

## **IL PIANO FORMATIVO DI “CRESCERE IN DIGITALE”**

Il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, in collaborazione con Google e Unioncamere, hanno dato avvio alla piattaforma di formazione “Crescere in Digitale”, iniziativa che permette agli oltre 700.000 iscritti al programma “Garanzia Giovani” di seguire un percorso formativo per acquisire specifiche competenze in ambito digitale al fine di rendere più agevole il loro inserimento nel mondo del lavoro.

Il percorso formativo online toccherà 17 capitoli articolati in 82 moduli, qui presentati nel dettaglio:

### **1- Benvenuti su Crescere in Digitale**

- Cosa significa essere un digitalizzatore e perché è importante
- La struttura del progetto

### **2- Comprendere l'ecosistema digitale**

- Introduzione all'economia di Internet
- L'economia di Internet
- Fare impresa nell'economia digitale
- I numeri di Internet in Italia e nel mondo e il comportamento dei consumatori in Rete

### **3- PMI online**

- I vantaggi di essere una PMI online. Obiettivi e soluzioni per ciascun tipo di impresa
- Definire una strategia per l'impresa online. Dagli obiettivi al piano operativo
- Un sito web di successo: le caratteristiche, la scelta del CMS, la misurazione
- Promuovere l'impresa online: i principali strumenti

### **4- Come Interagire con le aziende**

- Valutazione del livello di digitalizzazione dell'impresa
- Come interagire con le aziende
- Individuare il Verticale
- Modelli di Business

### **5- Come Creare un sito web/mobile**

- Come registrare un dominio
- Ottimizzazione per la ricerca
- Search Console
- Google My Business
- User experience

### **6- Cloud e Infrastruttura**

- Nozioni di base e strategie di implementazione
- Connettere persone e idee

### **7- Social Media Management**

- Web 2.0 e Social Media: concetti di base
- Come cambia la comunicazione on-line: il modello SoMoLo
- Storytelling
- Il Blog
- Social Network Site: concetti di base
- Social Network Site: Facebook, Twitter, LinkedIn, GooglePlus
- Social Network Site e contenuti multimediali
- La social media strategy

- Il piano di comunicazione
- Social Media Policy
- Le logiche dell'influenza e della reputazione on-line
- KPI - Key Performance Indicator

#### **8- SEM - Far crescere il business online**

- Funnel d'acquisto (Awareness, Consideration, Purchase, Loyalty)
- Strumenti per l'Analisi del mercato (Keyword Tool, Consumer Barometer, YouTube Dashboard)
- Google Trends
- AdWords Basics: Search, Display, Branding Campaigns
- La mia prima campagna Search
- La mia prima campagna Display
- La mia prima campagna di Remarketing
- Strategie di offerta

#### **9- Video**

- Video Advertising

#### **10- Come misurare la crescita**

- Goal e KPIs
- Tag Manager
- AdWords Tracking
- Analytics

#### **11- Mobile**

- Trends & Data Mobile
- Mobile: Limiti e Potenzialità
- Mobile: metodi di progettazione
- App o Mobile site?
- Le soluzioni AdWords per il mobile
- AdWords: promuovere l'App

#### **12- eCommerce**

- Scenario eCommerce
- eCommerce Business Plan
- Fare l'eCommerce
- Gestire l'eCommerce
- Vendere online senza sito
- L'importanza dei contenuti online per promuovere l'eCommerce
- La mia prima campagna Google Shopping
- AdWords: Search e Display per la Lead Generation
- Tracking solution for eCommerce
- Fatturazione Elettronica

#### **13- Export**

- L'internazionalizzazione delle imprese
- Lavoro artigiano, nuove tecnologie e Export
- L'internazionalizzazione produttiva
- Gli Sportelli Informativi delle Camere di Commercio per l'internazionalizzazione
- Digital tools per fare Export

#### 14- Travel

- Trends and Data
- L'importanza dei contenuti online per promuovere il turismo
- Come curare la propria online reputation
- AdWords: Search, Remarketing, Stagionalità e Always on

#### 15- Nuove imprese per l'economia di Internet

- Dall'idea al prodotto
- Gli ecosistemi dell'innovazione e la tua startup

#### 16- Casi di Successo da Made in Italy: Eccellenze in Digitale

- Farsi trovare
- Brand identity
- Vendere online
- Esportare online
- La terza rivoluzione industriale

#### 17- Portare innovazione in impresa

- Capire il contesto di riferimento
- Come creare un piano di lavoro
- Come superare gli ostacoli. Suggerimenti per il problem solving
- Spunti sul processo di Innovazione

Le sessioni d'esame avranno cadenza mensile: la prima sessione si terrà tra il 9 e il 18 Ottobre.

I docenti dei diversi moduli includono personaggi di rilievo come Vint Cerf, Chief Evangelist di Google accademici, professionisti e rappresentanti dei partner del progetto tra cui: Domenico Mauriello, Responsabile Centro Studi - Ricerca e formazione Unioncamere; Prof. Carlo Alberto Carnevale Maffè, Bocconi University - SDA Bocconi School of Management; Miriam Bertoli, Consulente di marketing digitale; Ing. Anna Vaccarelli, Il Registro.it, IIT-CNR; Andrea Morandini, ITC Consultant per Unesco; Stefano Epifani, Docente di Social Media Management alla Sapienza, Università di Roma; Barbara Bellini, Mobile Product Expert; Stefano Marco Papini, Partner MCCrescendo Management Consulting; Mario Altavilla, Area semplificazione, servizi digitali e legalità Unioncamere; Stefano Micelli, Professore di International management presso l'Università Ca' Foscari di Venezia; Gianluca Toschi, Ricercatore Fondazione Nord Est; Alessandra Procesi, Unioncamere; Mirko Lalli, CEO di Travel Appeal; Giulio Finzi, segretario generale di NetComm; Nicola Mattina, CoFounder di Stamplay; Professor Alfonso Molina, Università di Edimburgo.

Inoltre, alcune aziende selezionate da Fondazione Symbola e Università Ca'Foscari - tra cui **Berto Salotti, Caffè Carbonelli, Dario Loison, Pastificio dei Campi e Fratelli Cantini stampanti 3D** - racconteranno la propria esperienza illustrando come il web li abbia aiutati a crescere promuovendosi al meglio e raggiungendo nuovi mercati e nuovi clienti.