



# Donne in digitale

Upskilling e reskilling digitale per le donne che lavorano e fanno impresa

## Workshop 24 Luglio 2024

**Donne in digitale** è il percorso formativo, **promosso da Unioncamere**, per la **diffusione della cultura e la formazione imprenditoriale femminile**.

Il percorso si inserisce nell'ambito del **Piano nazionale per la promozione dell'imprenditorialità femminile finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy e realizzato da Invitalia e 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).



## Donne in digitale

Upskilling e reskilling digitale per le donne che lavorano e fanno impresa

**Progettato e realizzato da Si.Camera**, anche sulla base delle riflessioni emerse durante le prime tre edizioni del 2023, **Donne in Digitale approfondisce** metodologie e strumenti strategici per:

- la presenza online
- l'organizzazione del lavoro e il project management
- la cura dei contenuti anche attraverso l'intelligenza artificiale
- l'utilizzo di tecnologie di e-commerce

al fine di **accrescere la professionalità manageriale** e di **migliorare le competenze digitali delle donne** che fanno impresa e delle lavoratrici, **anche e soprattutto in ottica di contrasto al gender gap.**



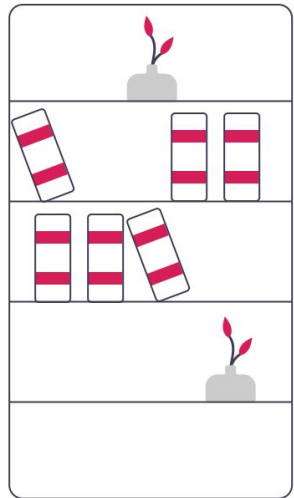
Il percorso formativo **si rivolge**:

- **alle Presidenti e alle componenti dei Comitati per l'imprenditoria femminile** istituiti presso tutte le Camere di commercio d'Italia, in qualità di imprenditrici
- **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**

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**.

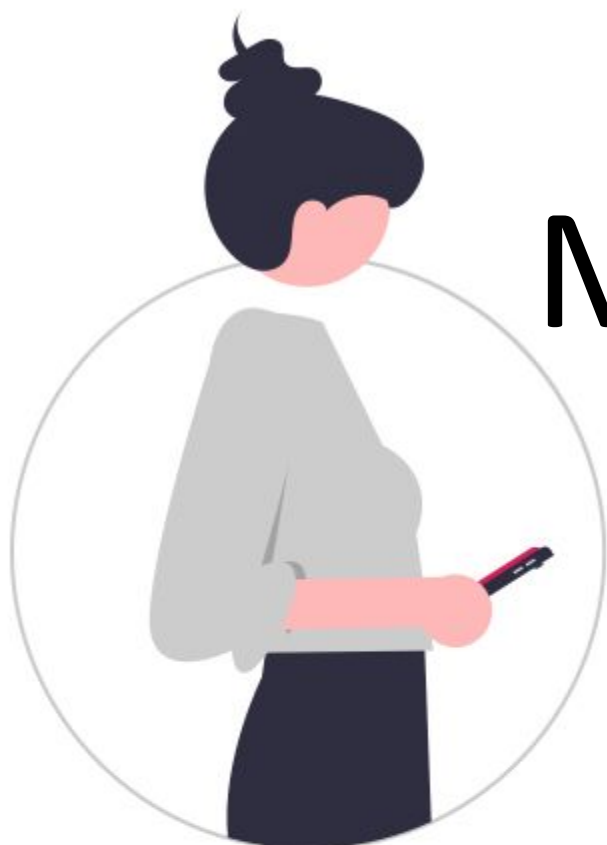
Il percorso formativo - della durata di 20 ore - è articolato in due blocchi:

- **5 moduli formativi** della durata di 3 ore ciascuno progettati con la struttura **metodologia-focus-esempio-strumento** per guidare le partecipanti alla scoperta di **nuove soluzioni e/o** mostrare **spunti per l'elaborazione di strategie** convincenti per il mercato
- **2 bootcamp operativi** di 2,5 ore elaborati con la metodologia delle **stories-in-learning** con momenti misti tra lezione frontale e attività operative

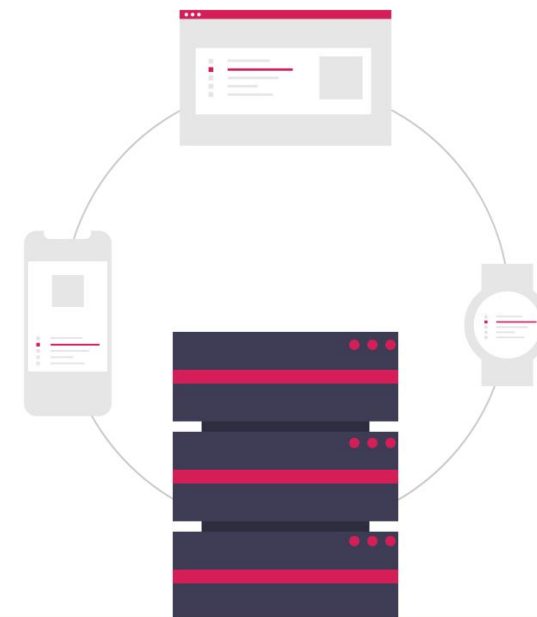


# Le novità nel percorso formativo





Metodologie +  
Esempi +  
Strumenti



Operatività +  
Visualizzazione =  
Learning Experience Design



## Un esempio di Learning Experience:

- Un amico ti dà un appuntamento davanti al Colosseo. Non conosci i dettagli su dove lo incontrerai e su quale percorso farà per raggiungerti. Come fa a trovarti?
- Un esempio operativo con una visualizzazione di un caso concreto che sarà utilizzato per spiegare la presenza online e la sua rilevanza per farsi trovare dagli utenti

Ci vediamo davanti al Colosseo?





## Modulo 1 From zero to HERo: la presenza online

Il divario digitale di genere è il nuovo volto della disuguaglianza di genere online. Per affrontarlo è necessaria una presenza più consapevole e strutturata della componente femminile in rete. Dalle pagine web alla costruzione del percorso utente, imprenditrici e lavoratrici saranno guidate alla scoperta di strumenti e conoscenze che possono stimolare lo sviluppo di nuove skills per strutturare una presenza online efficace e orientata ai risultati.



## Modulo 2 Digital WorkHER: skill e tools per il project management e il lavoro

Abbatte le barriere digitali di genere ripensando il lavoro è possibile. Un percorso alla scoperta degli strumenti e delle tecniche per il lavoro, con un focus sul project management e sulle tecnologie collaborative per tutti i livelli di competenza e un caso pratico di pianificazione e gestione del lavoro attraverso soluzioni agili e condivise.



## Modulo 3 Social InfluencHER: tips&tricks per la comunicazione social

L'inclusione corre sui social, ma in questo momento è in testa a testa con la disparità di genere. Per superare il divario è necessario scegliere accuratamente le piattaforme e decidere quale social può costituire una buona base per diffondere la voce della tua impresa. Attraverso esempi e funzionalità specifiche definiremo tutti gli elementi di una strategia di successo per la crescita della tua impresa e l'interazione con gli utenti.



## **Modulo 4 Content EmpowHERment: costruire il contenuto anche con l'AI**

La creazione di contenuti inclusivi è ormai al centro della gestione dei social media. Sono sempre di più i brand che lavorano per sensibilizzare il pubblico sui valori della parità di genere. Ma come si fa a comunicare in maniera realmente rappresentativa del femminile nell'ecosistema social senza cadere nella trappola del pink washing? E come si può utilizzare l'intelligenza artificiale per la creazione dei contenuti?



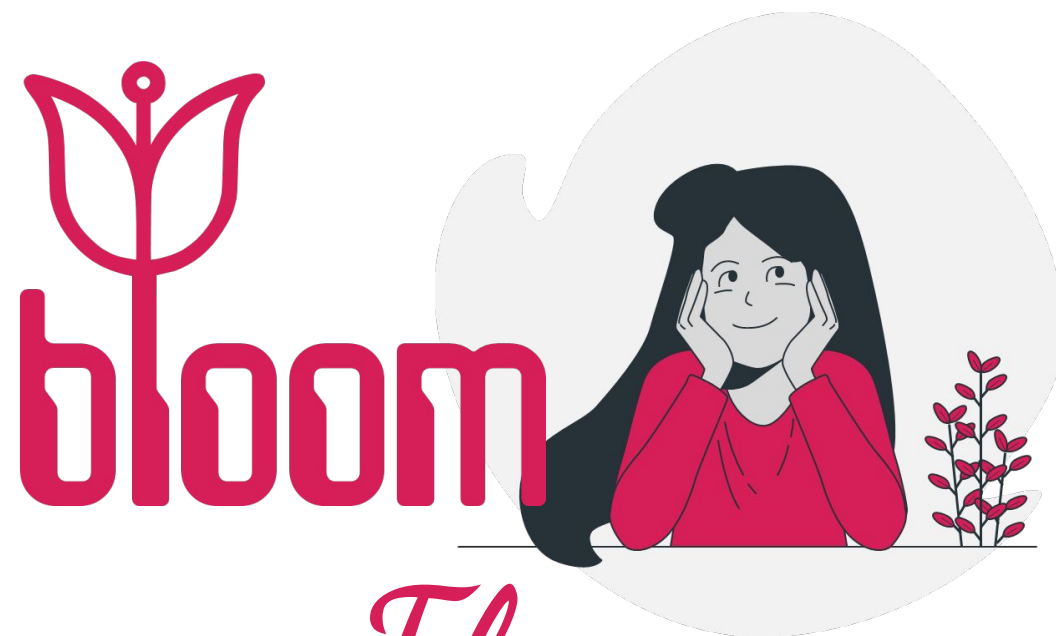
## **Modulo 5 E-commerce LeadHER: strategie e pratica per l'e-commerce**

Nel 2022 più del 50% delle attività di vendita al consumatore nelle economie emergenti sono state portate avanti da imprese femminili. Questa tendenza sta portando l'osservazione su diverse strategie di e-commerce in cui le donne giocano un ruolo cruciale sia in termini di presenza imprenditoriale sia di consumo. Parleremo di come costruire una strategia di vendita online di successo analizzando tutte le modalità di distribuzione e tutti i touchpoint con il pubblico.

Storia +  
Pratica guidata =  
Stories in learning



*Ginevra*



*Flora*

## Sito e pagine web

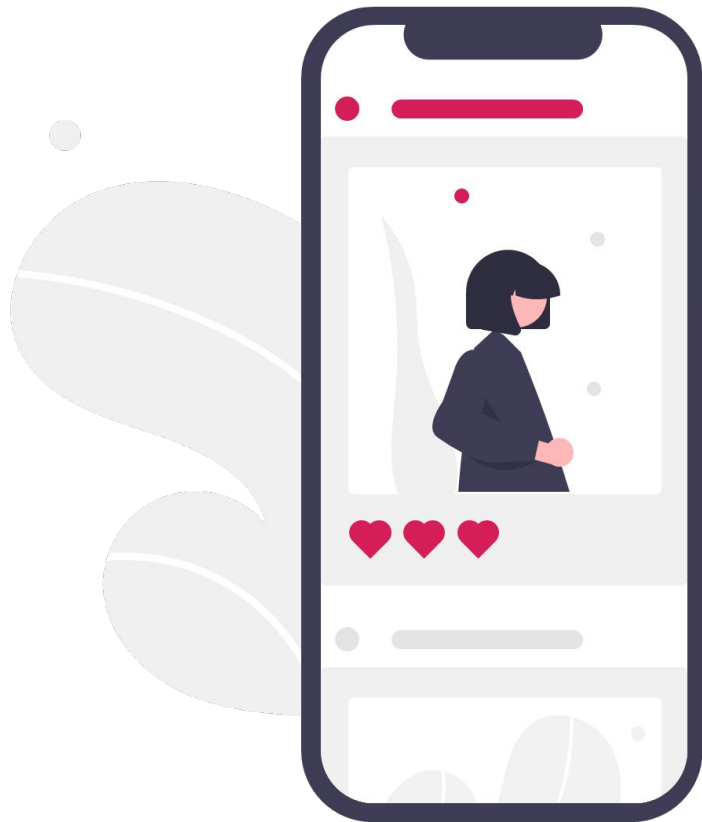


*Ginevra*

## E-Commerce



*Flora*



# Continuous learning: gli altri materiali



## Il Toolbox:

- uno strumento che contiene sitografia e link diretti a tutti gli esempi e le risorse di formazione
- un touchpoint unico che permette di consultare direttamente le risorse senza scavare all'interno delle slides





## Il Toolbox: un'anteprima



UNIONCAMERE



SI.CAMERA

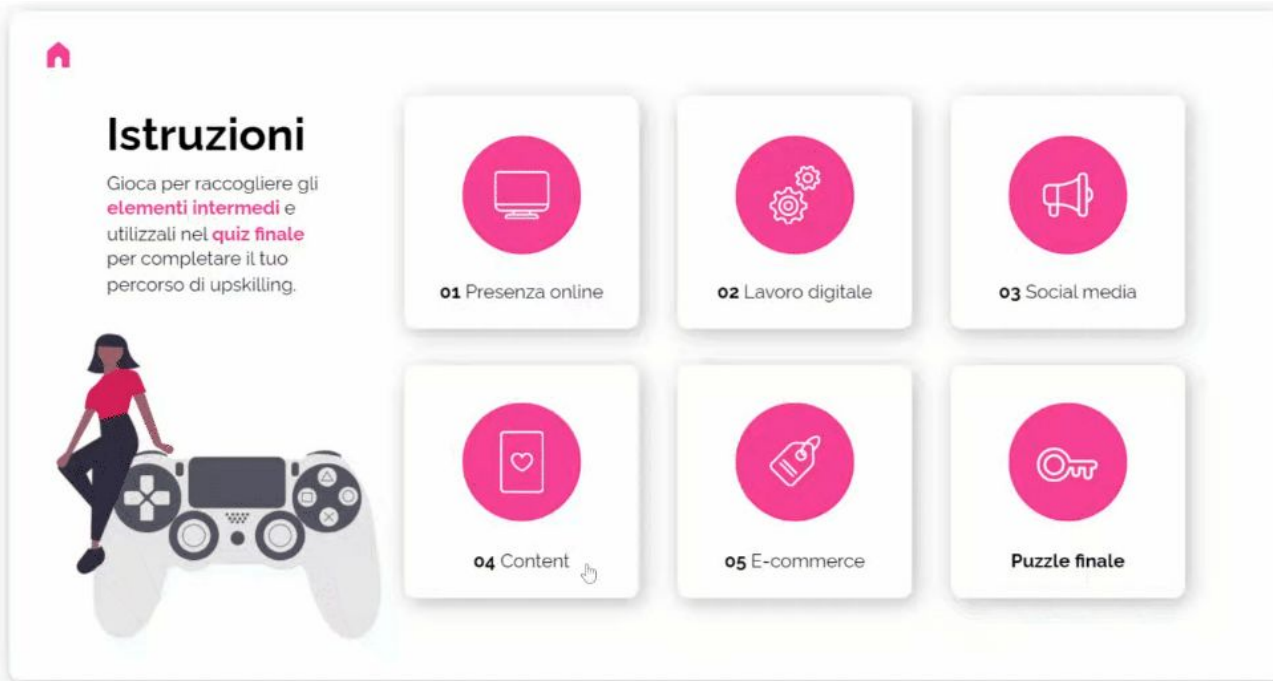


## Il gioco per testare le competenze

- un'attività di gamification che le partecipanti possono fruire sempre per verificare le loro competenze
- un gioco in **5 livelli + un puzzle finale** su tutti gli argomenti trattati nel percorso, con reminder e altri



## Il gioco: un'anteprima



**Istruzioni**

Gioca per raccogliere gli **elementi intermedi** e utilizzarli nel **quiz finale** per completare il tuo percorso di upskilling.

01 Presenza online

02 Lavoro digitale

03 Social media

04 Content

05 E-commerce

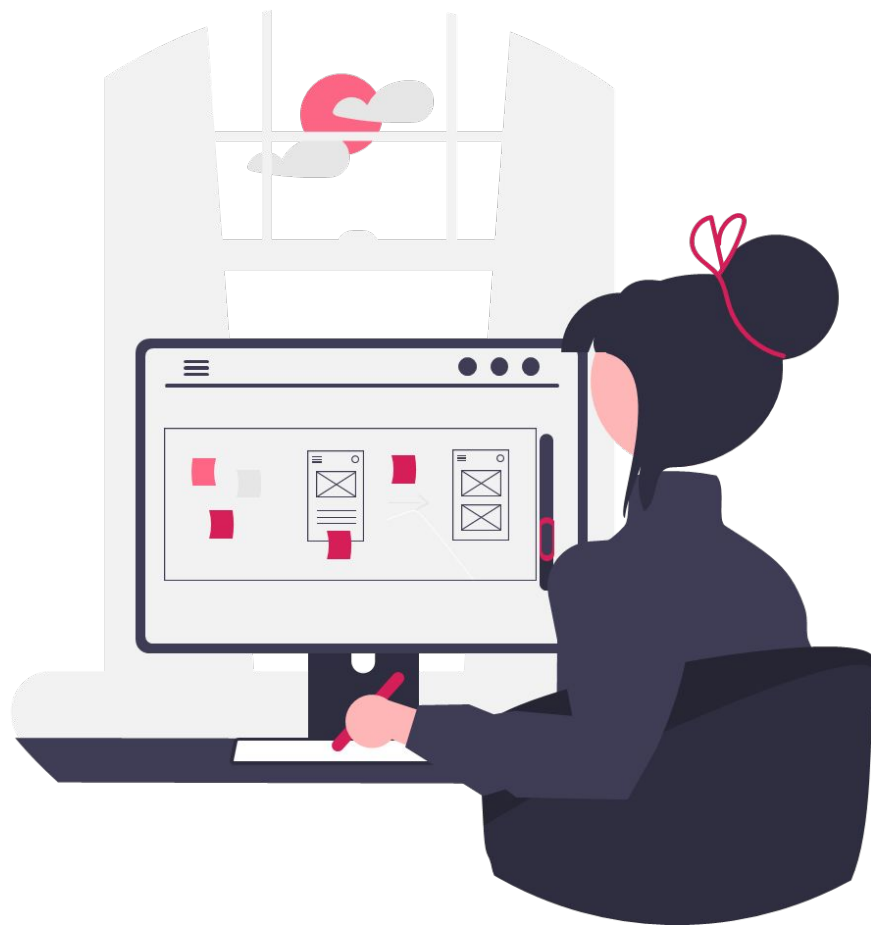
Puzzle finale

The screenshot shows a game interface with a home icon at the top left. Below it is the title 'Istruzioni' and a paragraph of text. To the right is a 2x3 grid of level icons. At the bottom left, there is an illustration of a woman sitting on a large video game controller.

## I siti web di Ginevra e Flora:

- due simulazioni dei siti web di Ginevra e Flora che le partecipanti potranno navigare per ripercorrere gli step di progettazione delle pagine web e degli elementi dell'e-commerce





# BOOTCAMP

Sito e pagine web



# Ginevra

**Ingegnera aerospaziale**, ha lavorato per alcuni anni in Leonardo come Specialista nei processi di simulazione, in particolare nei laboratori di ricerca in cui si disegnano scenari operativi e di missione, in un ambiente di simulazione speciale utilizzato a supporto dello sviluppo nelle fasi preliminari di un nuovo velivolo. Durante il suo percorso lavorativo, ha avuto un'idea innovativa: **una nuova soluzione per l'abbigliamento tecnico degli astronauti**.

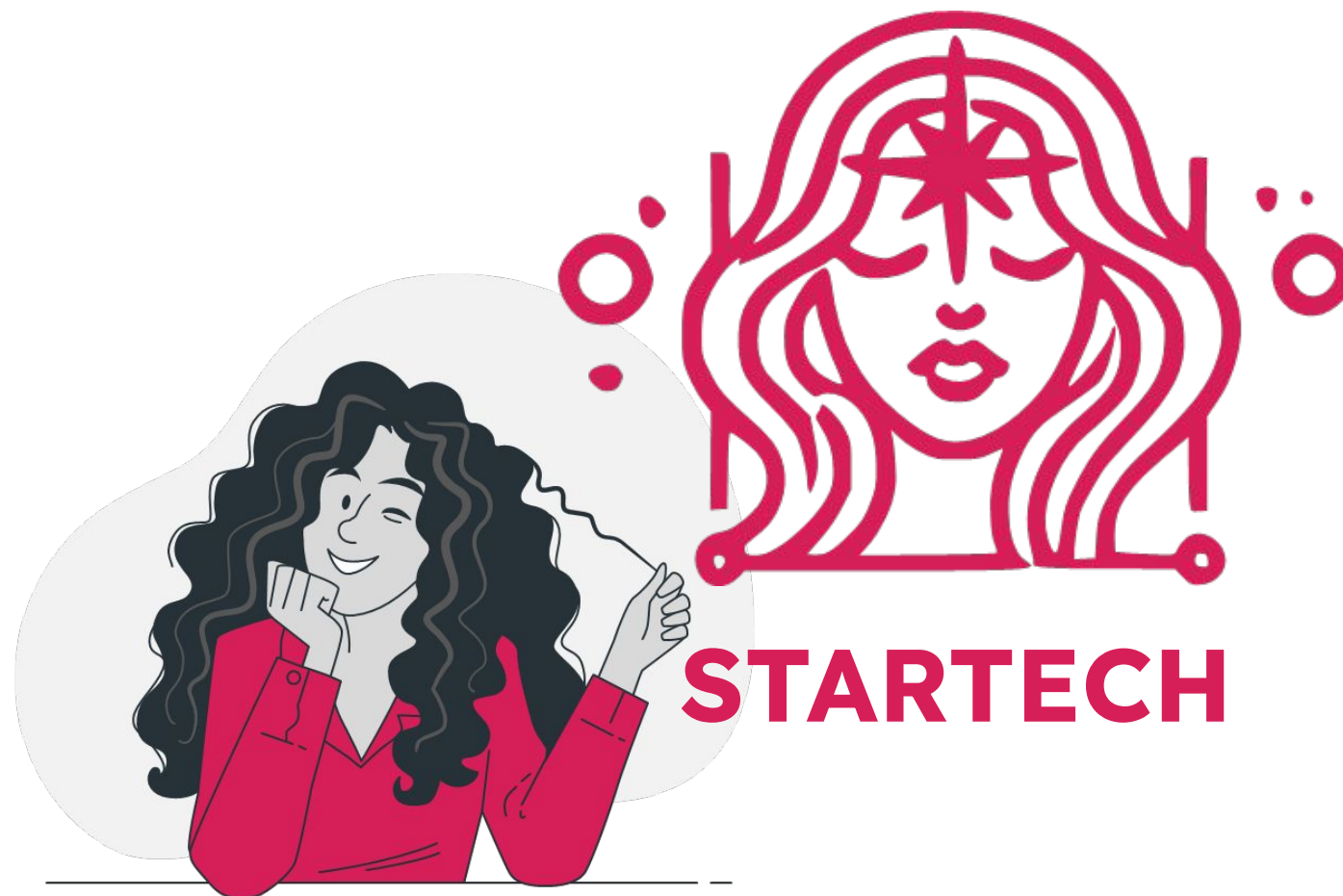


Per realizzare la sua idea Ginevra ha deciso di dare vita a un progetto di start-up. Ha lavorato con un team dedicato alla ricerca e allo sviluppo di un prodotto innovativo.

Così è nato **STARTEX**, un **tessuto tecnico intelligente brevettato**, che permette di gestire la pressione in orbita e di monitorare i parametri vitali degli astronauti attraverso l'abbigliamento che indossano.

Dal prodotto è nato un brand. Così Ginevra ha dato vita alla sua idea imprenditoriale.

Così è nata **STARTECH**.





## IL PRODOTTO

**STARTEX** è un **tessuto brevettato** composto da fibre tradizionali intrecciate con fibre conduttrici e sensori di pressione miniaturizzati.

## COME FUNZIONA

I sensori monitorano continuamente la pressione corporea dell'astronauta e inviano i dati a un sistema di controllo centralizzato. Il sistema di controllo, a sua volta, regola automaticamente la pressione interna dell'abbigliamento spaziale, garantendo un comfort ottimale e prevenendo i rischi associati alla microgravità, come l'ipotensione e l'edema.



## IL MERCATO

**STARTECH** si rivolge principalmente alle **agenzie spaziali** e alle **aziende aeronautiche** che sviluppano sistemi di supporto vitale per gli astronauti.

L'azienda offre anche soluzioni personalizzate per missioni spaziali specifiche e per applicazioni in **altri settori**, come l'**aviazione militare**, lo **sport ad alte prestazioni**, l'**industria medica** e la **produzione di supporti sanitari riabilitativi**.



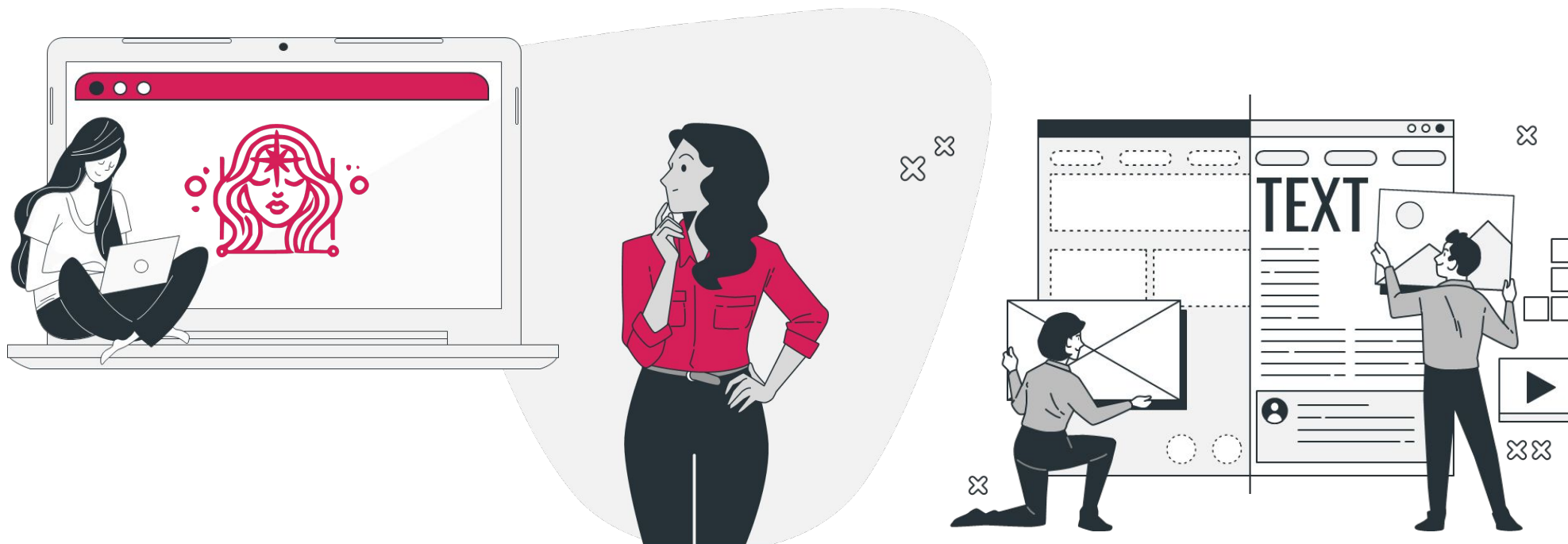
## GLI OBIETTIVI

Nel primo periodo della sua presenza online **STARTECH** deve posizionarsi per **fare conoscere il suo prodotto e la sua storia**.

L'azienda ha bisogno di diventare un **punto di riferimento** per i soggetti del suo mercato primario.

STARTECH è anche alla ricerca di soggetti con cui portare avanti applicazioni e/o sviluppi possibili del suo prodotto: ad esempio potrebbe collaborare con realtà che si occupano della produzione di abbigliamento sanitario per sviluppare insieme una linea di prodotto.

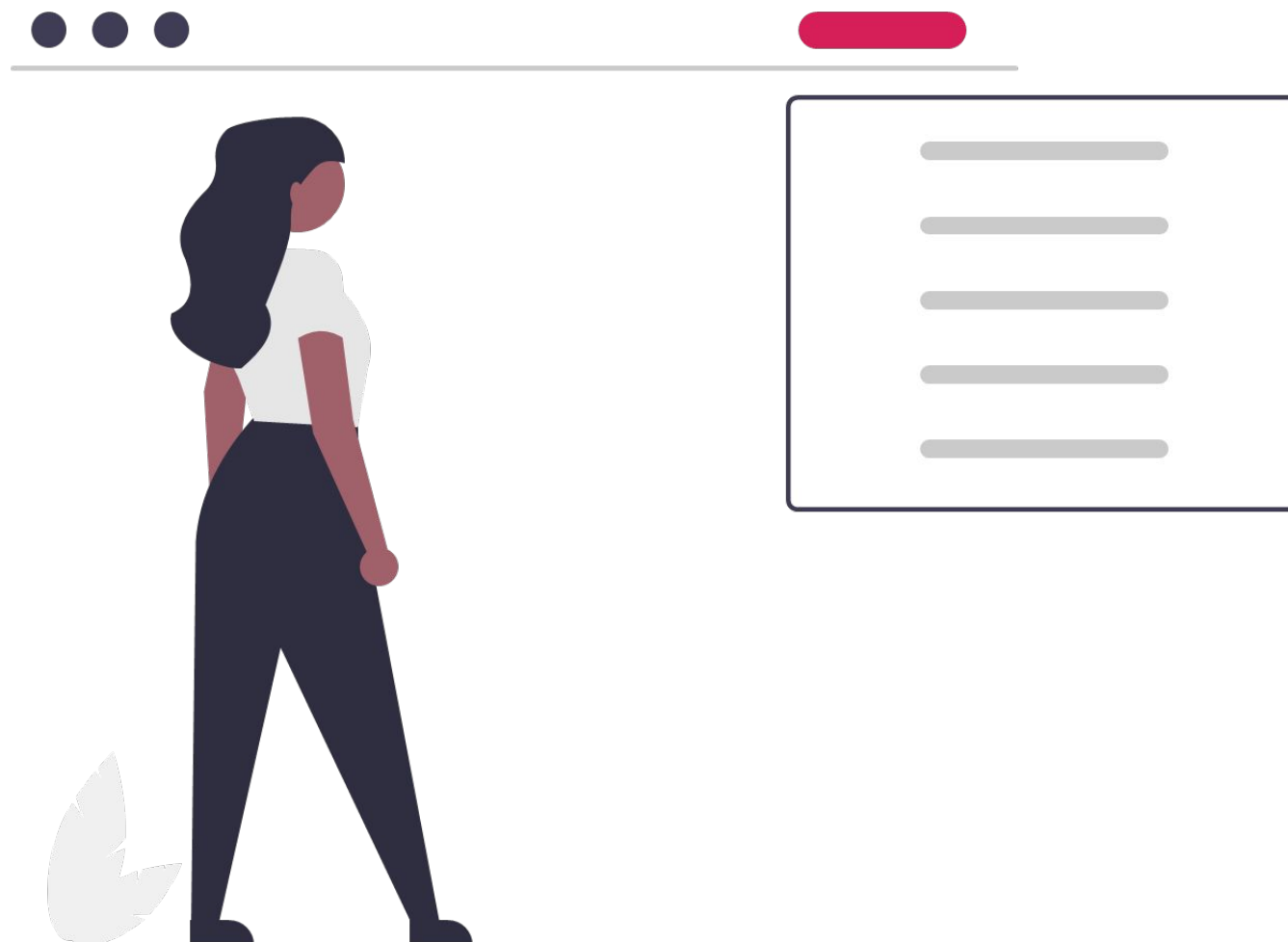




# Progettiamo il sito web di *Ginevra*

# Progettare il menu

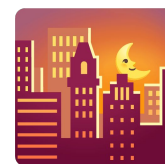
1. Di quante pagine abbiamo bisogno a livello di elementi di navigazione di base?
2. Ci sono delle pagine che siamo **OBBLIGATI** ad inserire?
3. Qual è la posizione in cui **SCEGLIAMO** di inserirlo?





# La struttura della pagina

## LINGUA E VERSO DI SCRITTURA



DA SINISTRA A  
DESTRA



CENTRATO



DA DESTRA A  
SINISTRA

## STRUTTURE DI DESIGN SUL WEB



REGOLA DELLA  
F



SCALARE



REGOLA DELLA  
Z



# La struttura della landing (1)



## PRIMA FASCIA



HERO IMAGE



TITOLO/COPY



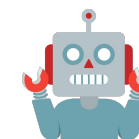
CALL TO  
ACTION

## SECONDA FASCIA



CARATTERISTICHE TECNICHE E  
DESCRIZIONE DEL PRODOTTO

## TERZA FASCIA



TESTIMONIAL E/O SOCIAL PROOF



# La struttura della landing (2)



## QUARTA FASCIA

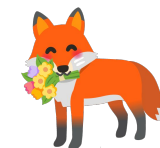


CALL TO ACTION



MODULO DI CONTATTO

## QUINTA FASCIA



OFFERTA/FAQ/APPROFONDIMENTO

## SESTA FASCIA



FOOTER = PRIVACY, COOKIES, TERMINI E CONDIZIONI, RESI E RIMBORSI,  
INFO LEGALI



# Progettare il footer

1. Ci sono delle informazioni che siamo **OBBLIGATI** ad inserire?
2. Come ci può essere utile ai fini della navigazione dell'**UTENTE**?





# Obbligatorio per legge

In caso di **violazione dell'obbligo** è prevista una **sanzione amministrativa** variabile da € 258,23 a € 2.065,83 (art. 11, D.P.R. 472/97)





# Privacy e Cookies

In caso di **violazione dell'obbligo** per la PRIVACY POLICY è prevista una **sanzione amministrativa** variabile dal 2%-4% del fatturato annuo fino a 20 milioni di euro (art. 83 GDPR)



## PRIVACY POLICY

Deve indicare:  
quali dati si raccolgono  
con quale scopo  
come vengono conservati e per quanto tempo  
come ritirare il consenso  
se e quali informazioni sono condivise con terze parti  
chi è il responsabile del trattamento per quale informazione

## COOKIE POLICY

Deve indicare:  
i cookie tecnici  
i cookie di profilazione  
i cookie di terze parti  
fornendo all'utente la possibilità di esprimere un consenso  
informato  
libero  
specifico  
revocabile



# Utile e significativo

## COPYRIGHT

Per tutelare la riproduzione dei contenuti - con le dovute cautele se utilizziamo immagini, testi e/o contenuti di proprietà intellettuale altrui

## CREDITS

Un link che indica chi ha progettato il sito, chi ha realizzato le foto, i video, ecc. è un link in uscita e fa bene a livello di SEO

## FAQ

Se abbiamo bisogno di guidare il percorso degli utenti rispondendo a delle istanze che abbiamo già osservato e gestito

## CONTATTI/MAPPA/DOVE

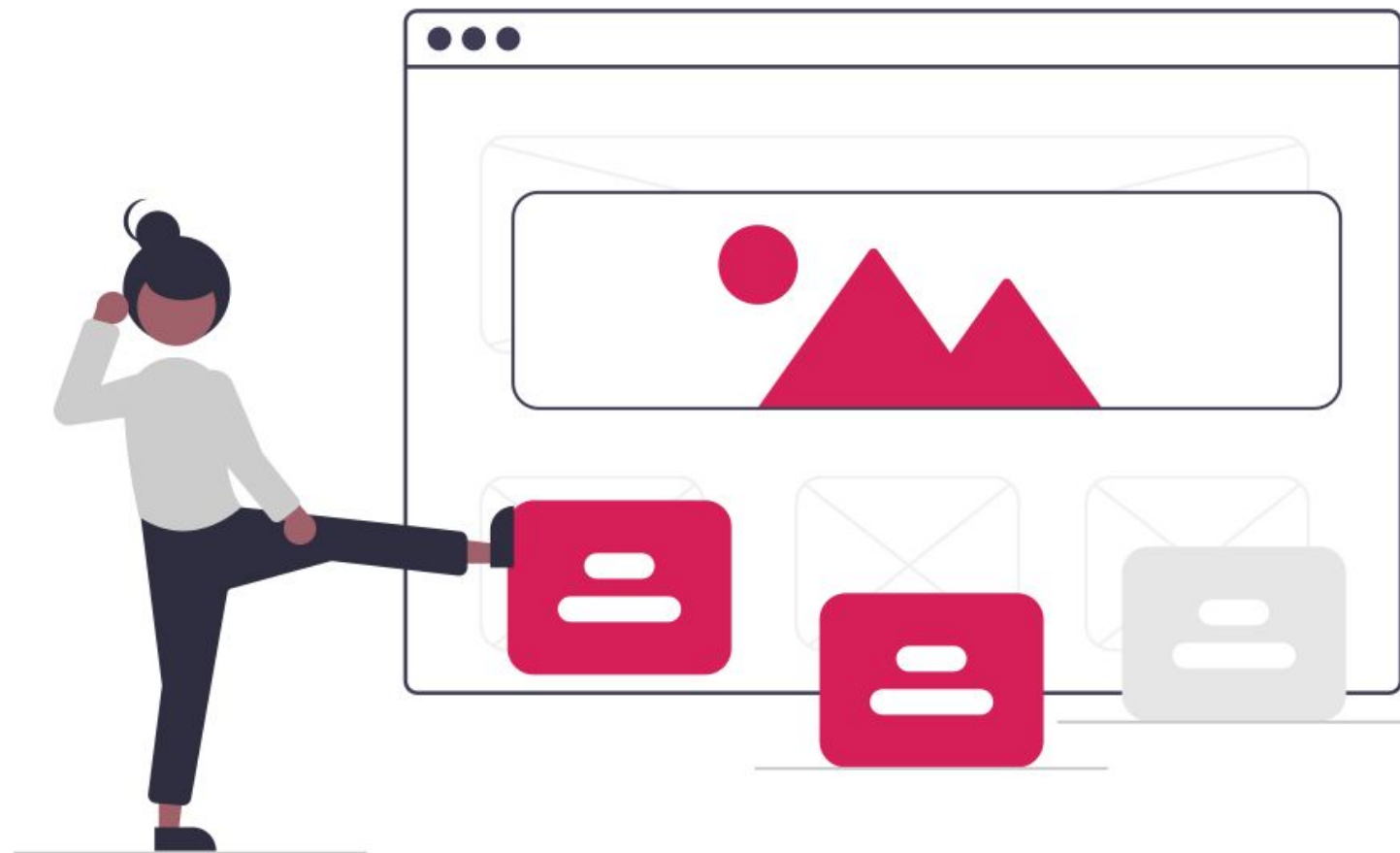
Non in forma di modulo se vogliamo fornire degli ulteriori elementi informativi per gli utenti

## SITEMAP



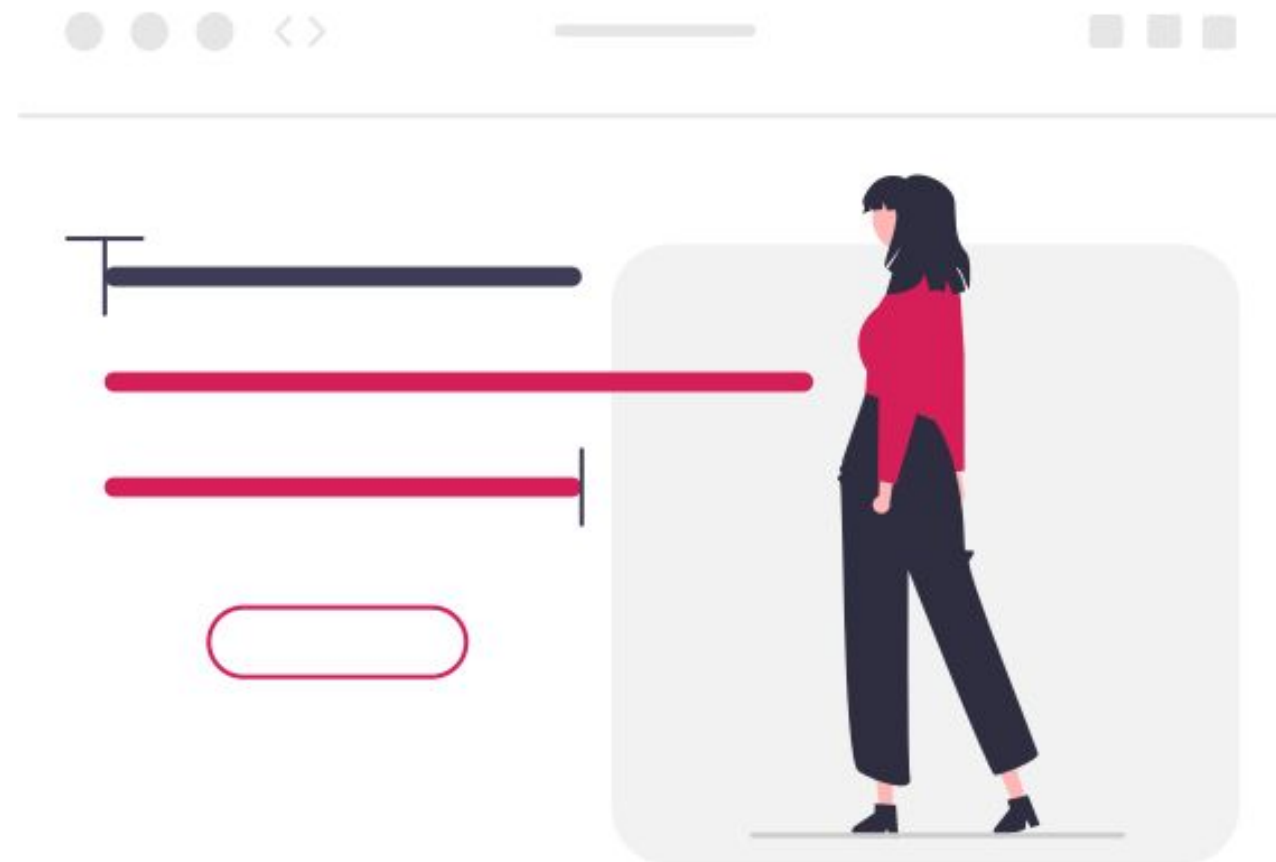
# Progettare la gerarchia dei contenuti

1. Ci sono delle cose che gli utenti devono **VEDERE PER PRIME?**
2. Ci sono delle cose che gli utenti devono **USARE PER PRIME?**



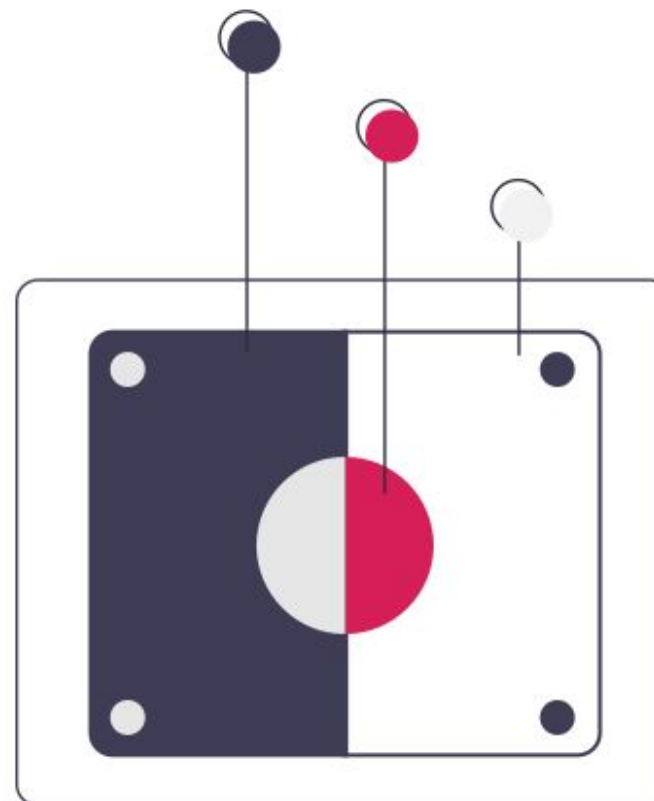
# Progettare i testi

1. Ci sono delle cose che gli utenti devono **LEGGERE PER PRIME?**
2. Ci sono delle cose che gli utenti devono **LEGGERE PER UTILIZZARLE?**



# Progettare colori e contrasto

1. Ci sono delle cose che devono essere **MESSE IN PRIMO PIANO**?
2. I testi sono correttamente **VISIBILI**?







# KIT di comunicazione



UNIONCAMERE



SI.CAMERA



## Cosa contiene il KIT:

- logotipo
- claim
- loghi partner e promotori
- social card già pronte per la pubblicazione
- hashtag e mention utili



PROGETTO, PROMOTORI E FINANZIAMENTO

LOGOTIPO E  
CLAIM



IMPRENDITORIA  
Femminile

INVITALIA

 Finanziato  
dall'Unione europea  
NextGenerationEU

 Ministero delle Imprese  
e del Made in Italy

# Donne in digitale

Upskilling e reskilling digitale per le donne che lavorano e fanno impresa



UNIONCAMERE



SI.CAMERA

ATTUATORI



UNIONCAMERE



SI.CAMERA



Clicca sul pulsante per scaricare

**HEADER SITO WEB**

**SOCIAL CARD GENERICA**

**SOCIAL CARD  
MODULO 1**  
Presenza online

**SOCIAL CARD  
MODULO 2**  
Lavoro

**SOCIAL CARD  
MODULO 3**  
Social media

**SOCIAL CARD  
MODULO 4**  
Content&AI

**SOCIAL CARD  
MODULO 5**  
E-commerce

**BOOTCAMP 1**  
sito e pagine web

**BOOTCAMP 2**  
e-commerce



## HASHTAG

## MENTION

## FACEBOOK

## INSTAGRAM /THREADS

## X

## LINKEDIN

**#DonneinDigitale**

Invitalia

[@Invitalia.PerLe  
Imprese](https://www.facebook.com/Invitalia.PerLeImprese)

[@invitalia\\_gov](https://www.instagram.com/invitalia_gov)

[@Invitalia](https://twitter.com/Invitalia)

[Invitalia](https://www.linkedin.com/company/invitalia)

**#imprenditoriafemminile**

MIMIT

[@Mimit](https://www.facebook.com/Mimit)

[@mimit\\_gov](https://www.instagram.com/mimit_gov)

[@mimit\\_gov](https://twitter.com/mimit_gov)

[Ministero  
Imprese e Made  
in Italy](https://www.linkedin.com/company/ministero-impres-e-del-made-in-italy)

**#GirodonnedImpresa**

Unioncamere

[@Unioncamere](https://www.facebook.com/Unioncamere)

[@unioncamere](https://www.instagram.com/unioncamere)

[@unioncamere](https://twitter.com/unioncamere)

[Unioncamere](https://www.linkedin.com/company/unioncamere)

Si.Camera

[@Si.Camera](https://www.facebook.com/Si.Camera)



UNIONCAMERE



SI.CAMERA





**IMPRENDITORIA**  
Femminile

INVITALIA



# Donne in digitale

Upskilling e reskilling digitale per le donne che lavorano e fanno impresa



UNIONCAMERE



SI.CAMERA