

DIPARTIMENTO DI SCIENZE UMANE PER LA FORMAZIONE
“RICCARDO MASSA”

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE PEDAGOGICHE

Anno Accademico 2017/2018



WORKSHOP N° 4

ORGANIZZARE E INNOVARE SERVIZI EDUCATIVI COMPLESSI:
DALL'IDEA ALLA PRATICA

Conduttrice: AZZURRA SPREAFICO

Servizio: Mama-o Centro di arte ostetrica & per la prima infanzia

Data: 11-05-2018

Partecipanti:

FRANCESCA ARMANI

NICOLETTA CONVERSI

CHIARA DE VECCHI

CHIARA GRECO

FLORIANA LA MENDOLA

MARTINA MANCLOSSI

AURORA RADAVELLI

ELISA ROTA

MARA SALERI

ESPERIENZA PRATICA DEL WORKSHOP

Il workshop è stato condotto da Azzurra Spreafico, giovane pedagoga ed imprenditrice che ha fondato due centri di arte ostetrica e per la prima infanzia a Merate e Arcore. Dopo essersi presentata e averci presentato il servizio da lei aperto, ci ha chiesto di parlare di noi, del nostro percorso formativo e professionale, dei nostri sogni e aspirazioni lavorative future.

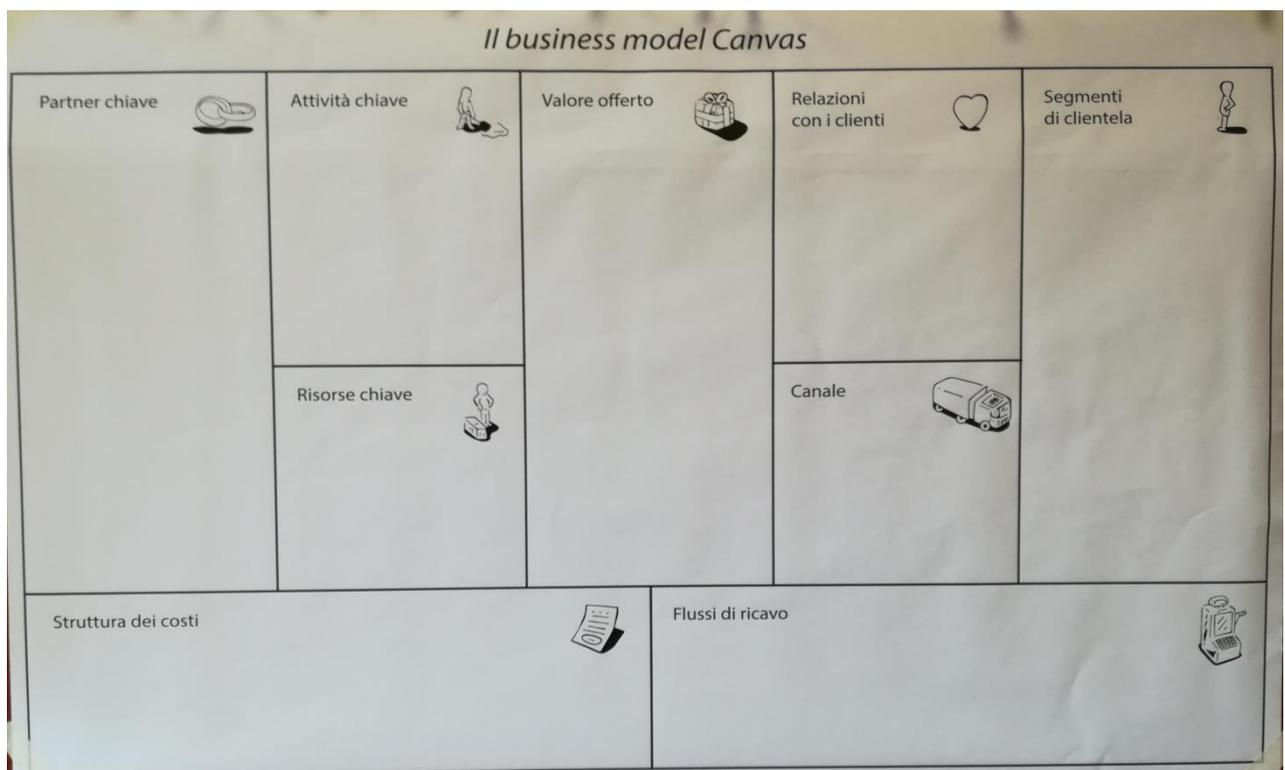
Partendo dalla sua esperienza di imprenditrice di un servizio pedagogico, ci ha guidate attraverso il metodo da lei utilizzato, il “Business Model Canvas”, dividendoci in due gruppi sulla base delle esperienze e degli interessi emersi, per provare a calarci nella pratica della progettazione di un servizio dall’ideazione alla realizzazione.

Un sottogruppo più numeroso si è concentrato sull’ideazione di un servizio nido, cercando di dare uno stampo innovativo, e una coppia ha lavorato all’ideazione di un servizio per persone con disabilità intellettive.

Particolare enfasi ed attenzione è stata posta alla produzione di un servizio che fosse innovativo per distinguersi dalla massa e poter essere così competitivi sul mercato. Altro elemento fondamentale per la sopravvivenza del servizio è circoscrivere l’utenza a cui ci si rivolge, in modo da non perdere di vista il proprio obiettivo ed essere focalizzati sulla specificità della progettazione.

La conduttrice ci ha consegnato il “kit dell’imprenditore” (costituito da: post-it di diversi colori e pennarelli) e due cartelloni con stampato il modello Business Canvas da appendere alle pareti.

Ci ha lasciato il tempo di esaminare e familiarizzare con questo nuovo modello, facendo così emergere da noi domande e curiosità.



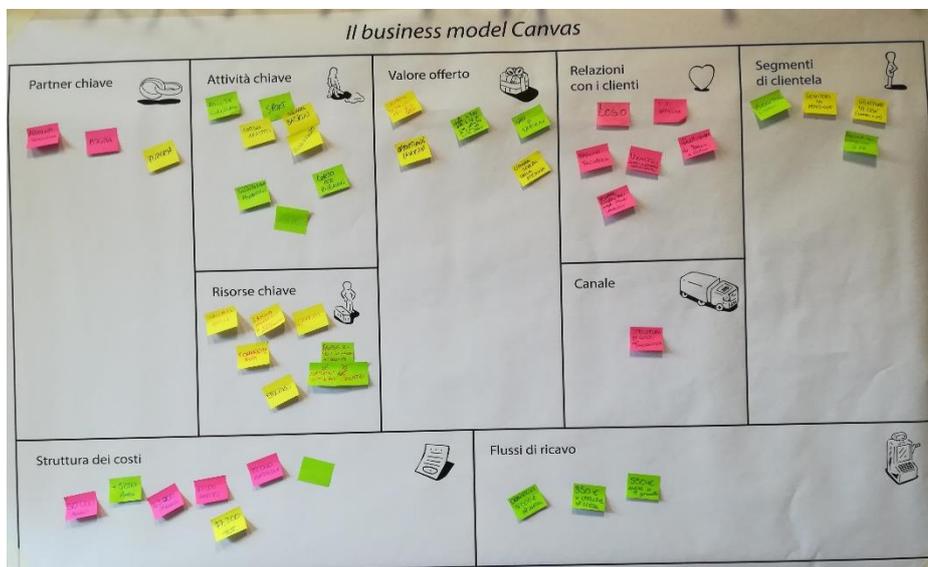
Rispondendo alle nostre perplessità ci ha spiegato la circolarità della compilazione del modello che facilita l'emergere di pensieri creativi e l'interconnessione dei diversi blocchi da tenere in considerazione.

Ogni gruppo si è quindi cimentato nella costruzione del proprio progetto, inizialmente più faticosamente e poi in maniera sempre più fluida. La conduttrice ha agevolato il processo suggerendo e consigliando facendo riferimenti pratici, derivanti dalla sua esperienza diretta.

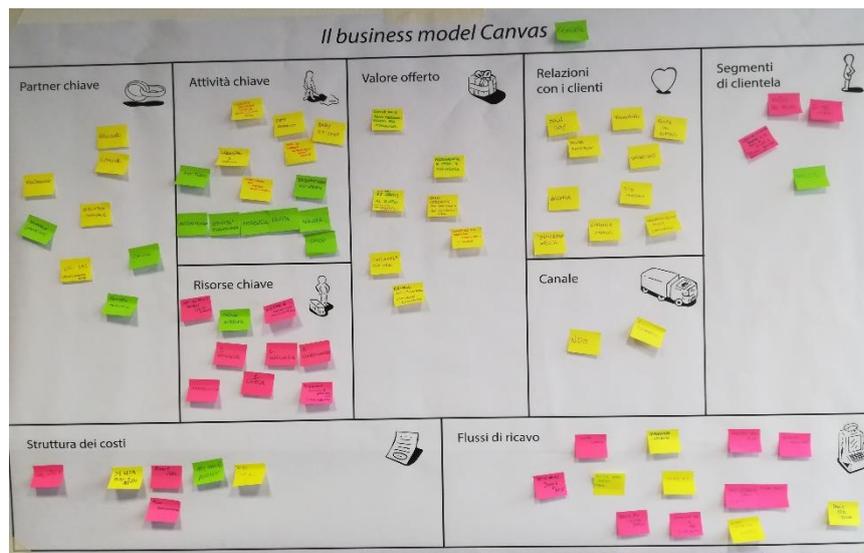
Il kit dell'imprenditore è stato fondamentale in quanto i post-it potevano essere attaccati e staccati agevolmente per mantenere un processo creativo flessibile.

Il modello si basa su un processo circolare che però può essere affrontato in modo originale, ciò è dimostrato dal fatto che i due gruppi hanno seguito percorsi inversi: gli uni partendo dalle attività chiave per giungere ai costi e gli altri affrontando prima il problema budget per arrivare poi a pianificare le attività.

Il risultato è stata la creazione sulla carta di due realtà che, sebbene abbozzate, potrebbero essere realizzate.



Eccole:



MODELLI TEORICI DI RIFERIMENTO

Il Business Model Canvas è uno strumento strategico utilizzato soprattutto in contesti aziendali, ma molto utile anche per avviare un progetto pedagogico. Esso può sembrare uno strumento per manager di grandi aziende o per imprenditori di startup innovative d'oltreoceano, ma è in realtà ideale anche per avere una visuale chiara e schematica di un qualsiasi progetto di business, dal nuovo prodotto che vogliamo produrre, fino al grande progetto industriale.

È stato sviluppato da *Alexander Osterwalder*, co-fondatore di Strategyzer. Si presenta sotto forma di schema grafico ed è utile a sviluppare nuovi modelli di business o a perfezionare quelli già esistenti. Con "modello di business", o business model, si intende l'insieme delle soluzioni organizzative e strategiche che permettono all'azienda di creare, distribuire e acquisire valore.

Un'impresa crea valore per i suoi clienti quando li aiuta a soddisfare un bisogno, realizzare un desiderio o risolvere un problema.

Sfruttando la logica del "pensiero visivo", il Business Model Canvas crea una sorta di linguaggio universale: ciò consente di condividere e semplificare concetti complessi che riguardano il funzionamento dell'azienda o, nel nostro caso di un servizio educativo, rendendoli comprensibili a tutti.

Il modello prevede una griglia di riferimento contenente nove blocchi fondamentali in modo da semplificare la propria idea di business ed avere chiari quali aspetti sono importanti per l'instaurarsi di rapporti commerciali proficui. Di seguito vengono elencati i punti sopracitati:

- **SEGMENTI DI CLIENTELA:** occorre individuare il cliente target, le sue esigenze ed eventuali problemi. Se il cliente non è identificabile in un'unica categoria, è utile segmentare il target per stabilire le modalità di interazione più appropriate.
- **VALORE OFFERTO:** differisce in base al target a cui ci si rivolge. Occorre individuare il valore aggiunto per il quale il cliente dovrebbe scegliere la propria offerta: un'innovazione, l'accessibilità a un servizio, un miglioramento di prodotto o altro.
- **CANALE:** ossia i canali attraverso i quali raggiungere il cliente
- **RELAZIONI CON I CLIENTI:** per avere un servizio efficace è fondamentale instaurare una relazione con il cliente. Le modalità variano dall'orientamento iniziale, all'uso dei social network, alla creazione di una community.
- **FLUSSI DI RICAVO:** consiste nell'individuazione del prezzo e della modalità di pagamento da parte del cliente, in modo da cercare un equilibrio che risulti conveniente in termini di qualità/prezzo sia per chi acquista che per chi vende.
- **RISORSE CHIAVE:** occorre indicare le risorse fisiche, intellettuali, umane e finanziarie a supporto dell'idea di business.
- **ATTIVITÀ CHIAVE:** fondamentale è l'individuazione delle azioni e attività strategiche che permettano il successo dell'attività.
- **PARTNER CHIAVE:** occorre instaurare una rete di relazioni con società, aziende, servizi non concorrenti che comportino un vantaggio per l'impresa. Utili potrebbero essere anche le relazioni con società potenzialmente concorrenti in quanto potrebbe portare allo sviluppo di un prodotto rivolto ad un nuovo segmento di clientela.
- **STRUTTURA DEI COSTI:** per ultimo, occorre analizzare l'equilibrio tra i costi fissi e i costi variabili. A questo punto sarà possibile capire se l'offerta sarà un prodotto più conveniente ma già presente sul mercato o un prodotto di valore ad un costo più elevato.

I nove blocchi non sono da considerarsi come separati tra loro, ma ognuno influenza l'altro in modo circolare.

Un altro aspetto importante sottolineato dalla conduttrice è stato il fatto che, per la riuscita di un progetto imprenditoriale, non è sufficiente l'idea, ma serve l'innovazione per potersi distinguere dalla massa. "O sei una Mucca Viola o non sei nessuno. Straordinario o invisibile. A te la scelta". È questo il concetto di fondo che Seth Godin illustra nel suo libro. L'essenza della mucca viola è la straordinarietà: straordinario è tutto ciò che emerge dal consueto, che si fa notare, che fa parlare di sé; è la novità che suscita interesse. Seth Godin propone quindi il concetto di "marketing dello straordinario", inteso come l'arte di creare prodotti e servizi che abbiano elementi di straordinarietà, e che per questo si facciano notare. Un marketing basato sul principio che se non è di per sé

straordinario, il prodotto/servizio risulta invisibile agli occhi del consumatore Ci vuole quindi una Mucca Viola, cioè un prodotto o servizio che sia straordinario, inatteso, fenomenale, entusiasmante e incredibile.

CONNESSIONI CON IL CORSO DI LAUREA

Questo workshop è stato prettamente pratico, pertanto ci ha permesso di immergerci in un aspetto organizzativo programmatico che nei corsi è stato poco trattato, quindi, è stato un buon completamento del percorso formativo intrapreso.

Quello che noi abbiamo scoperto è che non è così irrealizzabile la creazione di un proprio servizio educativo, avendo gli strumenti adeguati per poterla perseguire.

Strumenti che in parte erano già stati acquisiti nel corso di Progettazione e Valutazione dei Servizi e degli Interventi Educativi, sono stati completati dagli elementi teorici appresi dal workshop.

In particolare erano argomenti per noi inesplorati l'aspetto economico e il processo di strutturazione di una start-up che, sebbene possano sembrare temi lontani dal mondo pedagogico, in realtà in una professione di secondo livello sono essenziali.

CONCLUSIONI

Siamo molto soddisfatte della scelta del nostro workshop e di aver impiegato tre ore alla scoperta di questo nuovo modello di progettazione.

Abbiamo apprezzato la praticità e l'interattività del workshop, la possibilità di confrontarci attivamente con una professionista con il nostro stesso percorso di studi è riuscita a raggiungere l'obiettivo di aprire e gestire un proprio servizio.

E' stato interessante perché ci ha permesso di percepire un raccordo forte fra mondo universitario e mondo lavorativo.

BIBLIOGRAFIA

- Godin S., *La mucca viola*, Sperling & Kupfer, 2015, Milano
- Osterwalder A. e Pigneur Y., *Creare modelli di business*, Edizioni FAG, 2012, Milano

SITOGRAFIA

www.businessmodelcanvas.it

www.mama-o.it