe utile sostenere il settore con azioni di tutoraggio.

Coinvolgere i responsabili politici nel facilitare questo. Un modo per sostenere la parità di genere, in risposta alla disoccupazione femminile a favore delle politiche di conciliazione tra lavoro e famiglia.



A WISE WOMAN KNOWS HER LIMITS
BUT AN INTELLIGENT ONE KNOWS
SHE DOESN'T HAVE ANY.

Marlyn Monroe
