

Modulo 4: Finanza sostenibile e sponsorizzazione

Lezione 4. Comunicazione e collaborazione

Modulo 1: Imprenditorialità

Unità 4	Donne come imprenditrici
Argomento 1	Comunicazione
Argomento 2	Diversi tipi di comunicazione
Argomento 3	Consigli per i principianti
Argomento 4	Metodi per migliorare la comunicazione
Argomento 5	Collaborazione
Argomento 6	Conclusione

Modulo: Risultati di apprendimento

Modulo 1- Imprenditorialità

Testo introduttivo: *L'unità riguarda la comunicazione e la collaborazione. In breve verranno presentati alcuni metodi per migliorare la comunicazione e la collaborazione e le fonti per ulteriori letture su questi argomenti.*

Conoscenza

L'allievo saprà/avrà:

- Tipi di comunicazione
- Consigli per il miglioramento della comunicazione
- Metodi di comunicazione
- Consigli per la collaborazione

Competenze

L'allievo sarà in grado di comprendere:

- Come migliorare le loro capacità di comunicazione, come lavorarci su.
- Come trovare potenziali partner, mantenere in contatto con loro.

Competenze

L'allievo sarà in grado di effettuare il completamento di un processo di apprendimento:

- Acquisire maggiore fiducia e conoscenza sul miglioramento della comunicazione.
- Avranno conoscenze su come di trovare da soli i futuri partner.

--	--	--

Unità 4: Donne nel mondo degli affari

Argomento 1. La comunicazione

- La comunicazione è un elemento cruciale per l'imprenditore. Una buona comunicazione è una parte molto importante della nostra vita, perché spiega al mondo esterno ciò che abbiamo in mente. Alcuni dei migliori comunicatori, secondo Carmine Gallo, autore di "Five Le "star" sono uomini d'affari (uomini e donne), professionisti, leader, relatori TED e persino scienziati. Su questi ultimi potrebbe esserci qualche dubbio, perché alcuni professori possono conoscere bene le cose "sulla carta", in teoria, ma in pratica potrebbero non essere in grado di spiegarle in modo interessante e breve.

*Per i libri:

- Carmine Gallo (2018). *Cinque stelle*. Gruppo editoriale St. Martin's.
- Carmine Gallo (2021). *Penkios Žvaigždutės*. Tyto Alba.



Lezione 1.1. Perché la comunicazione è importante?

La comunicazione è necessaria in qualsiasi tipo di lavoro, in particolare in un'azienda. Dove abbiamo bisogno di comunicazione una volta che abbiamo la nostra azienda?

- In comunicazione con il nostro team e i nostri partner
- Creazione di reti e ricerca di nuovi partner
- Alla ricerca di nuovi clienti
- Comunicare a un pubblico misto su piattaforme online.

La comunicazione rende

I compiti del team con cui lavoriamo più chiari

- migliorare il nostro rapporto con i partner
- attira nuovi partner
- attira nuovi clienti
- Comunicare i concetti della nostra attività e dare un messaggio attraverso il nostro marketing e i messaggi sui social media riguardo al nostro prodotto, ai nostri valori e al legame con i clienti.

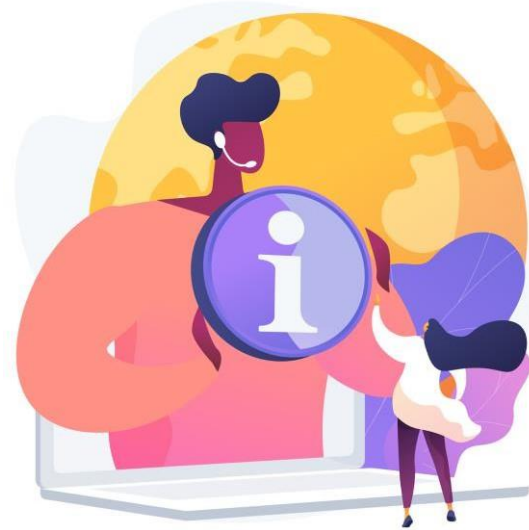
Una buona comunicazione rende gli affari generalmente più attraenti e organizzati.



Argomento 2. Diversi tipi di comunicazione

Esistono diversi tipi di comunicazione:

- Comunicazione verbale.
- Comunicazione non verbale.
- Comunicazione scritta.
- Ascolto.
- Comunicazione visiva.



Argomento 2.1 Comunicazione verbale

La comunicazione verbale è ciò che parliamo ed esprimiamo con le parole. È uno dei tipi di comunicazione più comuni. Si verifica quando parliamo con gli altri. È utile in qualsiasi ambiente di lavoro perché aiuta a esprimere direttamente ciò che pensiamo.

La difficoltà in questo caso, tuttavia, potrebbe essere quando la nostra espressione NON è chiaro all'altra persona.

Nell'ultima unità potrete vedere un video che vi aiuterà a farvi un'idea di come iniziare a comunicare in modo più chiaro quando non avete molta esperienza di comunicazione o avete paura di comunicare all'inizio.

Questo tipo di comunicazione può essere utilizzato in qualsiasi contesto lavorativo o aziendale, ma potrebbe richiedere più tempo e questo potrebbe essere un problema quando si gestiscono più attività contemporaneamente. In questo caso potrebbe essere più pratico scegliere un altro tipo di



comunicazione.

Argomento 2.2 Comunicazione non verbale

- **Comunicazione non verbale.** Ciò che facciamo mentre parliamo spesso dice più delle parole vere e proprie. Il linguaggio del corpo e i gesti secondari ne fanno parte. Il più delle volte mostra se la persona è sicura di sé o meno e influenza il rapporto tra il comunicatore e la persona a cui vengono comunicate le informazioni. I tipi di comunicazione non verbale sono:
 - **Comunicazione scritta.** È una delle modalità di comunicazione più comuni quando dobbiamo comunicare informazioni più brevi a partner o clienti. Tuttavia, in termini di tempo, l'invio di e-mail potrebbe richiedere molto tempo quando abbiamo diversi partner, clienti e fornitori a cui scrivere.
 - **Ascolto.** Questo tipo di comunicazione dimostra la nostra cura, attenzione e concentrazione sulla persona o sul pubblico che stiamo ascoltando.
 - **Comunicazione visiva,** come foto, video, animazioni e simili. Per saperne di più, consultare la parte 3.

Argomento 3. Consigli di comunicazione per i principianti

- Quando la comunicazione è più efficace:
- -Quando è divertente e ha alcuni esempi interessanti/validi (Per saperne di più: Carmine Gallo "Cinque Stelle" p.94)
- -Quando è breve.
- -Quando è chiaro e si sa cosa si sta facendo parlare di

Il video mostra alcuni modi per comunicare meglio.



Argomento 4.1.1. Metodo NASA.

La NASA, nel selezionare gli astronauti, non si limita a verificarne i titoli di studio, le competenze tecniche in biologia, tecnologia, ingegneria o matematica. Valutano anche le capacità di comunicazione. Potreste pensare: perché gli astronauti ne hanno bisogno? La comunicazione è una delle competenze chiave per essere selezionati come astronauti:

- devono dare una comunicazione chiara e precisa al Centro di controllo della missione a Houston. Non possono permettersi malintesi perché possono causare gravi danni, e una comunicazione sbagliata può letteralmente cambiare la vita.

Negli affari una comunicazione chiara porta a una buona comprensione tra i membri del team e conferisce una buona reputazione all'azienda che sa comunicare bene.

- comunicare con persone di diverse nazionalità e professioni. Ciò significa essere psicologo abbastanza bravo e in grado di comunicare in modo tollerante, comprensivo e appropriato. con i colleghi.

Anche negli affari c'è varietà di persone, soprattutto se l'attività non è solo locale ma va oltre i confini nazionali. Quando si hanno partner stranieri, è necessario comprendere non solo le loro capacità lavorative, ma

anche la loro cultura e prestare attenzione alle differenze di mentalità culturale.

Argomento 4.1.2. Metodo NASA.

Nella comunicazione che la NASA insegna astronauti:

- devono essere semplici nella loro comunicazione, in modo che anche chi non è uno scienziato possa capirli.

Nella comunicazione aziendale con il team, i partner, i fornitori e i clienti è necessario prestare attenzione al fatto che la comunicazione deve essere breve, diretta al punto e semplice.



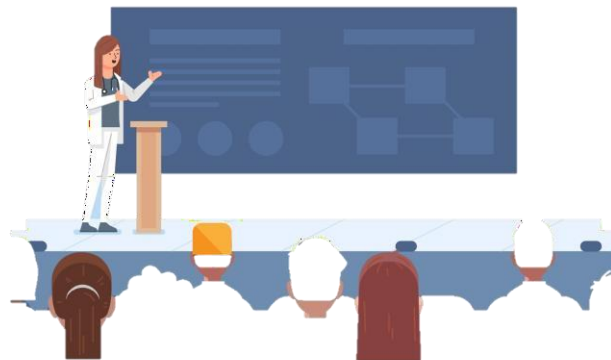
Argomento 4.2.1. Il metodo del TED talk.

Quando si ascoltano le conferenze TED, una domanda che sorge spontanea è come sia possibile trasmettere argomenti difficili a una società più ampia. La risposta è semplice: un metodo in tre fasi:

- Siate brevi. Il cervello umano ha una conversazione produttiva di 18 minuti, cercate di spiegarlo al massimo in questo lasso di tempo.

Si tenga conto che:

- *I partner hanno molti compiti e non hanno tempo per fare lunghe chiacchierate, prima di comunicare pensate a cosa volete chiedere esattamente, per non fargli perdere tempo.*
- *I clienti, soprattutto quando la vostra attività è online, sono abituati a "scorrere" e hanno tempi di attenzione brevi. Per questo motivo, la vostra comunicazione online attraverso i media deve colpirli fin dalla prima frase o immagine. Nella comunicazione di marketing online avete solo i primi secondi per rendere visibile il vostro prodotto e catturare l'attenzione del cliente.*



Argomento 4.2.2. Il metodo del TED talk.

- Controllate le parole che usate. Verificate il pubblico a cui vi rivolgete: sono persone collegate al vostro lavoro o persone esterne.

Nel mondo degli affari può essere adattato a: 1) partner/colleghi con cui si comunica e 2) clienti. Gli stili di comunicazione saranno diversi perché con i partner si vuole comunicare in modo amichevole ma conciso e organizzato per raggiungere i migliori risultati. Con i clienti la comunicazione sarà diversa, considerando i mezzi visivi, come foto, video, animazioni.

I mezzi di comunicazione menzionati sono molto utili per il marketing aziendale online. Attirano l'attenzione del cliente più velocemente e lo fanno "desiderare" per contenuti più interessanti.

Per ulteriori tecniche di comunicazione si consiglia di leggere il libro di Carmine Gallo "Five Stars". Consultate le referenze (in



inglese e lituano).

Argomento 5.1. Collaborazione. Cosa significa fare rete?

Fare rete significa interagire, parlare con potenziali partner o stakeholder, clienti, che potrebbero essere utili alla vostra attività. Per essere in grado di trovare potenziali partner, stakeholder adatti alla vostra attività, potreste aver bisogno di:

- -Buone capacità di comunicazione
- -Capacità di individuare i luoghi in cui potrebbero trovarsi potenziali partner/stakeholder/clienti.
- -Mantenere i contatti con i partner attuali e futuri.
- -Consigli su come creare un database di partner.

Argomento 5.1. Collaborazione. Abilità comunicative.

Come è stato detto nelle unità precedenti, la comunicazione è l'abilità chiave per una donna d'affari. Potete controllare le unità precedenti e continuare a migliorare le vostre capacità di comunicazione. Nota a margine: in quanto donna, le vostre capacità di comunicazione potrebbero essere leggermente diverse da quelle degli uomini. Consigli per ulteriori letture:

- In inglese - Maye Musk. *La donna fa un piano.*
- In lituano - Jolanta Puzienė. Pabandyk

(Consultare le referenze)

Argomento 5.2.1. Collaborazione: come trovare futuri partner?

La capacità di individuare i luoghi in cui potrebbero trovarsi i potenziali partner/stakeholder è fondamentale.

1) Per prima cosa, dovete identificare chi sono i vostri potenziali partner. Come attirarli?

Nel caso delle artigiane, i potenziali partner/stakeholder saranno probabilmente fornitori di materiali, spazi fisici aperti e gratuiti (almeno all'inizio dell'attività) dove poter esporre i propri prodotti (come centri espositivi, centri culturali o ricreativi, biblioteche, centri giovanili) e dove c'è un flusso di persone.

Ad esempio, per collaborare con questi spazi aperti e luoghi di esposizione, le artigiane dovrebbero concordare un appuntamento, spiegare l'obiettivo di esporre le proprie opere e chiedere un incontro con il direttore/top manager che potrebbe mostrare il luogo per loro. In questo modo possono entrare in contatto diretto con il futuro partner/stakeholder e avere una connessione più stretta rispetto alla semplice telefonata.

Se i partner sono quelli con cui l'artigiana sta già lavorando, può utilizzare i mezzi online per comunicare con loro, ma è importante comunicare per la prima volta di persona.

Argomento 5.2.2. Collaborazione: come trovare futuri partner?

2) In secondo luogo, chi sono i potenziali clienti. Come attrarli/trovarli?

Per trovare il cliente giusto, dovrete innanzitutto pensare a queste domande:

- Chi compra il mio prodotto?
- Dove posso trovarli: online, di persona? Una volta che lo saprete, sarà più facile raggiungerli.

Ad esempio, l'artigiana vende gioielli.

- Chi lo compra? Di solito le donne.
- Dove trovarli? Se più giovani: online su Instagram e Facebook. Se più grandi: soprattutto attraverso le raccomandazioni.

Una volta individuato che sai che puoi lavorare con le piattaforme Instagram e Facebook e collaborare con alcuni centri dove ci sono corsi di gioielleria, esposizioni, dove le donne si riuniscono e/o passano e vedono i gioielli.

Argomento 5.2.3. Collaborazione: come trovare futuri partner?

3) Collaborate con i vostri amici e con le persone più vicine a voi.

Nel libro di Jolanta Puzienė, "Pabandyk" ("Prova") spiega quanto sia importante la rete di amici quando si vuole vendere un prodotto e la tecnica del "lips to lips". Funziona quando si consiglia qualcosa ai propri amici, a cerchie ristrette di persone, diciamo 5 persone, che lo provano e lo consigliano ad altri loro amici. Di solito un numero simile di persone - 5. Facendo due conti, sono già 25 le persone che conoscono i vostri prodotti.

Ad esempio, nelle lezioni precedenti è stata citata una buona pratica dalla Lituania relativa a un'imprenditrice che produce cosmetici. Ha una comunità che di solito acquista cosmetici naturali da lei e li raccomanda ad altre persone. Questo è un buon esempio di persone che "spargono la voce" e portano clienti attraverso le cerchie di persone più vicine.

Argomento 5.3. Collaborazione. Mantenere i contatti con i partner

I partner possono cambiare o variare nei diversi progetti. Tuttavia, nessuno è più adatto a lavorare con un partner conosciuto su cui si può fare affidamento. Per questo motivo si raccomanda vivamente di instaurare buoni rapporti con i partner su cui si fa affidamento. Come si può verificare se un partner è affidabile? Questo si capisce con il tempo e ci sono diversi fattori a cui si può prestare attenzione:

- Il partner mantiene la parola data svolgendo compiti più o meno grandi?
- Rispettano le scadenze?
- La loro collaborazione porta più caos o più pace?

È importante aggiornarsi nel campo della psicologia del gruppo e delle dinamiche tra partner e gruppo. È fondamentale sapersi muovere tra persone e culture diverse,

soprattutto se si collabora con partner stranieri.

Argomento 5.4.1. Collaborazione. Realizzare la banca dati dei partner

Come creare un database di partner?

- Quando avrete più partner/stakeholder nella vostra lista, avrete bisogno di un sistema per mettere tutti i partner in un unico database e vederli chiaramente da dove provengono (città/paese), che tipo di organizzazione/istituzione sono e aggiungere altre informazioni utili.



Argomento 5.4.2. Collaborazione. Creare la banca dati dei partner

- Uno dei buoni strumenti per farlo è la piattaforma online gratuita TRELLO. Si tratta di una piattaforma online che potete utilizzare per sistemare i vostri partner dalla A alla Z e per includere ulteriori informazioni utili su di loro. Una volta che avete bisogno di un partner, potete consultare la vostra banca dati personale o i vostri partner.

< Getting started with Trello

- 1 Learn Trello board basics
 - What is a board?
 - What is a list?
 - What is a card?
 - What is the board menu?
- 2 Create your first project
- 3 Onboard your team to Trello
- 4 Integrate Trello with other apps
- 5 Powerful collaboration features
- 6 Activate different views
- 7 Automate anything in Trello
- 8 Set permissions and admin controls

CHAPTER 1

Learn Trello board basics

Getting started with Trello is easy, in this chapter you will learn about the fundamental components of Trello, boards, lists, cards, and more.



Argomento 6. Conclusione

Migliorare le capacità di comunicazione è un processo continuo. Leggere su questo argomento e andare oltre

la propria zona di comfort per migliorarla è fondamentale.

- Esistono diversi tipi di comunicazione (verbale, non verbale, scritta, di ascolto, visiva).
- Esistono diversi modi per migliorarlo attraverso la NASA, i metodi TEDx o video relativi alla comunicazione (<https://youtu.be/RLXGPTLoba4>).
- La comunicazione è l'abilità più importante per l'imprenditorialità. Aiuta a collaborare con i futuri partner e stakeholder.

La cosa più importante è essere appassionati dell'attività che si sta avviando e cercare di migliorare le proprie capacità di comunicazione e collaborazione durante lo sviluppo dell'attività.

Attività di apprendimento 4: Donne come imprenditrici

Fornite qui gli strumenti pratici e gli esercizi rilevanti per la sezione specifica ed elaborate un mini-toolkit (3-5 attività di apprendimento per modulo, idealmente -1 per unità). La seguente tabella fornisce una struttura per le attività. Descrivete ogni attività all'interno della tabella. Fornite materiali aggiuntivi per un'attività come elenco di link o come allegato (ad es. dispense, immagini, grafici, tabelle, presentazioni, giochi, mappe mentali, video, ecc.) La tabella è compilata con un esempio.

Obiettivo educativo	Tipo di attività	Contenuto	Materiale aggiuntivo
---------------------	------------------	-----------	----------------------

Conoscenze e competenze relative alla comunicazione e alla collaborazione per l'apprendimento	Esercizi a scelta multipla, autovalutazione, e riflessioni.	Dopo aver rivisto l'Unità 4, aver guardato video, la lettura di metodologie di migliorare comunicazione e collaborazione, lo studente sarà in grado di riflettere e iniziare a migliorare la propria comunicazione e collaborazione. indipendentemente.	Vedi riferimenti
---	---	--	------------------

Valutazione

Domanda 1: *(Selezionare tutte le domande applicabili).*

Quali sono i tipi di comunicazione?

a) verbale

b) Fisico

c) non verbale

d) multilingue

e) Ascolto

f) Maestro

g) Scrittura

h) Immagini

Risposte corrette: a) verbale, c) non verbale, e) ascolto, g) scrittura, h) immagini.

Domanda 2:

Qual è l'abilità che la NASA apprezza di più?

a) Parlare chiaramente

b) Comunicazione

c) Matematica

d) Scienza

Risposta corretta: b) Comunicazione

Domanda 3: (*Selezionare tutte le domande applicabili*).

Quali sono i punti più importanti nella comunicazione, secondo i consigli e i metodi che avete letto?

- a) Essere brevi
- b) Menzionare molti dettagli
- c) Esempi interessanti
- d) Chiarezza
- e) Parlare per un'ora
- f) Impiegare al massimo 18 minuti per spiegare l'argomento
- g) Sapere di cosa si parla
- h) Improvvisare

Risposte corrette: a) Essere brevi, c) Esempi interessanti, d) Chiarezza, f) Impiegare al massimo 18 minuti per spiegare l'argomento, g) Sapere che cosa si sta facendo.
parlare di

Domanda 4:

Per trovare potenziali partner e stakeholder per la vostra attività, quali competenze e azioni potrebbero essere necessarie?

- a) Possedere competenze e conoscenze tecniche avanzate
- b) Avere un budget elevato per il marketing e la pubblicità
- c) Possedere buone doti di comunicazione, la capacità di identificare i luoghi in cui potrebbero trovarsi i potenziali partner, mantenere i contatti con i partner attuali e futuri e la creazione di un database dei partner.
- d) Concentrarsi solo sull'autopromozione e ignorare le esigenze dei potenziali partner.

Risposta corretta: c) Possedere buone capacità di comunicazione, la capacità di identificare i luoghi in cui potrebbero trovarsi i potenziali partner, mantenere i contatti con i partner attuali e futuri e creare un database dei partner.

Sintesi

La comunicazione è l'abilità più importante per l'imprenditorialità. Aiuta a collaborare con i futuri partner e stakeholder:

- Esistono diversi tipi di comunicazione (verbale, non verbale: scrittura, ascolto, utilizzo di immagini).
- Esistono diversi modi per migliorarlo attraverso la NASA, i metodi TEDx o la comunicazione.
video correlati (<https://youtu.be/RLXGPtLoba4>).

La collaborazione, invece, deve essere esplorata attraverso alcune domande:

- Il partner è affidabile (rispetta le scadenze, comunica bene...)?
- Che valore aggiungono?
- Riesco a comunicare bene con i miei partner?

Una volta chiarite queste domande, potrete avere un buon inizio del vostro futuro.

partnership.

Materiale di approfondimento (libri)

- Carmine Gallo (2018). *Cinque stelle*. Gruppo editoriale St. Martin's.
- Carmine Gallo (2021). *Penkios Žvaigždutės*. Tyto Alba. (in lituano)
- Jolanta Puzienė (2022). *Pabandyk*. Jolanta Puzienė. (in lituano)
- Maye Musk (2019). *La donna fa un piano*. Un libro sulla vita dei vichinghi.
- Maye Musk (2021). *Moteris, kuri turi planą*. Alma Litera.

Riferimenti (libri)

- Carmine Gallo (2018). *Cinque stelle*. Gruppo editoriale St. Martin's.
- Carmine Gallo (2021). *Penkios Žvaigždutės*. Tyto Alba. (in lituano)
- Jolanta Puzienė (2022). *Pabandyk*. Jolanta Puzienė. (in lituano)