



PROGRAMMA

Digit@Donna

Nell'ambito del Programma Imprenditoria Femminile 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** propone il **percorso formativo Digit@Donna**, ideato per supportare e guidare le donne che vogliono avviare un progetto o un'attività d'impresa nell'utilizzo del digitale quale strumento essenziale per la fase di start-up. Il percorso inserito nel **Servizio Nuove Imprese – Imprenditoria femminile**, implementato nell'ambito delle attività progettuali del Programma Imprenditoria femminile (www.sni.unioncamere.it/impreditoriafemminile) si rivolge a: **aspiranti imprenditrici, studentesse e lavoratrici e più in generale a tutte le donne che hanno in mente un'idea o un progetto di impresa da realizzare.**

PREMESSA

La diffusione del digitale ha trasformato profondamente il modo in cui si progetta, si avvia e si sviluppa un'attività d'impresa. Oggi strumenti digitali, piattaforme online e applicazioni basate sull'intelligenza artificiale rendono più accessibili attività che fino a pochi anni fa richiedevano competenze specialistiche o investimenti significativi, **quali: analizzare il mercato, comprendere il proprio target, progettare un'offerta, creare contenuti, testare un'idea e comunicare con i potenziali clienti.** Se da un lato il digitale rappresenta una leva strategica per la nascita e la crescita di nuove iniziative imprenditoriali, dall'altro la continua evoluzione delle tecnologie e la crescente disponibilità di strumenti, informazioni e modelli operativi rendono sempre più difficile orientarsi. Il rischio non è tanto la mancanza di strumenti, quanto la difficoltà di individuare quelli realmente utili, comprenderne le potenzialità e integrarli in modo efficace all'interno del proprio progetto imprenditoriale. Questa complessità può risultare ancora più significativa per molte donne che intendono avviare un'attività d'impresa. Sebbene il livello di utilizzo delle tecnologie digitali sia oggi ampiamente diffuso, **permane la necessità di rafforzare competenze orientate a un uso strategico del digitale**, superando un approccio esclusivamente operativo.

In questo contesto diventa fondamentale mettere a disposizione percorsi formativi capaci di sviluppare non solo competenze tecniche, ma soprattutto la capacità di utilizzare utility digitali

di base come i sistemi di ricerca e tool specifici, oltre all'intelligenza artificiale, come elementi di supporto alle decisioni imprenditoriali. L'obiettivo è consentire alle aspiranti imprenditrici di scegliere con consapevolezza le soluzioni più adatte ai propri obiettivi, evitando dispersioni e concentrandosi sugli strumenti realmente in grado di creare valore.

Al termine del percorso le partecipanti:

- ✦ avranno acquisito un metodo semplice e replicabile per analizzare il mercato e comprendere il proprio target;
- ✦ sapranno utilizzare strumenti strategici per definire una proposta di valore chiara e distintiva;
- ✦ saranno in grado di impiegare strumenti digitali e applicazioni di intelligenza artificiale a supporto della validazione dell'idea imprenditoriale e della realizzazione di un primo MVP (Minimum Viable Product) di comunicazione;
- ✦ avranno sviluppato la capacità di valutare quali strumenti digitali adottare nelle diverse fasi di sviluppo dell'impresa, in funzione degli obiettivi e delle reali esigenze del progetto.

Le attività formative non saranno caratterizzate da una divulgazione frontale di tipo informativo, ma sono progettate per comprendere l'importanza di alcune soluzioni digitali a livello operativo, leggero e immediatamente applicabile, capace di accompagnare concretamente le partecipanti nel passaggio dall'idea all'azione. L'obiettivo è rendere la tecnologia un alleato quotidiano nei processi di definizione, validazione e primo sviluppo dell'iniziativa imprenditoriale e contribuire al rafforzamento dell'imprenditoria femminile attraverso lo sviluppo di competenze che fanno del digitale un fattore di inclusione e di accesso alle opportunità, affinché le donne possano accedere con maggiore autonomia a informazioni, strumenti e opportunità, ridurre le barriere all'avvio d'impresa e sviluppare progetti imprenditoriali più consapevoli, competitivi e sostenibili.

TEMATICHE, ISCRIZIONE E ARTICOLAZIONE DELL'INIZIATIVA

Il percorso alterna momenti di lezione frontale ed esercizi proposti in modalità role-play/gamification seguendo la logica Analisi → Strategia → Azione. Verrà rilasciato l'attestato di partecipazione a chi frequenterà almeno 10 ore su 12. Al termine del percorso

[formativo le partecipanti potranno accedere gratuitamente ad un colloquio di primo orientamento erogato nell'ambito dell'Area Tematica dedicata all'Imprenditoria Femminile del Servizio Nuove Imprese.](#)

L'iscrizione è possibile compilando il seguente modulo:

<https://forms.gle/HS7M9MQWjT4Y9WKE8>

Le attività formative si terranno in modalità webinar con la seguente calendarizzazione:

Martedì 22 Settembre ore 09.30-12:30	Giovedì 24 Settembre ore 09:30-12:30	Martedì 29 Settembre ore 09:30-12:30	Giovedì 1 Ottobre ore 09:30-12:30
MODULO 1	MODULO 2	MODULO 3	MODULO 4
Digitale per lanciare un'idea	Digitale per definire la strategia d'impresa	Digitale per la strategia d'impresa (parte 2)	Digitale per passare dalla strategia all'azione

DI COSA SI PARLERÀ IN DETTAGLIO

MODULO 1

Digitale per lanciare un'idea

I fondamenti del percorso: mindset digitale, basi dell'imprenditorialità digital-oriented e primi strumenti per comprendere e definire l'idea imprenditoriale. Argomenti del modulo:

- Perché oggi è più semplice avviare un'attività grazie al digitale
- Il ruolo del digitale nell'avvio d'impresa: convenienza, ricchezza informativa, facilità di attivazione, visibilità
- Le tre domande fondanti di ogni progetto:
Che problema risolvo? Per chi? Perché dovrebbero scegliere me?

GAMECHANGER: "Rompiscatole", un gioco in cui devi scegliere una scatola da rompere. Al suo interno dovresti trovare il tuo target di partenza, e da qui individuare il luogo digitale su cui puntare per iniziare a costruire la tua strategia.

- Cosa significa mindset digitale e perché non bisogna avere paura di svilupparlo
- Costruire un'idea di impresa digital-oriented step by step
- Cosa serve e cosa no: una guida pratica per capire quale strumento digitale è indispensabile per partire, quale potenzialmente utile, quale totalmente superfluo

GAMECHANGER: "Piano Zero", un gioco in cui passare dall'idea di brand a un elevator pitch.

MODULO 2

Digitale per definire la strategia d'impresa

I fondamenti per la “messa a terra” dell’idea di impresa: capire il mercato, il problema e proporre una soluzione. Argomenti del modulo:

- Come si fa un’analisi di mercato a partire da Google
- Può funzionare? Osservare e imparare dalla concorrenza
- Progettare un’idea in maniera agile: il Business Model Canvas
- Cosa offro?
- Quali sono le mie risorse di partenza?
- Quali sono le attività indispensabili per realizzare il mio progetto?
- Chi mi può aiutare?
- Che tipo di costi immagino di dover sostenere?
- Per chi lo faccio?
- Come mi rapporto al pubblico?
- Che canali uso?
- Dall’idea alla Value Proposition

GAMECHANGER: “Canvas Express”, un quiz guidato che ti porta a destinazione verso il tuo modello di business.

MODULO 3

Digitale per la strategia d'impresa (parte 2)

I fondamenti per individuare il pubblico e definire la strategia di comunicazione. Argomenti del modulo:

- Mismatch: chi è il mio target vs. chi penso che sia il mio target
- Come capire se quel target fa veramente per te: costruire la Mappa dell’Empatia

GAMECHANGER: “MatchMaker”, un gioco istintivo in cui scegliamo il cliente ideale, basandoci solo sulla sua bio.

- Scegliere i canali e gli elementi fondamentali della comunicazione
- Definire una strategia complessiva di comunicazione e una strategia a breve termine per il lancio

MODULO 4

Digitale per passare dalla strategia all’azione

I fondamenti per definire un MVP (Minimum Viable Product) digitale per comunicare online.

- Cos’è un MVP e cosa (non) è
- Differenza tra MVP, demo, prototipo, mockup
- Perché serve
- Da “creo e poi spero” a “testo e poi creo”
- I 4 pilastri di un MVP che funziona
- Gli elementi strategici di un MVP
- Gli elementi di comunicazione di un MVP
- Come lo testo?
- Dal concetto di MVP alla produzione di contenuti

GAMECHANGER: “The Real MVP”, un gioco in cui a gruppi le partecipanti costruiscono un progetto di prodotto identificando la promessa e definendo i KPI.