

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

Percorso formativo Donne in Digitale

Data e orario

1^a edizione

19 Settembre 2024

Obiettivi

Il modulo è finalizzato a far comprendere le opportunità derivanti a un'azienda dall'essere online fornendo indicazioni e strumenti operativi per mettere a punto una **strategia di presenza online di successo e per costruire il proprio brand** e la propria immagine aziendale sul web.

2^a edizione

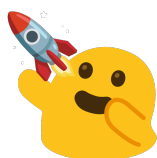
20 Settembre 2024

Abstract e Contenuti

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.

3^a edizione

06 Novembre 2024



Modulo 1

**From zero to HERo:
la presenza online**

- Digital gender gap e dati sull'utilizzo del digitale e la differenza di genere
- Differenza fra web properties e asset co-proprietari o di terze parti
- Com'è fatta una strategia di web marketing (sito+social+altri strumenti)
- Customer journey, target, pubblico e personas
- Le strategie push, pull e il drive-to
- Il sito web: com'è fatto
- I CMS
- Responsive e regole di design
- Com'è fatta una landing page
- Motore di ricerca e SERP
- I social per la presenza online
- Come funziona l'influencer marketing
- Media buying e digital PR
- Risorse gratuite per la formazione e l'apprendimento

Percorso formativo approfondito Donne in Digitale

Data e orario

1^a edizione
2 Ottobre 2024

Obiettivi

Essere presenti online, avere un sito internet, utilizzare i social o un applicativo gestionale non basta per poter dire che un'azienda è digitale o è in grado di massimizzare i benefici delle tecnologie digitali. Per conseguire questo obiettivo è necessario gestire in modo diverso le attività, i progetti e la stessa produzione e sviluppo dei prodotti/servizi.

Il modulo fornisce una chiave di lettura delle **metodologie di Management aziendale e di progetto (Agile e Smart)** che meglio si adattano a favorire e promuovere l'innovazione digitale in azienda e presenta **strumenti e metodi per la raccolta ed analisi dei dati al servizio delle decisioni imprenditoriali**.

2^a edizione
03 Ottobre 2024

Abstract e Contenuti

Abbattere 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.



3^a edizione
13 Novembre 2024

- Il lavoro agile e il divario digitale di genere
- La tecnologia per il lavoro agile: il cloud
- Le competenze per il lavoro agile
- Il project management lean
- La logica collaborativa
- Gli strumenti collaborativi nel cloud e per l'impresa
- Strumenti di base: Google Drive, Onedrive di Microsoft
- Gli editor di testo: Google Docs e Word Online
- I fogli di calcolo: Google Sheets ed Excel
- Le presentazioni: Google Slides e Power Point
- Riunioni e collaborazione: Google Meet e Microsoft Teams
- Strumenti intermedi per il project management: Trello, Asana, Slack, Meta Workplace
- Strumenti avanzati: Jira e Adobe Workfront
- Risorse gratuite per la formazione e l'apprendimento

Data e orario

1^a edizione

9 Ottobre 2024

Obiettivi

Il modulo è finalizzato a presentare i **social e i loro aggiornamenti più recenti** e a fornire conoscenze e tecniche per utilizzarli al meglio in coerenza con la strategia di marketing dell'impresa e **per incrementare le performance aziendale**.

2^a edizione

10 Ottobre 2024

Abstract e Contenuti

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.

3^a edizione

14 Novembre 2024

- Social e divario digitale di genere
- Come definire una strategia social
- Piano e calendario dei contenuti
- Strategia organica o budget pubblicitario
- I social per la strategia, per l'engagement, per la vendita
- Il mondo META: principali features e novità
- Facebook: esempi di pagina per il non profit, di un brand, di un prodotto, di un'attività locale
- Facebook: copy, creatività, call to action e storytelling
- Gestire la pubblicazione, con focus sulla Business Suite
- Facebook: gruppi, watch, realtà aumentata e video
- Instagram: esempi di pagina per il non profit, di un brand, di un prodotto, di un'attività locale
- Instagram: copy, creatività, call to action e storytelling
- Instagram: comunicare con le stories e comunicare con i REEL
- Instagram: geotag ed esplora
- Instagram: come funziona e come si usa Threads
- LinkedIN: novità e funzioni per il business e i creator
- LinkedIN: esempi di pagina per il non profit, di un brand, di un prodotto, di un'attività locale
- LinkedIN: copy, creatività, blogging
- Tiktok: novità e funzioni per il business e i creator
- Tiktok: esempi di pagina per il non profit, di un brand, di un prodotto, di un'attività locale
- Tiktok: discovery, trend e challenge
- Come fare parlare di sé: come funziona l'influencer marketing e come si sceglie un influencer
- Un esempio di digital PR e di strategia integrata con l'UGC: "C'è ancora domani" di Paola Cortellesi



Modulo 3
Social Influencer:
tips&tricks per la
comunicazione
social

Data e orario

1^ edizione

16 Ottobre 2024

Obiettivi

Il modulo è finalizzato a presentare gli elementi relativi alla **strategia di contenuto**, sia sui social che sul sito web, tenendo conto della funzione che i contenuti hanno **rispetto al ruolo del consumatore** e considerando i **rischi e le opportunità che derivano dalla loro condivisione**.

2^ edizione

17 Ottobre 2024

Abstract e Contenuti

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?

3^ edizione

20 Novembre 2024

- Content sui social media
- Cos'è il pinkwashing
- Cos'è il Greenwashing
- Cos'è il Rainbow washing
- Cos'è il Charity washing
- Il real time marketing
- Il sentiment
- Autenticità (format di comunicazione, tone of voice)
- Varietà (formati di pubblicazione)
- Creatività (esempi)
- Comunicare con i podcast
- AI Basics: come funziona l'intelligenza artificiale generativa e quali sono le applicazioni possibili
- Prompting: cos'è e come si gestisce
- Chatgpt per creare i testi e le immagini
- Gemini per creare i testi e le immagini
- Altre AI utili per le attività di content curation/generation



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

Data e orario

1^ edizione

23 Ottobre 2024

Obiettivi

Il modulo chiarisce come programmare, consolidare e realizzare una strategia digitale presentando le diverse modalità a disposizione per avviare le **attività di e-commerce** e focalizzando le **implicazioni gestionali e operative derivanti dalla vendita online**.

2^ edizione

24 Ottobre 2024

Abstract e Contenuti

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. Un percorso per acquisire le conoscenze fondamentali per progettare un piano di e-commerce, anche a breve termine.

3^ edizione

21 Novembre 2024



Modulo 5

E-commerce

LeadHER: strategie e pratica per l'e-commerce

- Vendere online: cosa è veramente e-commerce
- Il funnel di marketing per l'e-commerce
- Come si definisce una strategia di e-commerce
- Com'è fatto il mondo degli e-commerce: CMS, social commerce e marketplace
- Le parole dell'e-commerce: ASMR, box, haul, dropshipping, bundle, BNPL, unboxing
- Com'è fatto un e-commerce proprietario
- I CMS per l'e-commerce: Adobe commerce (ex Magento), Woocommerce, Shopify, Prestashop
- Le 5 pagine fondamentali per il customer journey sull'e-commerce proprietario
- Com'è fatto un marketplace
- Amazon, E-bay, Etsy, le piattaforme local
- Com'è fatta la console di vendita
- Gli elementi fondamentali per vendere online
- Il packaging e la logistica
- Le modalità di pagamento
- I termini e le condizioni
- Il monitoraggio dell'e-commerce

Bootcamp

Data e orario

1^a edizione

25 Settembre 2024



Bootcamp #1
Siti e pagine web

2^a edizione

26 Settembre 2024

3^a edizione

07 Novembre 2024

Obiettivi

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

Abstract e Contenuti

Ginevra è un'ingegnera aerospaziale che ha lavorato come specialista nei processi di simulazione nei laboratori di ricerca in cui si disegnano scenari operativi e di missione. Durante il suo percorso lavorativo, **ha avuto un'idea innovativa: una nuova soluzione per l'abbigliamento tecnico degli astronauti**. Ma **come farà Ginevra a far conoscere il suo brand Startech** e la sua innovazione sul mercato?

Data e orario

1^a edizione

25 Settembre 2024



Bootcamp #2
E-commerce

2^a edizione

26 Settembre 2024

3^a edizione

07 Novembre 2024

Obiettivi

Il bootcamp ha l'obiettivo di descrivere tutto il **percorso strategico per la progettazione di un a strategia di e-commerce**, inclusi gli elementi tipici del processo d'acquisto online. Il bootcamp segue la **metodologia delle stories-in-learning**, con un caso di studio elaborato sullo storytelling di un personaggio che ne è protagonista.

Abstract e Contenuti

Flora è un'ingegnera ambientale che ha sviluppato una serie di prodotti innovativi di **smart gardening**. Il suo obiettivo è quello di costruire un e-commerce di successo. Ma **quali sono gli step che definiranno i contenuti del suo brand Bloom in un ambiente e-commerce?**