



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



LIBRO GUIDA PER FORMATORI PER MIGLIORARE LE SOFT SKILLES DIGITALI DEI GIOVANI



R3: QUADRO DELLE SOFT SKILL DIGITALI DEL LIBRO GUIDA

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996



Guida per formatori per migliorare le competenze digitali dei giovani

LIBRO GUIDA PER GLI INSEGNANTI

Design

Indepcie SCA (Spain)

Partnership di progetto

Science and Human Foundation (Turchia)

Euro-Net (Italia)

Indepcie SCA (Spagna)

ESICA (Austria)

Coordinatore progetto

Science and Human Foundation (Turchia)

Il sostegno della Commissione europea alla realizzazione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile dell'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute



04 Introduzione

07 Capitolo I

Come utilizzare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto-formazione digitale

26 Capitolo II

Come creare e usare i portfolio digitali per l'occupabilità

38 Capitolo III

Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online

64 Capitolo IV

Come stabilire un lavoro di squadra virtuale, migliorare l'organizzazione e la condivisione delle risorse online per una migliore comunicazione online

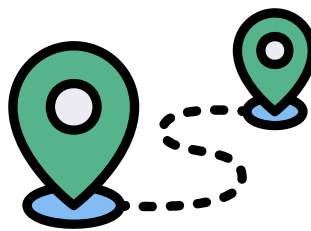
86 Capitolo V

Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi

Introduzione

Il terzo risultato del progetto Digi4you consiste in una **guida per i giovani formatori**, per migliorare le competenze digitali e trasversali dei giovani. Gli obiettivi principali della guida sono:

- Migliorare le competenze lavorative dei giovani formatori con i concetti e le tecniche delle competenze digitali.
- Aiutare gli operatori giovanili ad aumentare le loro capacità cognitive e l'insegnamento delle soft skills attraverso l'uso di strumenti TIC.



La guida è suddivisa nei seguenti 5 capitoli:

1. Come utilizzare lo **storytelling digitale** con i giovani per il sè digitale efficace
2. Come creare e utilizzare **portafogli digitali** per occupabilità
3. Come creare e utilizzare **contenuti autentici e coinvolgenti** per un'interazione efficace online
4. Come creare un lavoro di squadra virtuale, migliorare l'organizzazione e la condivisione delle risorse online
5. Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi



Contenuto

Ogni capitolo avrà la seguente **struttura**:

1. Introduzione
2. Obiettivi formativi
3. Contenuto: Impatto e benefici
Conseguenze
4. Come sviluppare questa abilità
5. Conclusioni

I **gruppi target** di questo terzo risultato del progetto saranno gli operatori giovanili e i coordinatori giovanili che formano i NEET. I materiali possono essere utilizzati anche da insegnanti, formatori, direttori scolastici, consulenti psicologici, accademici nella formazione degli insegnanti, centri di istruzione e ONG educative per lo sviluppo personale.





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPITOLO I

COME USARE IL DIGITAL STORYTELLING CON I GIOVANI PER UN'EFFICACE AUTO-RACCONTO DIGITALE



R3: QUADRO DELLE SOFT SKILL DIGITALI DEL LIBRO GUIDA

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996



Come utilizzare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto- formazione digitale

Sviluppato da Science and Human Foundation (Turchia)

Introduzione

Nell'era digitale di oggi, dotare i giovani di **abilità e competenze digitali** è fondamentale per il loro successo nel mercato del lavoro e nella società nel suo complesso. Tuttavia, la formazione tecnica da sola può non essere sufficiente: anche le competenze trasversali, come la comunicazione, il lavoro di squadra e la creatività, sono essenziali per prosperare nel mondo digitale.

La **narrazione digitale** è uno strumento potente che i formatori dei giovani possono utilizzare per sviluppare sia le competenze digitali che quelle trasversali. Il digital storytelling è una tecnica che utilizza gli **strumenti digitali** per raccontare storie creando narrazioni con elementi multimediali come immagini, audio e video. Questo metodo trasmette efficacemente informazioni, emozioni e promuove l'apprendimento, coinvolgendo i giovani e **promuovendo la creatività e le competenze vitali**.

Questo capitolo approfondisce il **potenziale** del digital storytelling per sviluppare le **competenze digitali** e la **consapevolezza di sé** dei giovani, fornendo al contempo una guida per i formatori dei giovani per incorporare efficacemente il digital storytelling nei loro programmi di formazione. Il capitolo esplora i **vantaggi** dell'uso del digital storytelling, fornisce **indicazioni** sulla creazione di storie digitali e condivide **suggerimenti** su come utilizzare efficacemente questo approccio nei programmi di formazione per i giovani. Il capitolo presenta anche **iniziative di successo nel campo** della narrazione digitale e fornisce **risorse** per aiutare i giovani formatori a iniziare.

Per cominciare, invitiamo i lettori a riflettere sulle loro esperienze di formatori di giovani e sull'uso dello storytelling nei loro programmi di formazione. La **riflessione** sull'efficacia della narrazione può fornire spunti sull'impatto potenziale del digital storytelling e preparare i lettori alle intuizioni e alle strategie discusse in questo capitolo. In questa guida forniamo **indicazioni passo dopo passo** sulla creazione di una storia digitale, dalla pianificazione e sceneggiatura all'incorporazione di elementi multimediali e alla condivisione del prodotto finale. Condividiamo inoltre le **migliori pratiche** per utilizzare efficacemente il digital storytelling nei programmi di formazione per i giovani, come la definizione di chiari obiettivi di apprendimento, la scelta di strumenti digitali appropriati e la creazione di un ambiente di apprendimento favorevole.

Alla fine di questo capitolo, i lettori comprenderanno meglio come lo storytelling digitale possa essere utilizzato come strumento per migliorare le competenze digitali dei giovani e sostenere il loro sviluppo personale. Quindi, tuffiamoci ed esploriamo il **potere del digital storytelling!**

Come usare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto-formazione digitale

Obiettivi formativi

Alla fine di questo capitolo, sarete in grado di:

- Comprendere i **vantaggi** dell'uso del digital storytelling come strumento per sviluppare le competenze digitali e la consapevolezza di sé dei giovani:
- Alla fine di questo capitolo, i lettori avranno una migliore comprensione dei benefici dell'uso del digital storytelling nei programmi di formazione per i giovani. Impareranno come il digital storytelling possa essere utilizzato come strumento per coinvolgere i giovani nel processo di apprendimento, promuovere la creatività, costruire soft skills e sviluppare l'alfabetizzazione digitale.
- Descrivere **le fasi** di creazione di una storia digitale, dalla pianificazione e sceneggiatura all'incorporazione di elementi multimediali e alla condivisione del prodotto finale:
- I lettori impareranno le fasi essenziali della creazione di una storia digitale. Scopriranno come pianificare e strutturare una storia, sviluppare sceneggiature, utilizzare elementi multimediali come immagini, audio e video e condividere efficacemente il prodotto finale.
- Identificare **le migliori pratiche** per utilizzare efficacemente il digital storytelling nei programmi di formazione per i giovani, tra cui la definizione di obiettivi di apprendimento chiari, la selezione di strumenti digitali appropriati e la creazione di un ambiente di apprendimento favorevole:
- I lettori capiranno come utilizzare efficacemente lo storytelling digitale nei programmi di formazione per i giovani. Impareranno a definire obiettivi di apprendimento chiari, a selezionare strumenti digitali appropriati e a creare un ambiente di apprendimento favorevole che favorisca la creatività e l'impegno dei NEET.
- Valutare **l'impatto** dello storytelling digitale sul coinvolgimento dei giovani nel processo di apprendimento, sulla promozione della creatività e sullo sviluppo di competenze trasversali come la comunicazione e il lavoro di squadra:
- I lettori impareranno come lo storytelling digitale possa avere un impatto sul processo di apprendimento, promuovere la creatività e costruire competenze trasversali come la comunicazione e il lavoro di squadra. Valuteranno l'impatto del digital storytelling sull'impegno dei NEET nel processo di apprendimento e identificheranno i modi per sfruttare questo approccio per costruire competenze essenziali.

- Vetrina successo digitale narrazione digitale **iniziative** e utilizzare **risorse** per incorporare il digital storytelling nei programmi di formazione dei giovani:
- I lettori esploreranno le iniziative di successo di storytelling digitale e impareranno come incorporarle nei loro programmi di formazione per i giovani. Avranno accesso a risorse, come modelli, casi di studio e kit di strumenti, che li aiuteranno a implementare efficacemente il digital storytelling.
- Riflettere sull'**esperienza personale** come formatore di giovani e utilizzare efficacemente lo storytelling nei programmi di formazione per coinvolgere i NEET nel mondo digitale:
- I lettori rifletteranno sulla loro esperienza personale di formatori di giovani e valuteranno l'efficacia dello storytelling nei loro programmi di formazione. Impareranno come incorporare efficacemente lo storytelling digitale nei loro programmi per coinvolgere i NEET nel mondo digitale e sostenere le loro competenze digitali e il loro sviluppo personale.



Come usare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto- formazione digitale

Contenuto: Impatto e benefici

La narrazione digitale offre un **approccio unico** allo sviluppo delle competenze digitali e trasversali dei giovani. Incorporando questa tecnica nei programmi di formazione, gli operatori giovanili possono offrire ai discenti un **modo coinvolgente e creativo** per migliorare le loro competenze.

I **vantaggi** del digital storytelling per lo sviluppo delle competenze digitali sono evidenti. La narrazione digitale permette agli studenti di esplorare diversi strumenti e tecnologie digitali, come i software di editing audio e video, che possono migliorare le loro **competenze** digitali. Imparando a usare questi strumenti, i giovani possono diventare più abili nel marketing digitale, nella creazione di contenuti e in altre competenze digitali fondamentali.

Inoltre, la narrazione digitale può aiutare i giovani a sviluppare **competenze trasversali** che sono essenziali per il successo nell'era digitale. Per esempio, gli studenti possono mettere in pratica le abilità comunicative presentando le loro storie a un pubblico e ricevendo feedback e suggerimenti. Il digital storytelling può anche aiutare gli studenti a sviluppare **le capacità di lavoro di squadra**, poiché lavorano in modo collaborativo per creare una storia avvincente.

Uno dei principali vantaggi del digital storytelling è il suo potenziale nel promuovere **l'autoconsapevolezza e la consapevolezza culturale**. Riflettendo sulle proprie esperienze e prospettive, gli studenti possono acquisire una visione di sé e della propria comunità. Possono anche imparare ad apprezzare e rispettare prospettive ed esperienze culturali diverse, promuovendo la comprensione e l'empatia interculturale.



Inoltre, la narrazione digitale può aiutare i giovani ad acquisire fiducia e a migliorare la loro autostima. Creando e condividendo le loro storie, gli studenti possono ottenere il riconoscimento e la convalida del loro lavoro. Questo può portare a un senso di realizzazione e di orgoglio, che può avere un impatto positivo sul loro benessere generale.

I benefici del digital storytelling vanno oltre lo sviluppo personale. Promuovendo la creatività e l'innovazione, il digital storytelling può portare alla creazione di nuovi prodotti, servizi e idee. Ciò può favorire la crescita economica e contribuire al progresso sociale e culturale.

In conclusione, la narrazione digitale offre una serie di vantaggi per lo sviluppo delle competenze digitali e trasversali dei giovani. Fornendo un modo coinvolgente e creativo di apprendere, la narrazione digitale può promuovere l'alfabetizzazione digitale, il lavoro di squadra, la comunicazione, la consapevolezza culturale e la consapevolezza di sé. Queste competenze possono preparare i giovani a future opportunità di lavoro, migliorare la loro qualità di vita complessiva e promuovere l'integrazione sociale e culturale.



Come utilizzare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto-formazione digitale

Conseguenze

La mancanza di competenze digitali e di soft skills può avere **gravi conseguenze** per i giovani nel mondo del lavoro e dell'istruzione di oggi. Il ritmo del cambiamento tecnologico fa sì che le competenze digitali diventino sempre più essenziali per l'occupabilità e l'incapacità di stare al passo con questi cambiamenti può portare a **perdere opportunità e a una stagnazione della carriera.**

Inoltre, la mancanza di soft skills può portare a **difficoltà** nella comunicazione, nel lavoro di squadra e nella risoluzione dei problemi, rendendo difficile lavorare efficacemente nel mondo digitale. L'inadeguatezza delle competenze trasversali può anche portare a una riduzione dell'autostima, della fiducia e della motivazione, che in ultima analisi può avere un impatto sulla qualità complessiva della vita dei giovani.

Le conseguenze negative della mancanza di competenze digitali e trasversali possono essere di vasta portata. Ad esempio, per i giovani che non hanno queste competenze può essere difficile trovare un impiego, soprattutto nei settori competitivi in cui le competenze digitali sono molto richieste. Questo può portare a **difficoltà finanziarie**, come la difficoltà di pagare le bollette e i debiti, che possono avere un impatto negativo sulla salute mentale e sul benessere.

Inoltre, l'incapacità di stare al passo con i progressi tecnologici può portare a **sentimenti di esclusione e disconnessione dalla società**, in particolare per i giovani già emarginati o socialmente isolati. L'incapacità di comunicare efficacemente, di collaborare con gli altri o di risolvere i problemi può anche ostacolare l'integrazione sociale e culturale, portando infine a un ulteriore isolamento e a un ridotto senso di appartenenza.

La mancanza di competenze digitali e di competenze trasversali può avere un impatto anche sulla capacità dei giovani di **accedere a servizi e risorse vitali.** Ad esempio, senza adeguate competenze digitali, i giovani possono avere difficoltà ad accedere alle risorse di apprendimento online o a fare domanda di lavoro online. Questo può portare a perdere opportunità e a ridurre la capacità di partecipare pienamente alla società





Ecco alcune ulteriori conseguenze della **mancaza di competenze digitali e di competenze trasversali** per i giovani:

- **Riduzione dell'occupabilità:** La mancanza di competenze digitali e trasversali può rendere difficile per i giovani trovare e mantenere un impiego. Questo può portare all'instabilità finanziaria e a una minore capacità di raggiungere obiettivi a lungo termine.
- **Prospettive di carriera limitate:** Senza le necessarie competenze digitali e trasversali, i giovani possono avere difficoltà a fare carriera, limitando il loro potenziale di guadagno e la loro crescita professionale.
- **Aumento del rischio di disoccupazione:** Il rapido ritmo del cambiamento tecnologico fa sì che alcuni lavori diventino obsoleti. Senza competenze digitali e soft skills, i giovani possono correre un rischio maggiore di perdere il lavoro a causa dell'automazione o di altri progressi tecnologici.
- **Diminuzione della competitività:** In un mercato del lavoro sempre più globalizzato, le competenze digitali e le soft skills sono essenziali per rimanere competitivi. Senza queste competenze, i giovani possono avere difficoltà a competere con i candidati che possiedono le abilità necessarie.
- **Esclusione sociale:** L'incapacità di stare al passo con i progressi tecnologici può portare a sentimenti di esclusione e disconnessione dalla società. I giovani che non possiedono competenze digitali e soft skills possono avere difficoltà a relazionarsi con gli altri, rendendo più difficile stringere rapporti e costruire un senso di comunità.
- **Ridotta capacità di adattamento:** Nel mondo di oggi, l'adattabilità è fondamentale. Senza competenze digitali e trasversali, i giovani possono avere difficoltà ad adattarsi ai cambiamenti, limitando la loro capacità di affrontare le sfide dell'era digitale.

In sintesi, la mancanza di competenze digitali e di competenze trasversali può avere **conseguenze di vasta portata** per i giovani. Queste conseguenze possono avere un impatto sulla loro occupabilità, sulle prospettive di carriera, sulla competitività, sull'integrazione sociale e culturale e sulla capacità di adattarsi ai cambiamenti. Dando priorità alla formazione sulle competenze digitali e trasversali dei giovani, possiamo aiutarli a superare queste sfide e a costruire un futuro più luminoso per loro stessi e per i loro figli.



Come utilizzare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto-formazione digitale

Workshop-1: Digital Storytelling for Youth Development

Durata: 3 ore

Obiettivi:

- Introdurre i giovani al concetto di storytelling digitale e ai suoi vantaggi per lo sviluppo personale e professionale.
- Fornire competenze e strumenti pratici per la creazione di storie digitali avvincenti.
- Sviluppare il lavoro di squadra, la comunicazione e la capacità di risolvere i problemi attraverso attività di storytelling collaborativo.

Materiali:

- Materiale per la scrittura (carta, penne/matite)
- Software di narrazione digitale (ad esempio, Adobe Spark, iMovie)
- Materiali multimediali (ad esempio, immagini, audio, video)

Attività:

1. Introduzione (15 minuti)

- Attività per rompere il ghiaccio per presentare i partecipanti e creare un ambiente di apprendimento confortevole. Breve presentazione del concetto di digital storytelling e dei suoi benefici per lo sviluppo personale e professionale.

2. Sviluppo di idee per una storia (30 minuti)

- Facilitare una sessione di brainstorming per generare idee di storie basate su un determinato tema o argomento. Incoraggiate i partecipanti a pensare fuori dagli schemi e a essere creativi.

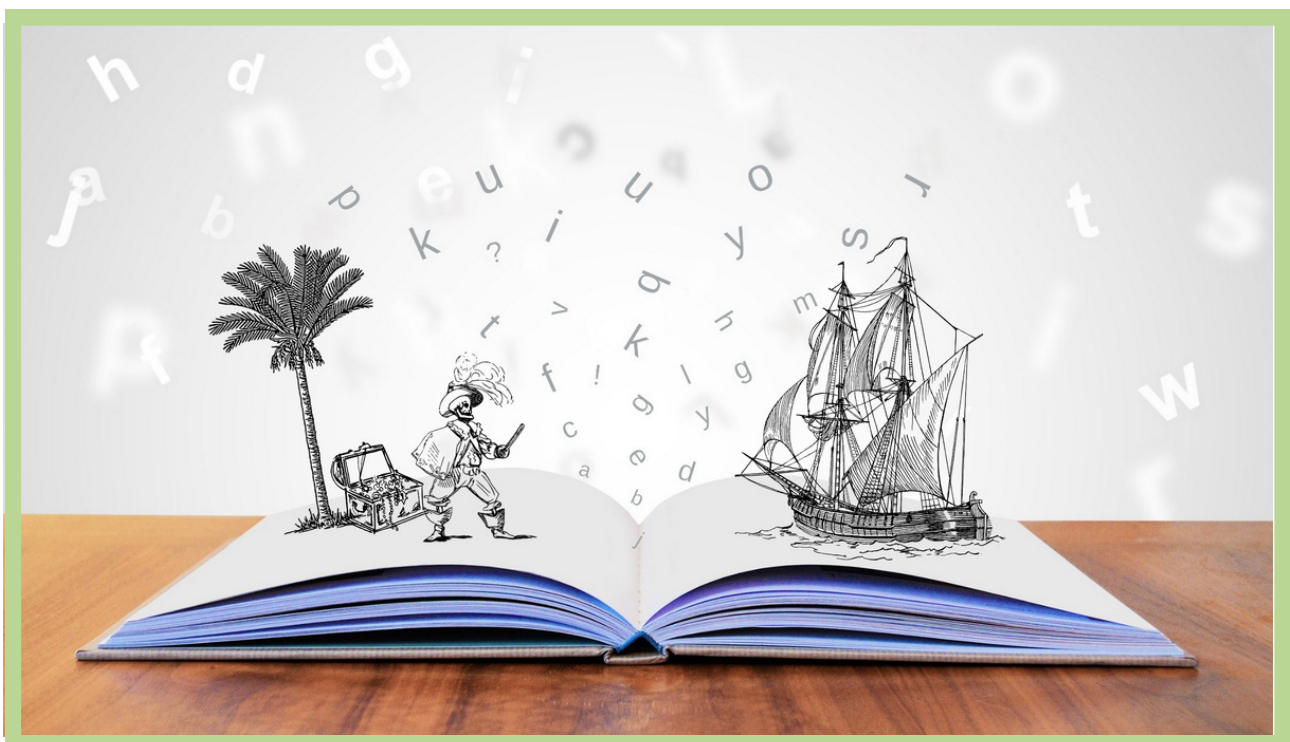


3. Scrivere la storia (45 minuti)

- Fornire indicazioni sulla strutturazione di una storia e sullo sviluppo di una trama.
- Incoraggiare i partecipanti a riflettere sulle proprie esperienze e prospettive per creare storie autentiche e significative.
- Facilitare sessioni di feedback di gruppo per aiutare i partecipanti a perfezionare le loro storie

4. Creare una storia digitale (1 ora)

- Fornire una formazione pratica su strumenti e software di narrazione digitale.
- Incoraggiare i partecipanti a incorporare elementi multimediali, come immagini, audio e video, per migliorare l'esperienza di narrazione.
- Facilitare sessioni di feedback di gruppo per aiutare i partecipanti a perfezionare le loro storie digitali.





5. Condivisione e Riflessione (30 minuti)

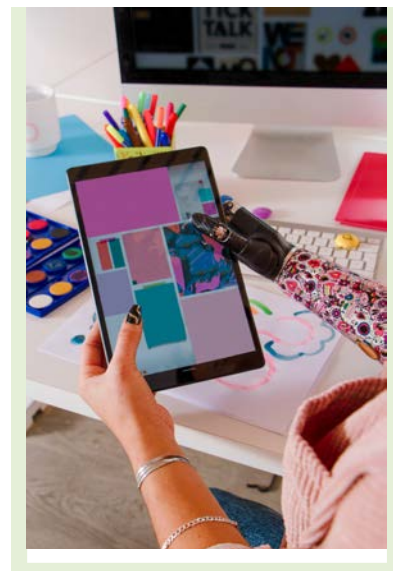
- Incoraggiare i partecipanti a condividere le loro storie digitali con il gruppo.
- Facilitare una sessione di riflessione di gruppo per discutere il processo di creazione di storie digitali, comprese le sfide e i successi.
- Fornire feedback e incoraggiamento per aiutare i partecipanti a sviluppare ulteriormente le loro capacità.

6. Conclusione (15 minuti)

- Ricordate gli obiettivi principali dell'apprendimento e i punti chiave.
- Fornire ai partecipanti ulteriori risorse per continuare a imparare e sviluppare le loro capacità di narrazione digitale.

Valutazione:

- Osservare e fornire feedback ai partecipanti durante le attività di gruppo e le sessioni di narrazione individuale.
- Incoraggiare i partecipanti a riflettere sulle loro esperienze di apprendimento e a identificare le aree di miglioramento.



Come utilizzare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto-formazione digitale

Workshop-2: Creare una storia digitale: Dalla pianificazione alla condivisione

Durata: 2 ore

Obiettivi: I partecipanti impareranno le fasi di creazione di una storia digitale, dalla pianificazione e sceneggiatura all'incorporazione di elementi multimediali e alla condivisione del prodotto finale.

Materiali:

- Computer o tablet
- Digital storytelling software (come: Adobe Spark or iMovie)
- Cuffie o monitor audio
- materiale di cancelleria (pennne e fogli, o strumenti digitali per prendere annotazioni)

Attività:

1. Introduzione (10 minuti)

- Spiegare l'obiettivo e delineare il piano del workshop.
- Fornire una breve panoramica del digital storytelling e dei suoi benefici per lo sviluppo delle competenze digitali e della consapevolezza di sé dei giovani.



2. Pianificazione e scrittura (30 minuti)

- Discutere l'importanza della pianificazione e della sceneggiatura di una storia digitale.
- Guidare i partecipanti nel brainstorming di idee per la loro storia digitale e nello sviluppo di una sceneggiatura.
- Fornire suggerimenti su come scrivere una storia avvincente che coinvolga il pubblico.

3. Incorporare elementi multimediali (60 minuti)

- Dimostrare come utilizzare un software di narrazione digitale per incorporare elementi multimediali nella storia digitale, come immagini, audio e video.
- Fornire guida su come selezionare appropriato multimediale elementi multimediali che completino la storia e migliorino l'esperienza del pubblico.
- Consentite ai partecipanti di lavorare individualmente o in coppia per creare la propria storia digitale, incorporando elementi multimediali basati sulla loro sceneggiatura.

4. Condividere il prodotto finale (20 minuti)

- Discutere l'importanza di condividere il prodotto finale per mostrare il lavoro e ricevere feedback.
- Fornire indicazioni su come condividere la storia digitale attraverso vari canali, come i social media, le e-mail o un sito web dedicato.
- Incoraggiare i partecipanti a condividere la loro storia digitale con i colleghi e a fornire un feedback costruttivo sul lavoro degli altri

5. Conclusione (10 minuti)

- Esaminare le fasi di creazione di una storia digitale e i benefici del digital storytelling per lo sviluppo delle competenze digitali e della consapevolezza di sé dei giovani.
- Incoraggiare i partecipanti a continuare a esplorare il digital storytelling e a utilizzare le competenze apprese in progetti futuri.

Al termine di questo workshop, i partecipanti avranno una chiara comprensione delle fasi di creazione di una storia digitale e avranno sviluppato competenze pratiche di storytelling digitale. Avranno inoltre compreso i vantaggi dell'uso del digital storytelling come strumento per sviluppare le competenze digitali e la consapevolezza di sé dei giovani.



Come utilizzare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto-formazione digitale

Workshop-3: Usare la narrazione digitale per costruire competenze trasversali e coinvolgere i NEET

Durata: 2 ore

Obiettivi: Al termine del workshop, i partecipanti avranno una migliore comprensione di come lo storytelling digitale possa essere utilizzato per coinvolgere i NEET nel processo di apprendimento, promuovere la creatività e costruire competenze trasversali come la comunicazione e il lavoro di squadra. Apprenderanno le migliori pratiche per utilizzare efficacemente il digital storytelling nei programmi di formazione per i giovani e valuteranno l'impatto di questo approccio sui risultati di apprendimento dei NEET.

Materiali:

- Computer o tablet
- Digital storytelling software (come: Adobe Spark, iMovie, or Animoto)
- Materiali per la scrittura (fogli, penne/matite)

Attività:

1. Introduzione (15 minuti)

- L'operatore giovanile introduce il tema del digital storytelling e il suo potenziale impatto sulla costruzione di soft skills e sul coinvolgimento dei NEET nel processo di apprendimento.
- I partecipanti condividono le loro esperienze con il digital storytelling, se ne hanno avute.



2. Benefici e buone pratiche del Digital Storytelling (30 minuti)

- L'operatore giovanile discute i benefici e le migliori pratiche del digital storytelling, sulla base dei risultati di apprendimento identificati nella guida.
- I partecipanti condividono i loro pensieri e le loro esperienze su come lo storytelling digitale possa aiutare a costruire le competenze trasversali e a coinvolgere i NEET nel processo di apprendimento.
- L'animatore fornisce esempi di storie digitali efficaci e di strumenti che possono essere utilizzati per la narrazione digitale



3. Creare storie digitali (60 minuti)

- Partecipanti lavorano in piccoli gruppi per creare storie digitali su un argomento scelto, come le loro esperienze personali, gli hobby o le aspirazioni.
- L'animatore fornisce indicazioni sul processo di pianificazione e sceneggiatura, sull'uso di elementi multimediali e su tecniche di narrazione efficaci.
- I partecipanti incorporano elementi multimediali come immagini, audio e video nelle loro storie utilizzando un software di narrazione digitale.
- L'operatore giovanile fornisce feedback e supporto, se necessario

4. Condivisione e valutazione (15 minuti)

- Partecipanti condividono le loro storie digitali con il gruppo
- L'operatore giovanile conduce una discussione sull'impatto del digital storytelling sulla costruzione di soft skills e sul coinvolgimento dei NEET nel processo di apprendimento
- Partecipanti valutano il proprio proprio apprendimento risultati e identificare aree di miglioramento

5. Conclusioni (15 minuti)

- L'animatore giovanile riassume i punti chiave del workshop
- I partecipanti riflettono sulla loro esperienza con il digital storytelling e identificano i modi per incorporare questo approccio nel loro lavoro con i NEET.

Valutazione

I partecipanti saranno valutati in base al loro impegno nelle attività, alla loro capacità di utilizzare efficacemente gli strumenti e le tecniche di narrazione digitale e alla loro valutazione dell'impatto della narrazione digitale sulla creazione di competenze trasversali e sul coinvolgimento dei NEET nel processo di apprendimento.





Come utilizzare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto-formazione digitale

Workshop-4: Creare un sé digitale attraverso lo storytelling

Durata: 2 ore

- Obiettivi:**
- Comprendere il concetto di sé digitale e la sua importanza per i giovani che non frequentano corsi di formazione e lavoro.
 - Per imparare a creare un marchio personale unico online attraverso lo storytelling digitale.
 - Sviluppare le capacità di narrazione e creare una storia digitale che metta in evidenza il marchio personale unico del partecipante.
 - Imparare a gestire il proprio sé digitale e la propria presenza online per garantire che siano aggiornati, sicuri e privi di contenuti negativi.

- Materials:**
- Computer o smartphone con accesso ad internet
 - Materiali di scrittura (fogli e penne)
 - Strumenti di Digital storytelling (come da Canva o Adobe Spark)

Attività:

1. Introduzione (15 minuti):

- Facilitatore introduce il concetto di sé digitale e la sua importanza nell'era digitale.
- Il facilitatore spiega come lo storytelling digitale possa essere utilizzato per creare e promuovere un marchio personale unico online.

2. Sviluppare una storia di personal Brand (30 minuti):

- Partecipanti sono incoraggiati a riflettere sul loro marchio personale e su ciò che li rende unici.
- I partecipanti ricevono materiali per la scrittura e vengono guidati attraverso una serie di suggerimenti che li aiutano a sviluppare una storia di marca personale.





- I partecipanti sono incoraggiati a pensare ai propri punti di forza, alle competenze e alle esperienze che li distinguono.

3. Digital Storytelling Workshop (60 minuti):

- Parti I partecipanti vengono introdotti agli strumenti di narrazione digitale, come Canva o Adobe Spark.
- Ai partecipanti vengono fornite istruzioni su come utilizzare gli strumenti per creare una storia digitale che metta in risalto il loro marchio personale.
- I partecipanti sono incoraggiati a incorporare elementi multimediali, come immagini, audio e video, per rendere la loro storia digitale più coinvolgente e dinamica.
- I facilitatori forniscono supporto e feedback mentre i partecipanti lavorano alle loro storie digitali.

4. Condivisione e commenti (30 minuti):

- I partecipanti condividono le loro storie digitali con il gruppo e ricevono un feedback dai colleghi e dai facilitatori.
- I facilitatori incoraggiano i partecipanti a riflettere sulla loro esperienza e sul modo in cui la loro storia digitale mostra il loro marchio personale.

5. Conclusioni (15 minuti):

- Il facilitatore riprende i concetti chiave trattati nel workshop e rafforza l'importanza della gestione del sé digitale nel mondo digitale di oggi.
- Ai partecipanti vengono fornite risorse per aiutarli a continuare a sviluppare le loro capacità di narrazione digitale e a gestire il loro io digitale



Valutazione

- Partecipanti sono valutati in base alla loro partecipazione alle attività e alla qualità delle stesse. della loro storia digitale.
- Gli animatori possono anche condurre un'indagine di follow-up per valutare l'impatto del workshop sulla comprensione dell'autogestione digitale e del personal branding da parte dei partecipanti



Come utilizzare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto-formazione digitale

Conclusioni

In conclusione, lo storytelling digitale può essere un **potente strumento** per sviluppare le competenze digitali e le soft skills dei giovani, oltre a sostenere la loro **crescita personale e la consapevolezza di sé**. Attraverso la narrazione digitale, i formatori possono aiutare i giovani a sviluppare **competenze essenziali**, come l'alfabetizzazione digitale, la comunicazione, il lavoro di squadra, la risoluzione dei problemi, la creatività e la consapevolezza culturale. Di seguito sono riportate cinque conclusioni chiave che riassumono il contenuto e lo spirito di questo capitolo:

- Lo storytelling digitale è uno strumento versatile ed efficace per i formatori dei giovani per sviluppare le loro **competenze digitali e trasversali**. Può essere utilizzato in una varietà di contesti, dai programmi di istruzione e formazione formale all'apprendimento informale e alle iniziative comunitarie.
- Le competenze digitali e trasversali sono essenziali per l'**occupabilità** e l'istruzione dei giovani nell'era digitale. La mancanza di queste competenze può avere gravi conseguenze, come una ridotta occupabilità, prospettive di carriera limitate ed esclusione sociale.
- I formatori dei giovani possono utilizzare lo storytelling digitale per promuovere la **creatività, il lavoro di squadra e la capacità di risolvere i problemi**. Lavorando in modo collaborativo alla creazione di storie avvincenti, i giovani possono sviluppare importanti competenze trasversali, molto apprezzate nel mercato del lavoro.
- La narrazione digitale può anche promuovere l'**autoconsapevolezza e la consapevolezza culturale**, aiutando i giovani a riflettere sulle proprie esperienze e prospettive e a esplorare prospettive ed esperienze culturali diverse.

Per sviluppare efficacemente le competenze digitali e trasversali dei giovani attraverso il digital storytelling, i formatori devono fornire **orientamento, supporto e risorse**. Ciò significa assicurarsi che gli studenti abbiano accesso agli strumenti e alle tecnologie digitali necessarie, definire obiettivi di apprendimento chiari, fornire feedback e supporto durante il processo e creare un ambiente di apprendimento favorevole.





Come utilizzare il digital storytelling con i giovani per un'efficace auto-formazione digitale

Bibliografia

Educause Learning Initiative. (2017). 7 things you should know about digital storytelling. <https://library.educause.edu/-/media/files/library/2017/4/eli7144.pdf>

European Commission. (2020). Digital education action plan. https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_en

National Network for Digital Schools. (n.d.). Soft skills in the digital age. <https://nnds.org/soft-skills-in-the-digital-age/>

OECD. (2019). OECD skills outlook 2019: Thriving in a digital world. <https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>

Streefkerk, R. (2019, October 11). APA 7th edition: The most notable changes. Scribbr. <https://www.scribbr.com/apa-style/apa-seventh-edition-changes/>

Partnership for 21st Century Skills. (2015). Framework for 21st century learning. <https://www.p21.org/our-work/p21-framework>

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2013). Media and information literacy for knowledge societies. <https://en.unesco.org/media-and-information-literacy-knowledge-societies>

World Economic Forum. (2020). The future of jobs report 2020. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>

Young, J. (2013). Digital storytelling in the 21st century classroom. International Society for Technology in Education



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPITOLO II

COME CREARE E USARE PORTAFOGLI DIGITALI PER L'OCCUPABILITÀ



R3: QUADRO DELLE SOFT SKILL DIGITALI DEL LIBRO GUIDA

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Come creare e utilizzare portafogli digitali per l'occupabilità

Indepcie SCA (Spagna)

Introduzione

Nel capitolo 5 del "Kit di formazione sulle competenze digitali", abbiamo potuto constatare l'importanza dei portfolio nel fornire modi efficaci per riunire e dimostrare le competenze di un individuo.

Oltre ad approfondire la **definizione** di portfolio digitale e i **diversi tipi** di portfolio (portfolio di sviluppo, portfolio vetrina, autentico, riflessivo, individuale e interattivo), in questo capitolo i formatori per adulti hanno acquisito maggiore familiarità con l'uso di diversi **strumenti online** per la creazione di un portfolio e i contenuti da includere.

Tuttavia, se siete ancora incerti sul ruolo dei portfolio digitali nell'aiutare i giovani a trovare lavoro, questo capitolo fornirà un'**analisi approfondita delle soft skills** che possono essere acquisite dai giovani NEET (Not in Employment, Education or Training) quando creano i propri portfolio durante il processo di ricerca del lavoro.

C'è un modo migliore per esaminare chi sono i giovani come persone e come dipendenti, per dare ai potenziali datori di lavoro un'idea di come potrebbero inserirsi nella loro organizzazione?

Un portfolio digitale può rivelarsi una risorsa estremamente preziosa durante il **processo di candidatura**, consentendo ai giovani di mettere in mostra la loro personalità e il loro stile unico, fornendo al contempo una prova tangibile delle loro qualifiche. Questo approccio può aiutarli a distinguersi dalla concorrenza e ad aumentare le possibilità di ottenere il lavoro.

I portfolio digitali sono diventati uno strumento sempre più popolare per i giovani per mostrare il loro **lavoro, le loro competenze e i loro risultati**. Sebbene siano spesso utilizzati in ambito accademico, i portfolio digitali possono essere utili anche per chi cerca lavoro, in particolare per i giovani NEET che potrebbero non avere un'esperienza lavorativa formale.

Oltre a mettere in evidenza le capacità tecniche, i portfolio digitali possono aiutare i giovani a sviluppare e mettere in mostra importanti soft skills, molto apprezzate dai datori di lavoro. In questo capitolo esploreremo alcune delle soft skills che possono essere promosse attraverso la creazione di portafogli digitali e come possono migliorare le prospettive di lavoro di un giovane.

Come creare e utilizzare portafogli digitali per l'occupabilità

Obiettivi formativi

Alla fine di questo capitolo, sarete in grado di:

- Comprendere l'**importanza delle soft skills** nel mercato del lavoro attuale e futuro e come queste possano differenziare gli individui dagli altri quando si candidano per un lavoro.
- Identificare e definire le **principali soft skills** apprezzate dai datori di lavoro, tra cui la comunicazione, la collaborazione, la risoluzione dei problemi, l'adattabilità e il pensiero critico.
- Capire come i portfolio digitali possano essere utilizzati come strumento per sviluppare e **mostrare le soft skills** e come si differenzino dalle metriche tradizionali come la scuola frequentata o gli anni di esperienza.
- Riflettere su come creare un **portfolio digitale ben organizzato e visivamente accattivante**, che rifletta la personalità, le competenze e gli interessi del titolare e che articoli le esperienze e le presenti in modo chiaro e conciso, dimostrando le competenze trasversali a potenziali datori di lavoro o istituzioni educative.
- Sviluppare la capacità di mostrare i risultati, le qualifiche e i punti di forza dei giovani in modo professionale, stabilendo un'**identità professionale** e consentendo ai potenziali datori di lavoro di ottenere informazioni sulla loro storia lavorativa e sulle loro competenze.
- Imparare a usare i portfolio digitali per fare **rete** e creare connessioni con potenziali datori di lavoro, mentori o collaboratori.
- Riconoscere l'**importanza della creatività** nella progettazione di un portfolio digitale e come trovare un equilibrio tra creatività e funzionalità.
- Considerate come incorporare **elementi multimediali**, come immagini, video e funzioni interattive, per migliorare la creatività e il coinvolgimento di un portfolio digitale.





Come creare e utilizzare portafogli digitali per l'occupabilità

Contenuto

Le occupazioni ad alta intensità di soft skill rappresenteranno due terzi di tutti i posti di lavoro entro il 2030, secondo il rapporto di Deloitte Access Economics.

Oltre alle competenze puramente tecniche richieste nei lavori tradizionali, con i continui progressi tecnologici, la globalizzazione e i cambiamenti demografici che influenzano il modo in cui le aziende operano e competono, l'**importanza delle soft skills** crescerà.

In questo nuovo panorama globale e digitalizzato, le soft skills, che sono trasferibili tra i vari settori e le varie professioni, possono aiutare i giovani a riflettere quei tratti distintivi che li faranno distinguere dagli altri quando si candidano per un lavoro.

Impatto and benefici

Per quanto riguarda la forza lavoro, "oggi i datori di lavoro si stanno orientando sempre più verso politiche di assunzione e promozione **basate sulle competenze**, che premiano gli individui per le loro capacità specifiche e dimostrate, anziché per i significanti delle competenze come gli anni di esperienza", afferma il CEO di Credly, Jonathan Finkelstein.

L'approccio tradizionale alla misurazione delle competenze degli studenti nel campo dell'istruzione sta cambiando: i test standardizzati stanno diventando meno rilevanti e gli educatori cercano modi più significativi per differenziare gli studenti al di là dei punteggi dei test e della media. **I piani di apprendimento personalizzati** che danno priorità **all'individualità e all'espressione creativa** stanno guadagnando popolarità. I portfolio digitali offrono un potente mezzo per sviluppare le soft skills, perché richiedono ai giovani di articolare le loro esperienze e di presentarle in modo chiaro e conciso.

I portfolio incoraggiano **l'auto-riflessione** e consentono di seguire i propri progressi nel tempo, fissando obiettivi e documentando la propria crescita. A differenza delle metriche tradizionali, come la frequenza scolastica o gli anni di esperienza, i portfolio pongono maggiore enfasi sulla capacità dei giovani di **pensare in modo critico** e di dimostrare le proprie competenze.

I vantaggi che lo sviluppo di portafogli digitali può apportare ai giovani NEET in cerca di lavoro sono molteplici, sia a breve che a lungo termine:



- **Dimostrare le competenze:** Un portfolio può aiutare i giovani a dimostrare le loro competenze trasversali a potenziali datori di lavoro o istituti di istruzione. Le soft skills, come la comunicazione, la collaborazione e la risoluzione dei problemi, sono molto apprezzate dai datori di lavoro e spesso sono difficili da quantificare in un curriculum. Includendo esempi di progetti, documenti o presentazioni che dimostrino le loro soft skills, i giovani possono fornire una **prova concreta** delle loro capacità
- **Riflessione e miglioramento:** : La costruzione di un portfolio richiede una riflessione sulle esperienze e sui progetti passati, che può aiutare i giovani a identificare le aree di miglioramento e a stabilire obiettivi per lo sviluppo futuro. Aggiornando regolarmente il proprio portfolio e riflettendo sulla propria **crescita**, i giovani possono continuare a migliorare le proprie soft skill nel tempo.
- L'Harvard Business Review descrive **la riflessione** come un'opportunità per "il cervello di fermarsi in mezzo al caos, districare e ordinare le osservazioni e le esperienze, considerare molteplici interpretazioni possibili e creare un significato. Questo significato diventa apprendimento, che può poi plasmare le azioni future".
- **Vantaggio competitivo:** in un mercato del lavoro altamente competitivo, avere un portfolio ben curato può dare ai giovani **un vantaggio competitivo** rispetto agli altri candidati. I datori di lavoro sono spesso colpiti dai candidati che si sono presi il tempo di creare un portfolio professionale, perché dimostrano iniziativa e impegno nella crescita personale e professionale.
- **Networking:** Un portfolio può anche essere uno strumento utile per fare rete e creare connessioni con potenziali datori di lavoro, mentori o collaboratori. Condividendo il proprio portfolio con altri, i giovani possono dimostrare le proprie competenze e i propri interessi, aprendosi nuove opportunità.
- Un portafoglio digitale disponibile pubblicamente può attirare persone con interessi simili e facilitare il networking professionale. Se costruito in modo efficace, un portfolio digitale può fornire un facile mezzo per entrare in contatto con il proprietario del portfolio.

- **Identità professionale:** Un portfolio di carriera può aiutare i giovani a crearsi un'identità professionale e consentire ai potenziali datori di lavoro di farsi un'idea della loro storia lavorativa e delle loro competenze. Un portfolio di carriera ben organizzato può fornire prove dei risultati, delle qualifiche e dei punti di forza di un individuo.
- Il design di un portfolio digitale deve riflettere la personalità, le competenze e gli interessi del titolare. Un portfolio digitale creativo e ben realizzato può distinguere il titolare dagli altri e lasciare un'impressione duratura su potenziali datori di lavoro e collaboratori.
- **Creatività:** Nella progettazione di un portfolio digitale, la creatività può essere una risorsa preziosa. Un portfolio digitale visivamente accattivante e ben organizzato può catturare l'attenzione di potenziali datori di lavoro e collaboratori. Gli elementi di design di un portfolio digitale, come il layout, la tipografia e la combinazione di colori, devono essere in linea con il marchio personale del proprietario e mostrare il suo stile unico e la sua creatività.
- Anche l'incorporazione di elementi multimediali, come immagini, video e funzioni interattive, può migliorare la creatività e il coinvolgimento di un portfolio digitale. Tuttavia, è importante trovare un equilibrio tra creatività e funzionalità, assicurando che il portfolio digitale sia facile da navigare e da capire.



Conseguenze

I portfolio sono ancora ampiamente utilizzati **nella comunità artistica**, ma non solo da chi disegna, scrive o scatta fotografie. I truccatori e i parrucchieri sono un gruppo popolare di creatori di portfolio digitali. Molti maghi della tecnologia, come i designer UX/UI, gli sviluppatori front-end e i designer di prodotto, possono trarre vantaggio da un portfolio. Altri esempi sono i direttori creativi, gli interior designer, gli architetti e i liberi professionisti.

La necessità o meno di un portfolio digitale dipende dalle circostanze e dagli obiettivi specifici di ogni individuo. In alcuni campi, come il design grafico, la fotografia o lo sviluppo web, avere un portfolio digitale è essenziale per mostrare il proprio lavoro e attirare potenziali clienti o datori di lavoro. In altri campi, invece, come la medicina o la giurisprudenza, può essere sufficiente un curriculum tradizionale o un CV.

"Sebbene molti pensino che un portfolio sia necessario solo per gli artisti e i designer, a prescindere dal mestiere, un portfolio è un modo efficace e poco costoso per mostrare una visione olistica delle proprie capacità, della propria personalità e della propria identità". (CANVA)

Detto questo, la creazione di un portfolio digitale può offrire **diversi vantaggi**. Ad esempio, consente di mostrare le proprie competenze e i propri risultati in modo visivamente accattivante e interattivo, facilitando la valutazione delle capacità di potenziali datori di lavoro o collaboratori. Inoltre, un portfolio digitale può servire come **luogo centralizzato** per ospitare i propri campioni di lavoro, il curriculum e altre informazioni rilevanti



Come creare e utilizzare portafogli digitali per l'occupabilità

Come sviluppare le competenze

Esempi di utilizzo di portfolio digitali per l'auto-riflessione:

- La dott.ssa Montra Rogers, direttrice degli studi sociali secondari del distretto scolastico indipendente di Houston, utilizza i portfolio digitali per **allenare gli insegnanti**. Li incoraggia a documentare eventi specifici o a condividere le intuizioni della classe. I portfolio vengono utilizzati per fornire un migliore feedback reciproco, per monitorare la loro crescita e per raccontare storie di successo a gruppi più ampi.
- Mat Zucker, responsabile creativo e del marketing digitale di Prophet, e il suo team utilizzano i portfolio digitali per **tenere traccia del lavoro svolto in passato** e per **raggiungere nuovi obiettivi**. "I portafogli raccolgono le vostre storie migliori per impressionare e convincere il potenziale cliente o datore di lavoro che siete brillanti e potete affrontare le cose come in passato, ma per loro in futuro", dice (Mat Zucker).



Esempi di utilizzo di portafogli digitali per il networking:

Di seguito, troverete un elenco di idee di LinkedIn per guidare i giovani a utilizzare i loro portafogli digitali per fare rete e connettersi con potenziali datori di lavoro e mentori:

- **Definizione degli obiettivi**

Per utilizzare efficacemente un e-portfolio per creare una rete di contatti e far crescere le opportunità di carriera dei discenti, è importante iniziare a definire i loro obiettivi. Si tratta di avere **un'idea chiara** di ciò che si vuole ottenere con il proprio e-portfolio, sia che si tratti di trovare un lavoro, uno stage, un'opportunità di lavoro.



- **Selezionare una piattaforma**

Anche la scelta di una piattaforma adatta per creare il proprio e-portfolio, come WordPress, Wix, LinkedIn, Google Sites o Mahara, è fondamentale. Prima di scegliere una piattaforma, si devono considerare **fattori** quali la facilità d'uso, la personalizzazione, l'accessibilità, la sicurezza e la compatibilità.

- **Curare il contenuto**

La cura dei contenuti dei discenti è importante anche per garantire che il loro e-portfolio mostri il loro lavoro e i loro risultati migliori, organizzati in categorie come istruzione, esperienza lavorativa, competenze, progetti, premi o testimonianze. Dovrebbero utilizzare **formati diversi**, come testo, immagini, video, audio o link, per rendere il loro e-portfolio coinvolgente e vario.

- **Riflettere sull'apprendimento**

Oltre a mostrare il loro lavoro, il loro e-portfolio dovrebbe anche riflettere il loro **apprendimento e sviluppo**. Ciò può essere ottenuto includendo una sezione in cui si spiegano la filosofia di apprendimento, gli obiettivi, le sfide e i risultati raggiunti.

È inoltre importante promuovere il proprio e-portfolio attraverso **vari canali**, come il curriculum, la lettera di presentazione, la firma elettronica, i profili sui social media, i biglietti da visita o il sito web personale, e fare rete con potenziali datori di lavoro e mentori nel proprio settore. Utilizzando il proprio e-portfolio per mostrare le proprie competenze, la propria personalità e la propria proposta di valore, è possibile creare fiducia e reciprocità con gli altri operatori del settore.

Esempi di utilizzo di portfolio digitali per la creatività e l'identità professionale:

- Lo strumento di design Canva può aiutare i formatori e i giovani a creare un portfolio digitale di grande effetto, per migliorare le loro **capacità creative** nella selezione delle informazioni e nella progettazione dell'interfaccia. In questo senso, Canva fornisce i seguenti suggerimenti e trucchi per creare un portfolio digitale accattivante di qualsiasi tipo:

- **Curate il vostro lavoro migliore**



"Iniziate a progettare il vostro portfolio guardando a tutti i lavori che avete fatto, poi scegliete il vostro **i pezzi preferiti** e i lavori per i quali avete ricevuto il maggior numero di feedback positivi".

- **Rendere visibile il proprio nome o logo**

"Sia che abbiate un logo, sia che vi chiamiate semplicemente con il vostro nome personale, la creazione di un modello da utilizzare in tutto il vostro portfolio fornisce uno spunto visivo al lettore e gli ricorda di chi è il lavoro che sta guardando".

- **Consentire una facile navigazione**

"Quando si crea un portfolio, è importante aiutare lo spettatore a navigare attraverso il proprio lavoro".

- **Avere una copia fisica a portata di mano**

"Anche se il mondo digitale sta crescendo a un ritmo rapido, se siete in riunione o avete un colloquio faccia a faccia, avere una copia fisica del vostro portfolio dimostra che siete preparati".

- **Riproponete il vostro design per altre piattaforme**

"Con milioni di utenti, usare i social media per commercializzare il lavoro che avete creato è un ottimo modo per creare nuove opportunità per voi stessi".

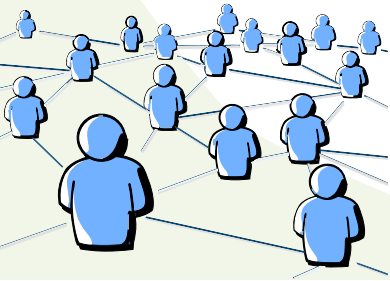
- **Includere casi di studio per una maggiore comprensione**

"Spesso i casi di studio descrivono gli ostacoli che hanno preceduto il progetto, la soluzione all'ostacolo e il modo in cui siete riusciti a superarlo grazie alla vostra esperienza.

- **Sviluppare un brand kit**

"I caratteri, i colori e i loghi giocano un ruolo importante nel rivelare al pubblico la vostra identità o quella del vostro marchio. Per un portfolio digitale elegante (in particolare se si tratta di un sito web) è importante scegliere i colori, i caratteri e le immagini principali con cui lavorare."

“
Con milioni di utenti, l'uso
dei social media per
commercializzare il lavoro
che avete creato è un
ottimo modo per creare
nuove opportunità per voi
stessi.
”



Come creare e utilizzare portafogli digitali per l'occupabilità

Conclusioni

- Si prevede che i lavori ad alta intensità di soft skill saranno sempre più richiesti, per cui è essenziale possedere **soft skill trasferibili** che possano distinguersi dagli altri quando ci si candida per un lavoro.
- L'uso di test standardizzati per misurare le competenze degli studenti nel campo dell'istruzione sta diventando meno rilevante e gli educatori stanno cercando **modi più significativi** per differenziare gli studenti al di là dei punteggi dei test e della media.
- I portfolio digitali forniscono un potente mezzo per sviluppare le soft skill, richiedendo alle persone di articolare le proprie esperienze e di presentarle in modo chiaro e conciso. Incoraggiano l'**autoriflessione** e consentono di seguire i propri progressi nel tempo, **fissando obiettivi** e documentando la propria crescita.
- I portafogli digitali offrono molti vantaggi ai giovani NEET, tra cui quello di aiutarli a dimostrare le loro competenze trasversali ai potenziali datori di lavoro o alle istituzioni scolastiche, di riflettere e migliorare le loro competenze, di dare loro un **vantaggio competitivo** nel mercato del lavoro, di facilitare il networking e di aiutarli a stabilire un'identità professionale.
- Un portfolio digitale ben realizzato può catturare l'**attenzione di potenziali datori di lavoro** e collaboratori, facilitando la valutazione delle proprie capacità e dei propri risultati in modo visivamente coinvolgente e interattivo.





Come creare e utilizzare portafogli digitali per l'occupabilità

Bibliografia

Bulb. (n.d.). 3 reasons why everyone needs a digital portfolio.

<https://my.bulbapp.com/college-and-career-readiness/3-reasons-why-everyone-needs-a-digital-portfolio/>

Canva. (n.d.). How to design a digital portfolio. Canva Learn.

<https://www.canva.com/learn/design-digital-portfolio/>

Deloitte. (2017). Soft skills for business success. Deloitte Insights.

<https://www2.deloitte.com/au/en/pages/economics/articles/soft-skills-business-success.html>

Indeed. (n.d.). What is a career portfolio and why do you need one?

<https://in.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-career-portfolio>

LinkedIn. (n.d.). How do you use your e-portfolio to network and connect? LinkedIn Help Center. <https://www.linkedin.com/advice/0/how-do-you-use-your-e-portfolio-network-connect>

Morin, A. (2017, March 3). Why you should make time for self-reflection (even if you hate doing it). Harvard Business Review. <https://hbr.org/2017/03/why-you-should-make-time-for-self-reflection-even-if-you-hate-doing-it>

UXfol.io. (n.d.). The ultimate guide to creating a digital portfolio.

<https://blog.uxfol.io/digital-portfolio/>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPITOLO III

COME CREARE E UTILIZZARE CONTENUTI AUTENTICI E COINVOLGENTI PER UN'INTERAZIONE EFFICACE ONLINE?



R3: QUADRO DELLE SOFT SKILL DIGITALI DEL LIBRO GUIDA

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online?

ESICA (Austria)

Introduzione

Internet è diventato sempre più rilevante nella vita di tutti i giorni e lo stesso si può dire per la comunicazione online. La possibilità di comunicare online ha cambiato gli scenari della nostra vita privata, del lavoro, dell'istruzione e di tutto ciò che possiamo immaginare. Ha indubbiamente ridisegnato le potenzialità di raggiungere gli amici, ma anche i clienti, cambiando per sempre il modo in cui **le relazioni** vengono avviate, portate avanti o alimentate.

Questo cambiamento ha avuto un impatto anche sul modo in cui le persone **comunicano online** e sul tipo di contenuti che possono essere creati online. Dai social media ai blog ai video, la creazione di contenuti e le competenze che ne derivano sono essenziali per stabilire **una presenza online** e/o garantire una buona comunicazione.

Di fronte a mezzi tecnologici che aprono a una capacità potenzialmente illimitata di generare contenuti, gli utenti possono trovarsi di fronte al fenomeno del "sovraccarico di informazioni". Questo termine si riferisce a una situazione in cui il sovraccarico di informazioni supera la possibilità dell'utente di elaborarle e utilizzarle. Di conseguenza, le informazioni non vengono realmente comprese, ricordate e memorizzate. Questo è il punto in cui la capacità di creare contenuti agili e coinvolgenti è fondamentale.

Ci sono alcune considerazioni che un creatore di contenuti dovrebbe tenere a mente per catturare l'attenzione di lettori e spettatori. Innanzitutto, la quantità e la qualità delle informazioni: a causa dello stesso fenomeno di sovraccarico di informazioni, un contenuto prolisso non aiuta ad attrarre il pubblico. Anche la scarsa qualità, gli errori di ortografia, un design noioso e informazioni imprecise o non precise influiscono sul modo in cui i contenuti vengono percepiti e consumati e sulla volontà degli utenti di fare nuovamente riferimento alla stessa pagina. Tuttavia, non c'è motivo di disperare!

Questo capitolo è stato pensato come una bussola per il lettore. Attraverso queste pagine, vengono descritti e analizzati i diversi tipi di contenuto per fornire agli utenti una gamma di opzioni. In questo modo, a seconda delle loro esigenze, gli utenti saranno in grado di capire come abbinare i loro obiettivi a un modello adeguato.

Il capitolo accompagna il lettore nella selezione e nello **sviluppo dei contenuti online**, guidandolo attraverso le fasi principali della selezione e dello sviluppo dei contenuti, seguendo una strategia che guida alla creazione di contenuti rilevanti, autentici e coinvolgenti.

In un mondo online in rapida crescita e in continua evoluzione, chi muove i primi passi nella creazione di contenuti deve affrontare alcune scelte e delineare il proprio stile, in equilibrio tra il gruppo di riferimento e il vero sé. Per creare **contenuti originali e autentici** occorre anche una personalità originale e autentica. Visti gli ultimi sviluppi della tecnologia e l'accesso mondiale ai mezzi online, sempre più persone decidono di stabilire la propria presenza in rete. Quindi, data la grande quantità di utenti, la domanda principale che i creatori di contenuti dovrebbero porsi è: "Che cosa fa di te, te?".

Non è sicuramente facile da definire, ma è **il punto di partenza** per valorizzare i vostri contenuti e renderli speciali.





Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online?

Obiettivi formativi

Alla fine di questo capitolo, sarete in grado di:

- Acquisire maggiori conoscenze sui fondamenti della comunicazione. Il capitolo fornisce una panoramica delle fasi e delle caratteristiche della comunicazione per riflettere sui fattori che influenzano la comunicazione online e offline.
- Imparare i diversi tipi di creazione di contenuti online. Il capitolo fornisce una sintesi dei diversi contenuti che si possono trovare online. L'elenco non è completo di tutti i tipi, ma costituisce un punto di partenza per chi si avvicina a questo settore. Grazie a questa panoramica, l'utente potrà farsi un'idea di quale formato sia più adatto all'argomento trattato.
- Riflettere sulla definizione di autenticità e sulla creazione di contenuti coinvolgenti, che va di pari passo con le capacità imprenditoriali. Il modulo incoraggia i creatori di contenuti a essere creativi, senza insistere troppo sull'innovazione, ma piuttosto sulla precisione e sull'autenticità di sé.
- Sarete guidati sui passi e le riflessioni necessarie per iniziare il vostro viaggio nella creazione di contenuti originali e coinvolgenti.
- Riceverete alcuni trucchi su come creare una stravostro lavoro e la vostra piattaforma, essendo orientati all'utente.
- Imparare a definire le priorità e a fissare i vostri obiettivi, grazie alla metodologia degli obiettivi SMART, per definire e trovare la vostra migliore strategia di successo.
- Imparate alcune tecniche e come coinvolgere il vostro pubblico attraverso alcuni trucchi e mantenendo l'attenzione sul vostro obiettivo.
- Creare contenuti autentici online.

Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online?

Contenuto

La parola "comunicazione" deriva dal latino "communicare", che significa "condividere". Essa coinvolge un mittente e un destinatario, ma è composta da diversi elementi, come il **processo di codifica** (per trasformare l'idea in un messaggio vero e proprio); il **messaggio** (l'informazione trasmessa); un **canale** (lo strumento/sistema che esegue il messaggio, ad esempio il parlato, il messaggio, l'e-mail, ecc.); il **feedback** (la risposta al messaggio) e il **rumore** (tutto ciò che compromette la "qualità" del messaggio).



È possibile distinguere 4 diversi tipi di comunicazione:

- **Verbale:** il linguaggio viene utilizzato per trasmettere il messaggio;
- **Non verbale:** questo tipo di comunicazione non richiede parole, come il linguaggio del corpo, le espressioni facciali o il tono di voce;
- **Visivo:** il potere di immagini, grafici e diagrammi;
- **Scritto:** si usano parole scritte, come ad esempio nelle e-mail o nelle lettere.

Soprattutto dopo l'avvento di Internet, intorno agli anni '90, la comunicazione è cambiata e si è modellata di conseguenza. Internet ha reso la comunicazione facile, veloce, immediata, senza spazio e senza tempo. Anche i tipi di comunicazione si sono aggiunti alla virtualità. Infatti, basti pensare a come le varie piattaforme per le videochiamate hanno cambiato il modo di interagire delle persone e a come i 4 tipi di comunicazione possono essere inclusi in un'unica interazione. Tutti i tipi di comunicazione possono essere uniti e contenuti in un unico strumento: verbale, non verbale, scritta e visiva sono ospitati in un'unica piattaforma, dove è possibile condividere il proprio schermo, utilizzando la propria mimica facciale, condividere immagini e scrivere nella chat.

L'avvento di Internet ha ridotto le distanze, ha creato ponti e ha dato voce alle persone attraverso i social media. I social media e le tecnologie mobili hanno cambiato il modo in cui la comunicazione viene consumata ma anche prodotta. Infatti, siamo esposti ogni giorno a un flusso costante di informazioni e dati. Con l'atto di consumare, le persone plasmano anche il futuro dei prodotti digitali.

In base a ciò che cliccano, cercano e guardano, i dati vengono raccolti e utilizzati per valutare tendenze e interessi. Il ruolo dei consumatori diventa anche quello dei produttori per la loro capacità di plasmare ciò che viene creato e immesso nel mercato.



Pertanto, per la creazione di prodotti o servizi, il produttore deve considerare i **cambiamenti nel paradigma della comunicazione:**

- I messaggi sono orientati all'utente;
- I multimedia e le "presentazioni di informazioni" devono essere accattivanti per coinvolgere il pubblico;
- Poiché siamo sempre connessi e considerando la pleora di comunicatori, la capacità di trasformare i dati in conoscenza è essenziale. Ciò che attrae il pubblico è la storia che si cela dietro quei dati.

Come già detto, il modo in cui produciamo materiale online è stato influenzato in modo significativo dalla comunicazione visiva. Le immagini e i video stanno diventando le principali forme di comunicazione online, grazie alla crescente importanza dei social media e alla diffusione degli smartphone. I produttori di materiale hanno quindi dovuto modificare i loro approcci per includere più componenti visive nel loro materiale.

La comunicazione visiva è uno strumento potente per esprimere visivamente un messaggio, ispirare o evocare un ricordo, una sensazione o un'emozione. L'essenza della comunicazione visiva consiste nel selezionare gli elementi accattivanti che attireranno il pubblico in base ai suoi valori e interessi. Questi elementi possono includere una varietà e una combinazione di testi, icone, forme, immagini e visualizzazioni di dati.

Alcune **strategie** suggerite per la comunicazione visiva sono:

- Mostrare l'impatto del proprio lavoro utilizzando la visualizzazione dei dati Delineare processi e flussi utilizzando forme e linee
- Creare informazioni più memorabili attraverso l'uso di simboli e icone
- Raccontare storie attraverso immagini e dati
- Sfruttare il colore per illustrare l'importanza e attirare l'attenzione

L'abbondanza di materiale che circola su Internet è meravigliosa, ma la possibile capacità illimitata di generare contenuti può lasciare gli utenti o i consumatori sopraffatti, costantemente interrotti da e-mail, chiamate, messaggi e notifiche, incapaci di concentrarsi o preoccupati di perdersi. Così, oggi la nuova comunicazione si basa sulla ricerca di uno spazio tra la moltitudine in cui distinguersi.

Il processo potrebbe essere terrificante, ma ci sono alcuni suggerimenti e trucchi che possono essere utilizzati per emergere dalla folla. Creare contenuti coinvolgenti e autentici in cui gli utenti possano ritrovarsi e in cui il creatore di contenuti possa emergere dalla moltitudine di informazioni, siti web e materiali condivisi da altri utenti può essere semplificato da un po' di auto-riflessione e comprensione.



Prima di tutto, la parola chiave è **autenticità**. Non è facile da definire e nemmeno da raggiungere. Ma è una caratteristica distintiva e unica degli individui. Cosa vi rende voi, voi? L'autenticità non solo rivela il vostro vero io, ma riduce anche il divario tra il creatore i contenuti e il pubblico. Essere veri e autentici porta un senso di verità, intimità e vicinanza.

L'idea di colmare il divario è funzionale a differenziare i "creatori di contenuti di oggi" dalle celebrità dei media tradizionali, con un modello di influenza dall'alto verso il basso irraggiungibile.

Al fattore autenticità va aggiunta la capacità imprenditoriale. Si basa su un modello di auto-lavoro continuo, in cui il successo viene raggiunto attraverso gli sforzi e viene visto come una via verso l'autorealizzazione. In questa prospettiva, il creatore di contenuti è immaginato come un imprenditore altamente motivato che guadagna fornendo al pubblico una serie di prodotti, risposte ai bisogni e servizi.

I social media sono i luoghi in cui l'io autentico viene mostrato e l'auto-imprenditorialità viene potenziata. Sfumano il confine tra pubblico e privato, tra commerciale e ordinario. Ma creare contenuti autentici e coinvolgenti non significa scrivere solo di ciò che i "grandi numeri" desiderano, seguire le tendenze e qualcosa al di fuori della "zona di comfort".

Spesso, la strategia utilizzata dai creatori di contenuti SEO per attirare "visualizzazioni" o "clic" segue il volume di ricerca delle parole chiave. Ma l'altra faccia della medaglia rivela che la creazione di un articolo basato su parole chiave ad alto volume non significa che il pubblico cliccherà su quell'articolo, né che il vostro articolo sia abbastanza avvincente, utile e rilevante per il pubblico da suscitare il coinvolgimento sui social media.

Inoltre, un contenuto coinvolgente e autentico riflette e risponde a un bisogno. Il suggerimento è di immaginare i contenuti prodotti come parte di un meccanismo e come la macchina stessa: prima di tutto, la macchina risponde a un bisogno identificato dal suo inventore.

Inoltre, le sue parti, un ingranaggio, una vite, un cavo o una delle parti interne di una macchina, la fanno funzionare. Senza una di queste parti, la macchina non è utile, non risponde al suo scopo e non semplifica la vita dell'utente. Allo stesso modo, il contenuto è parte di un quadro più ampio; la sua creazione è stata determinata dall'individuazione di un bisogno e dall'identificazione di un gruppo che ha chiesto quella risposta. Infine, fornisce una soluzione in base ai fattori analizzati.

Se si applica lo stesso ragionamento al processo di creazione dei contenuti, si scoprirà che il materiale risponderà a un gruppo specifico (studenti, giovani, anziani, persone con un hobby particolare, ecc.) che ha un bisogno/interesse specifico (migliorare le proprie competenze su un argomento, divertirsi, imparare una materia, ecc.) In questo modo, il contenuto creato sarà modellato in conformità con l'intesa tra le due parti: da un lato il creatore di contenuti, con la sua persona, identità e competenza; dall'altro i consumatori, con le loro esigenze e aspettative.

A seconda del messaggio che il creatore di contenuti vuole trasmettere, del pubblico a cui si rivolge e delle risorse disponibili, il formato a disposizione è vario ed eterogeneo:

1. **Contenuti del blog:** articoli scritti, post, guide e voci generali inserite in un sito web o in un blog. Se monotematici, mostrano chiaramente le aree di competenza degli autori, contribuendo a promuovere e creare l'immagine di un esperto del settore affidabile e degno di fiducia.

A questo proposito, potrebbe essere utile osservare alcune tendenze e consultare diverse fonti per raccogliere le aspettative o le domande degli utenti. In questo modo, i contenuti creati hanno più possibilità di rispondere alle esigenze specifiche di un pubblico mirato e di catturare i suoi interessi. Ricordate: un blog dimostra e richiede impegno. La pubblicazione non è sporadica, ma pianificata e organizzata. La coerenza è fondamentale. Inoltre, un blog non è uno spazio di autovalutazione e autoreferenzialità. Il lettore perderà interesse quando:

- il contenuto è privo di sostanza;
- diventa un diario egocentrico;
- è eccessivamente lungo
- cerca troppo di vendere.

Concentratevi sulla qualità, sulle risposte e infine sulle soluzioni. Siate precisi ma concisi. Lasciate che il lettore scopra chi è la persona dietro lo schermo e le righe.



2. Liste: come suggerisce il nome, una lista può essere descritta come un perfetto mix tra un **elenco e un articolo**. Probabilmente, la maggior parte degli utenti si è imbattuta in articoli come "I 10 passi per creare..."; "Le 7 migliori destinazioni per i giovani"; "Costruisci la tua azienda seguendo queste 5 fasi". Di solito, un elenco comprende una serie di immagini con una descrizione. È accessibile, accattivante, facile da leggere e conciso nelle informazioni condivise.

Ci sono due fattori importanti che un creatore di contenuti deve ricordare:

1. Per abbinare il numero dell'elenco a un sottotitolo;
2. Le liste includono anche un'introduzione e una conclusione.
 - Per creare un elenco accattivante, uno scrittore dovrebbe
 - prendere in considerazione i seguenti aspetti: L'argomento scelto è adatto a un elenco;
 - Il contenuto include lezioni preziose/buoni esempi/esempi;
 - Ricorrere a esempi pratici per chiarire il concetto o il messaggio trasmesso;
 - assicurarsi che l'elenco sia coerente;
 - Utilizzate un titolo e dei sottotitoli accattivanti

3. E-book: Il contenuto dell'e-book è più lungo e più vicino al formato di un libro. È **scaricabile** e disponibile per la **lettura online** (ad esempio in formato PDF). In questo senso, il creatore del contenuto o chi ha commissionato il lavoro ha più spazio per mostrare le proprie conoscenze e affermarsi come esperto.

Ci sono alcuni **vantaggi** innegabili, come il fatto che l'e-book è sempre a portata di clic, è disponibile on-demand e può essere consultato in momenti diversi a seconda delle informazioni necessarie. Questo gli conferisce una lunga durata. Può includere link esterni al vostro sito web o blog o ad altri contenuti da voi creati. Infine, ma non meno importante, offre una vasta gamma di opportunità grazie alla sua accattivante visualità.

Alcuni suggerimenti includono:

- scegliere l'argomento dopo un'attenta ricerca per assicurarsi di avere un piano in anticipo su come sviluppare l'ebook;
- definire la soluzione o la risposta che si vuole fornire e gli interessi del gruppo target;
- includendo elementi visivi e scegliendo colori accattivanti e in linea con l'argomento presentato;
- convertirlo in PDF.



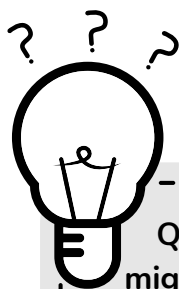
4. Infografiche: Il visual supporta le informazioni condivise. Questo formato è utile per avere una panoramica davanti agli occhi degli utenti. Scomponete le informazioni per renderle più **piacevoli, accessibili e dirette**. La parte più impegnativa può consistere nel coordinare testo e immagini/grafici/grafici. Richiede un'attenta ricerca per includere informazioni complete. In questo caso, è bene includere spazi vuoti per dividere concetti e informazioni e avere una presentazione ordinata. Inoltre, è bene usare i **colori** con saggezza (magari per creare connessioni e stimolare gli utenti) e utilizzare un **carattere** di facile lettura.



5. Video: La creazione di video, indipendentemente dal formato o dall'argomento, aiuterà il produttore a coinvolgere il pubblico. Le piattaforme di social media più utilizzate contengono un'opzione video, ma con una **disponibilità** limitata **alle 24 ore**. Ma ci sono altre piattaforme ad hoc per i video in cui un creatore di contenuti può ricorrere a vari formati: interviste; video pratici su come fare qualcosa; video dietro le quinte; video tour, ecc.

Il **vantaggio** di questo contenuto è che la creatività gioca un ruolo fondamentale. Le imperfezioni sono ammesse come connettore tra gli schermi. Lo **svantaggio** consiste nell'adattamento del video al contenuto: più il produttore vuole apparire professionale, più dovrà potenziare le proprie competenze digitali e investire in piattaforme e strumenti professionali per registrare i video.

Un **consiglio per i principianti** potrebbe essere quello di concentrarsi sul contenuto fornito e sul messaggio inviato.



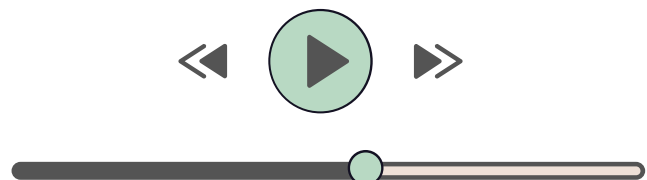
Qual è l'obiettivo principale? Come il video migliorerà o aiuterà il pubblico? Assicuratevi di creare video brevi e di pubblicarli su diverse piattaforme per creare traffico sui social media, sui blog o sui siti web.



6. Podcast: è un **episodio audio** che può avere la forma di un'intervista, di una chiacchierata amichevole o di un dibattito con più partecipanti. Ma la parte essenziale è identificare il filo conduttore. Il produttore deve identificare l'argomento principale o il termine ombrello che potrebbe coprire gli episodi successivi. Una volta scelto l'argomento, il creatore di contenuti deve chiedersi: in che modo questo podcast si distinguerà e si differenzierà? Questo fornirà al creatore di contenuti la chiave per la definizione di **originalità e autenticità**.

Il primo passo dopo la selezione dell'argomento dovrebbe essere quello di scrivere alcuni possibili **titoli di episodi**. È importante avere un'idea in anticipo di ciò che seguirà. Allo stesso tempo, è importante decidere come strutturarli: - chi è il gruppo target (età, interessi, stile di vita, valori)? - quanto dura ogni episodio (all'incirca)? e con quale frequenza verrà pubblicato il podcast? - in quale categoria rientra (storia, intrattenimento, cinema, natura, viaggi, ecc.)?

Infine, un nome breve ma accattivante e facile da ricordare aumenterà le probabilità di successo.





Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online?

Contenuto

Impatto e benefici

- **Maggiore alfabetizzazione digitale:** Imparare a creare contenuti online richiede familiarità con gli strumenti e le piattaforme digitali, il che può contribuire ad aumentare l'alfabetizzazione digitale e la fiducia nella navigazione nel mondo online. Aumenta le possibilità di impiego e favorisce lo sviluppo di competenze trasversali che possono essere riutilizzate e adattate a diversi contesti ed esigenze.
- **Capacità di comunicazione:** Essere un grande comunicatore è un fattore chiave in ogni campo. Questa abilità facilita il procedere nei diversi campi e nelle diverse esperienze di vita. La creazione di contenuti online coinvolgenti richiede capacità di comunicazione chiare ed efficaci, adattabili a scenari online e offline. Inoltre, migliora la capacità di entrare in contatto con le persone, costruendo una buona rete di contatti.
- **Aumentare la creatività:** Lo sviluppo di contenuti online può essere un processo altamente creativo che consente la sperimentazione, l'innovazione e l'auto-riflessione e come meccanismo di coping contro lo stress e la noia, contribuendo a migliorare le capacità di problem-solving.
- **Ampliamento delle opportunità di carriera:** In un mondo digitale, ogni lavoro ha una parte di attività o di sviluppo che comporta la creazione di contenuti e competenze digitali. Imparare a creare contenuti online coinvolgenti può aprire nuove opportunità di carriera in diversi settori, creando connessioni e opportunità imprenditoriali.
- **Personal branding:** Creare contenuti online coinvolgenti può aiutare le persone ad affermare le proprie conoscenze e la propria area di competenza, diventando un punto di riferimento in una nicchia. Il personal brand porta a promuoversi come leader nel settore.
- **Creazione di una comunità:** I contenuti online coinvolgenti possono aumentare l'impegno e generare connessioni profonde con un pubblico target, contribuendo a creare un gruppo di persone appassionate a un marchio o a un argomento.
- **Opportunità di crescita:** La possibilità di comunicare online in modo autentico e coinvolgente porterà nuove opportunità di scambio di informazioni, di apprendimento di nuovi fatti o abilità divertenti e di avvio di un dialogo con persone che la pensano allo stesso modo e che possono suggerire prospettive diverse o occasioni di crescita.

Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online?

Contenuto

Conseguenze

Secondo il Principio di Pareto 80/20, l'80% di tutte le conseguenze deriva dal 20% delle cause. Questa percentuale è stata utilizzata nel mondo degli affari per sottolineare che l'80% dei risultati e del successo derivano dal 20% degli sforzi. Può essere applicato anche al campo delle competenze relative alla creazione di contenuti coinvolgenti, considerando che si tratta di una competenza trasversale che ha il potenziale per **aumentare l'accesso alle opportunità** ma anche l'interazione con il mondo.

La mancanza di competenze nella creazione di contenuti potrebbe avere un impatto negativo sulla capacità dei giovani di confrontarsi con il mondo digitale e di sfruttare le opportunità che esso offre. È importante che i giovani sviluppino queste competenze per partecipare attivamente alla società, prosperare nell'ambiente digitale di oggi e aumentare le loro possibilità di **essere competitivi** sul mercato. Tra le conseguenze, ci sono:

- **Diminuiscono le opportunità di impiego:** le competenze nella creazione di contenuti stanno diventando sempre più importanti in una serie di abilità considerate dal personale e dalle aziende che assumono. Senza queste competenze, i giovani potrebbero veder **diminuire** le loro possibilità di ottenere un **lavoro** migliore e di conseguenza **diminuire la loro competitività** sul mercato del lavoro.
- **Ostacolare l'espressione di sé:** la possibilità di creare e condividere contenuti coinvolgenti online rappresenta una potente forma di espressione di sé per i giovani. Inoltre, avvicina **persone che la pensano allo stesso modo**, migliorando il dialogo, il pensiero critico e la capacità di risolvere i problemi.
- **Ridotta capacità di impegnarsi con consapevolezza sui media digitali:** la mancanza di competenze nella creazione di contenuti ostacola la comprensione generale, la consapevolezza e la **partecipazione attiva** dei giovani negli ambienti digitali o nelle attività in cui è necessaria. Inoltre, mette a repentaglio la capacità di trarre vantaggio dal suo utilizzo e potrebbe portare a una **mancanza di consapevolezza** nei confronti dei contenuti e dei pericoli online.



- **Riduzione delle opportunità per l'imprenditoria digitale:** se state pensando di avviare un'attività, essere in grado di creare contenuti coinvolgenti online è essenziale per stabilire la vostra presenza online e interagire direttamente con i clienti. Crea un **ponte tra online e offline**, avvicinando produttore e utente, mantenendo un senso di umanità, al di là dell'interazione macchina-passiva.
- **Capacità limitata di contribuire alle comunità online:** il mondo digitale, come quello faccia a faccia, ha sviluppato le proprie comunità. La capacità di comunicare online può essere un modo efficace per i giovani di partecipare, contribuire e appartenere alle comunità online, condividendo le proprie conoscenze e competenze. Senza queste competenze, potrebbero essere meno capaci di partecipare alle **conversazioni online** e di contribuire alla conoscenza collettiva delle loro comunità.





Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online?

Come sviluppare le competenze

A seconda della piattaforma utilizzata, ripensare e riadattare l'esperienza e la rappresentazione del creatore di contenuti. A causa delle caratteristiche in continua evoluzione delle piattaforme, il creatore di contenuti deve tenere traccia degli **eventuali cambiamenti** e di come sfruttarli a proprio vantaggio.

Gli obiettivi dei creatori di contenuti possono variare a seconda della fase che stanno vivendo: dalla costruzione dell'identità e della rappresentazione alle nuove opportunità offerte dalla piattaforma in seguito a un cambiamento strutturale o all'emergere di nuove tendenze. Ciò determina il modo in cui un creatore di contenuti "vende" (nel suo significato letterale e figurato) online o commercializza i propri contenuti. In effetti, un ruolo cruciale è svolto dallo **sviluppo di piattaforme, funzionalità e configurazioni algoritmiche**. Questo influenza il modo in cui i contenuti vengono creati, modellati e adattati alla piattaforma e al pubblico.

Ecco perché è importante procedere con una struttura. Le righe che seguono definiranno la **struttura** e le **competenze** che un creatore di contenuti deve mettere in atto per creare contenuti online autentici e coinvolgenti.

Innanzitutto, il punto di partenza consiste nel definire l'idea principale. Poiché la creazione di contenuti è un processo di generazione di contenuti, è essenziale identificare il **campo di interesse**. Pertanto, la domanda che i creatori di contenuti dovrebbero porsi è: di cosa voglio scrivere? Qual è la mia area di competenza o l'argomento a cui posso contribuire maggiormente?

Quando iniziate il vostro percorso verso il processo di creazione dei contenuti, la scelta di un angolo e di una prospettiva nel contenuto presentato differenzierà il vostro "prodotto" da un altro.

La semplice aggiunta di una **descrizione o di dati statici non farà** emergere il vostro contenuto. Considerando che Internet trabocca di contenuti e dati, un creatore di contenuti dovrebbe aggiungere valore e portare una prospettiva nuova e fresca sul materiale che sta preparando. Il contenuto non è una presentazione, ma un'**informazione di qualità** che arricchisce gli utenti, andando oltre il pitching e l'autocompiacimento.

Di cosa voglio scrivere? Qual è la mia area di competenza o l'argomento a cui posso contribuire maggiormente?

Una volta definita l'idea principale, è il momento di ispezionare l'ambiente. Un creatore di contenuti deve analizzare diversi fattori:

Concorrenza: chi sono i vostri concorrenti? Dare un'occhiata a ciò che producono gli esperti o i creatori di contenuti famosi fornirà al creatore di contenuti due informazioni importanti: cosa fare e cosa non fare. In questo modo, il contenuto prodotto non sarà una copia di qualcun altro, ma fornirà una guida e un'ispirazione su come strutturare il proprio contenuto, su come dialogare con il pubblico e su cosa sia visivamente e contenutisticamente attraente.

Risorse: Il picco sui concorrenti mostrerà anche quali risorse sono attualmente in uso e inizierà a considerare le risorse di cui un creatore di contenuti avrà bisogno. Questa definizione non riguarda solo la parte economica, ma ad esempio gli strumenti, il tempo e le risorse aggiuntive che potrebbero essere utili per la qualità dei contenuti.

Tendenze: Quali sono le tendenze attuali del settore? Una rapida ricerca su Internet mostrerà quali sono le questioni attuali, aiutando a identificare le aree in cui un creatore di contenuti potrebbe essere coinvolto e a individuare le opportunità.

Piattaforme: qual è la piattaforma più adatta che aiuterà il creatore di contenuti ad attrarre e comunicare meglio con il pubblico? Quale piattaforma aiuterà il creatore di contenuti a trasmettere il messaggio al meglio?

In questa fase, un creatore di contenuti potrebbe trovare utile ricorrere a un pianificatore di parole chiave. È gratuito e viene offerto da Google. Attraverso questo strumento, un creatore di contenuti può scoprire e monitorare le parole chiave relative alla sua attività. È possibile vedere quanto spesso una parola viene cercata e quali sono le diverse opzioni relative all'argomento.

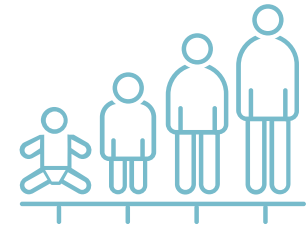
Affinché il contenuto sia più coinvolgente è fondamentale identificare e conoscere il pubblico a cui il creatore del contenuto si riferisce. L'identificazione del pubblico contribuirà alla definizione dell'idea e allo sviluppo e alla forma del contenuto. In questo modo, il creatore di contenuti aumenta le possibilità di soddisfare le esigenze del gruppo target, creando contenuti autentici che coinvolgeranno il pubblico e creeranno traffico sulla piattaforma.

Inoltre, l'identificazione del pubblico aiuterà anche nella scelta della piattaforma: ad esempio, l'e-commerce sembra avere particolarmente successo su TikTok e Instagram.



Gli elementi da considerare a questo proposito sono:

- l'età
- istruzione
- posizione geografica
- reddito
- interessi

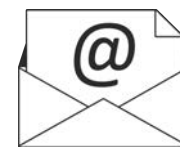


Questa fase aiuterà a costruire un **profilo potenziale del pubblico target**, supportando di conseguenza la stesura di un piano di contenuti. Infatti, Google Analytics applicato a un sito web o a un social media fornirà al creatore di contenuti utili indicazioni per conoscere il pubblico e quali contenuti sono più coinvolgenti per loro.



Ora che il gruppo target è chiaro, è utile **fissare degli obiettivi** per misurare le tendenze e le prestazioni della piattaforma. Questa nuova fase consiste nella definizione degli obiettivi. Una volta chiariti questi due aspetti, arriva il momento di decidere come e cosa misurare le prestazioni. Per esempio:

- traffico del sito web;
- numero di nuovi "clienti" in un arco di tempo;
- coinvolgimento;
- iscrizione via e-mail;



A questo proposito, è utile pensare ai propri obiettivi secondo la **metodologia SMART**. L'acronimo sta per Specifico, misurabile, realizzabile, pertinente, basato sul tempo.

A questo proposito, è utile pensare ai propri obiettivi secondo la metodologia SMART. L'acronimo sta per Specifico, misurabile, realizzabile, pertinente, basato sul tempo.

SPECIFICO	Ben definito e preciso	Regola delle 5W: - chi è coinvolto? - qual è l'obiettivo finale preciso? - dove si vuole raggiungere questo obiettivo? - quando vuoi raggiungere questo obiettivo? - perché ti sei posto questo obiettivo?
MISURABILE	Definizione di criteri che terranno traccia dei progressi o dello stallo verso l'obiettivo	Quanto? quanto velocemente? Quante volte? Quale importo? Come stai misurando?
REALIZZABILE	Un obiettivo impegnativo ma pragmatico e ragionevole	Ho le risorse? Se no, cosa manca? È fattibile?
REALISTICO/RILEVANTE	Obiettivi realistici e pertinenti, pertinenti all'obiettivo principale che si desidera raggiungere e orientati al risultato	Gli obiettivi sono realistici, considerando limiti o considerazioni di tempo, spazio, denaro e altri fattori?
BASATO SUL TEMPO	Ha una tempistica e scadenze per il suo completamento	Quando è la scadenza? Entro quando ho intenzione di raggiungerlo?

In seguito, la costruzione di una strategia di contenuti diventerà necessaria per garantire il raggiungimento degli obiettivi, per coinvolgere il pubblico e per creare un pubblico di utenti affezionati.

Probabilmente ci saranno momenti in cui un creatore di contenuti non avrà più tempo per creare qualcosa di nuovo, ma questo potrebbe accadere quando un blog o una piattaforma hanno già delle pubblicazioni. Pertanto, avere un piano dei contenuti faciliterà la gestione del tempo e organizzerà l'idea di cosa produrre. È una strategia che permette di risparmiare tempo e di salvare la creatività quando emerge il blocco dello scrittore.

Certamente, un creatore di contenuti potrebbe ricorrere a strumenti di intelligenza artificiale per aiutare nella creazione; ma potrebbe costituire una buona opzione per trarre vantaggio dai contenuti generati dagli utenti. In ogni caso, ci sono alcuni punti chiave che potrebbero guidarne lo sviluppo, come ad esempio:

- Qual è il vostro formato? Come darete forma al vostro messaggio?
- Qual è il vostro messaggio?
- Chi è il vostro gruppo target?



Inoltre, un piano di 6 o 12 mesi aiuterà a mostrare la direzione della piattaforma e a informare il pubblico, mantenendolo informato e affezionato alle pubblicazioni. In questo modo, un creatore di contenuti avrà la possibilità di sperimentare e diversificare i contenuti, senza la pressione delle scadenze dell'ultimo minuto.

Infine, ma non meno importante, i contenuti creati devono essere promossi. Trovare e costruire una strategia di promozione è anche uno degli ingredienti di successo per un risultato soddisfacente dei vostri sforzi.

Una volta che un futuro creatore di contenuti definisce l'area di competenza, il gruppo target, l'obiettivo e il piano dei contenuti, i passi successivi fanno parte dei consigli e dei trucchi su come creare contenuti coinvolgenti online, mantenendo l'interesse del pubblico senza perdere la propria autenticità:

1. Connettersi: è possibile trovare influencer, esperti e autori di tendenza di rilievo e impegnarsi con loro. La possibilità di connettersi con loro andrà a vostro vantaggio per attirare nuovi utenti e creare traffico sulla vostra piattaforma.

Secondo il Principio di Pareto 80/20, dovrete dedicare il 20% del vostro tempo alla creazione di contenuti e l'80% alla promozione".





2. Siate visivi: la comunicazione visiva gioca un ruolo importante nell'attrarre nuovi utenti. Immagini, video, grafiche, loghi e qualsiasi tipo di materiale visivo deve essere accattivante, non solo per attrarre ma anche per facilitare l'accessibilità e la fruizione del materiale offerto, rafforzando o valorizzando il messaggio.

3. La qualità conta: un buon creatore di contenuti che mira a costruire una nicchia fedele di lettori e utenti appassionati dovrebbe vivere secondo la regola "qualità più che quantità". Non avere fretta: un post, un video o un articolo con errori e imprecisioni trasmetterà un messaggio sbagliato sul livello di competenza, sulla mancanza di passione e di impegno verso la piattaforma.

4. Condividere è curare: la condivisione di suggerimenti e trucchi e delle proprie conoscenze crea un rapporto tra il creatore di contenuti e il pubblico. Inoltre, costituisce un modo per gli utenti di conoscere la persona che sta dietro lo schermo e contribuisce ad aumentare il vostro prestigio.

5. Umanità: in un mondo digitale con vite miste, molti utenti faticano a distinguere tra vero e falso, reale e artificiale, online e offline. Mostrare tratti di umanità ridurrà alcuni dei divari tra i due mondi e aiuterà gli utenti a relazionarsi con i contenuti forniti. Un contenuto coinvolgente e autentico online è un tipo di contenuto che mantiene l'originalità e l'autenticità del creatore del contenuto mentre si impegna con il pubblico. Ma come? Essendo relazionabili, avvicinabili, amichevoli. Il tono e lo stile devono corrispondere al gruppo target a cui ci si rivolge e al contenuto creato.

6. Interazione: invitate i vostri utenti a partecipare, interagire e rispondere. Ad esempio, potete interagire con il vostro pubblico chiedendo loro di votare, diffondere, lasciare un commento, commenti o domande. Le grandi interazioni potrebbero iniziare facendo riferimento direttamente agli utenti e chiedendo la loro opinione o i loro suggerimenti. Questo non solo farà da ponte e aumenterà il traffico, ma aiuterà anche il creatore di contenuti a valutare quali argomenti sono più "scatenanti" per il pubblico. L'interazione può generare spunti di riflessione convertibili in post o in ulteriori contenuti per la vostra piattaforma.

7. Assicurarsi che i contenuti siano facili da condividere: questa valutazione dovrebbe essere fatta durante la fase di selezione della piattaforma che il creatore di contenuti vuole utilizzare. Per esempio, se si sta creando un canale video, bisogna essere sicuri che un utente possa condividere e trasmettere facilmente il messaggio nell'anteprima del contenuto. Se questo processo richiede ulteriori passaggi, elaborazioni o modifiche, significa che il contenuto potrebbe risultare scoraggiante per un'ampia porzione di utenti in un mondo online in rapida evoluzione e ricco di risorse.



Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online?

Workshop 1: Creare insieme

Durata: 2 ore (30 minuti di spiegazione e introduzione + 1 h 30 minuti di sviluppo)

Obiettivi Il workshop mira a stimolare il brainstorming tra i partecipanti che stanno muovendo i primi passi nello sviluppo della creazione di contenuti o che vogliono migliorare la loro raggiungibilità. Attraverso il workshop i partecipanti otterranno utili indicazioni su come definire la creazione di contenuti online attraverso le fasi principali sopra menzionate.

Materiali: Pc e Internet

Sviluppo

- Dividete i partecipanti in gruppi di massimo 4 persone e chiedete loro di identificarsi:
 - Su quale argomento si vuole lavorare (viaggi, problemi del giorno d'oggi, hobby, ecc. l'argomento deve essere conciso)
 - Descrivere il potenziale gruppo target (età, istruzione, posizione geografica, interessi) Definire la piattaforma e il formato (video, immagini, grafica e testo, ecc.) che si desidera utilizzare.
- Infine, prepareranno una bozza di ciò che hanno immaginato (ad esempio, se hanno immaginato un blog, un documento Word con i punti salienti, le sezioni, i colori, il carattere, lo spazio per l'immagine o le risorse aggiuntive)

Valutazione

Dopo che ogni gruppo ha presentato il proprio lavoro, la valutazione può consistere in due fasi: in primo luogo, i gruppi forniranno suggerimenti e feedback. In secondo luogo, il facilitatore dovrà osservare e fornire un feedback sul processo decisionale, sulla visualità, sul contenuto e sulle strategie che potrebbero essere migliorate.

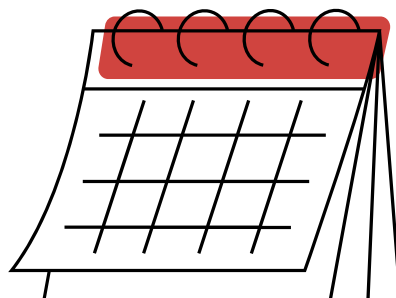
Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online?

Workshop 2: Organizzarsi e crescere: piano-gestione

- Durata:** 1 ora e mezza (30 minuti di spiegazione e introduzione + 1 ora di sviluppo)
- Obiettivi:** Il workshop vuole riflettere sulla varietà di contenuti che possono essere creati online per incoraggiare la creatività dei partecipanti e la capacità di adattarsi a diversi mezzi di comunicazione e di pianificare in anticipo il lavoro.
- Materiali:** Pc, Internet, calendario

Sviluppo

- In base alle dimensioni della classe, il facilitatore può decidere di realizzare il workshop in gruppi o senza dividersi in gruppi. Verrà fornito un calendario con sopra scritta la **piattaforma utilizzata** (Youtube, Snapchat, blog, Instagram, ecc.). Stampatene 1 o 2 copie, in modo che metà dei partecipanti possa iniziare.
- Impostate una **pubblicazione sul calendario** (ogni settimana, ogni 2 settimane o mensilmente - secondo le pagine fornite) e un timer. Ogni 2 minuti chi sta scrivendo sul foglio deve passarlo al partecipante accanto. Ogni partecipante fornirà un'idea di contenuto correlata all'idea principale suggerita dal primo partecipante che ha scritto sul foglio.



Sviluppo

- Regola: è consentito solo 1 passaggio e 1 commento dopo due contenuti. Esempio: se il primo partecipante ha scritto nel foglio con il calendario di Youtube l'argomento "viaggi", il secondo può suggerire un esempio di contenuto correlato all'argomento (ad es. pubblicazione del video del mio viaggio a Berlino; turismo gastronomico; tradizioni divertenti nel Paese X, ecc.) Il terzo può suggerire un altro argomento e se il quarto esaurisce la creatività, può scrivere un commento da cui i partecipanti successivi dovranno trarre un'idea di contenuto.
- Il **contenuto** dovrebbe variare.



Valutazione:

Al termine dell'attività, il facilitatore concede altri 15 minuti per far circolare il risultato finale all'interno della classe. Poi, incoraggia i partecipanti a esprimere le loro sensazioni e se hanno incontrato sfide o idee interessanti. Inoltre, invita i partecipanti a riflettere sul contenuto proposto: fornirà una panoramica delle tendenze e dell'ambiente (la fase di "ispezione dell'ambiente" di cui sopra). L'idea è quella di riflettere sulla pianificazione del calendario tra vincoli di tempo, ma anche sotto la pressione del rispetto delle scadenze per mantenere il pubblico impegnato



Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online?

Conclusioni

Il modulo ha presentato una panoramica dei **tipi** più comuni di **contenuti online** e dei **trucchi e suggerimenti** per catturare l'attenzione degli utenti. Includeva due laboratori da realizzare con ragazzi interessati e coinvolti in questo argomento, ma anche adattabili all'apprendimento autonomo.

In conclusione, la creazione di contenuti autentici e originali online richiede una **combinazione di competenze** (comunicative, organizzative, di pensiero critico e soprattutto digitali) e strategie (dall'identificazione dell'argomento alla definizione degli obiettivi, della strategia e della decisione sull'uso della piattaforma). Il processo di creazione di contenuti non è semplicemente legato alla scrittura, allo scatto di fotografie o a un insieme di immagini. Comporta una **fase di analisi** e di comprensione del pubblico, delle sue esigenze e delle sue aspettative, ma anche di **analisi dell'ambiente, di definizione degli obiettivi e di strategia**.

- Una delle fasi più importanti nella creazione di contenuti coinvolgenti è la **definizione della propria idea** e del modo in cui è possibile comunicarla al meglio. In questa prima fase, il creatore di contenuti deve definire di cosa vuole parlare, come (quale formato) e poi in quale piattaforma. In questo momento è possibile definire e valutare le possibilità di successo della propria idea attraverso uno screening dell'ambiente.
- Ricorda: **autenticità e originalità** sono essenzialmente combinate con capacità imprenditoriali e mentali.
- Un'altra abilità importante è la comprensione delle **sfumature delle diverse piattaforme di social media**. Ogni piattaforma ha un pubblico, un formato e uno stile unici e i contenuti devono essere adattati in base a questi fattori.
- In effetti, si potrebbe dover scegliere se scrivere un **blog** (per mostrare una precisa area di competenza), un **listino** (per aiutare, dare consigli o guidare gli utenti), **e-book** (sempre disponibili, a portata di click), **infografiche** (per catturare l'attenzione e comunicare un messaggio in uno spazio limitato), video e podcast.

- Non dimenticate di: **connettersi** (con altri esperti o influencer del vostro settore per avere maggiore visibilità e perfezionare i vostri contenuti); **essere visivi** (catturate l'attenzione attraverso la comunicazione visiva, le immagini, i colori); **privilegiare la qualità** (gli utenti noteranno errori o imprecisioni, macchiando la vostra reputazione online); **condividere è prendersi cura** (parlate e condividete consigli per il vostro pubblico che potrebbero aiutarli); **umanità** (tra tutto il mondo digitale, sentirsi umani fa bene, a voi e al vostro pubblico, e crea una sensazione di vicinanza); **interagire** (coinvolgete la vostra comunità, fate domande, invitatela a partecipare attivamente alla vostra piattaforma); **creare contenuti facili da condividere** (il mondo online è un ambiente veloce. Se ci sono registrazioni, link su link e diverse schede da aprire e chiudere, gli utenti perderanno la pazienza e l'interesse. Siate veloci e semplici).
- Infine, la creazione di contenuti coinvolgenti richiede una **sperimentazione e un'analisi continue**. A volte si ottengono nuove idee dagli utenti o dalle interazioni. Altre volte, dovrete rinfrescare il vostro look e provare qualcosa di nuovo, testare diversi formati e strategie e monitorare i vostri progressi.

Imparando e analizzando costantemente, si può sempre migliorare, crescere e costruire un **pubblico fedele** nel tempo.





Come creare e utilizzare contenuti autentici e coinvolgenti per un'interazione efficace online?

Bibliografia

- A. Arriagada, & F. Ibáñez, (2020). "You Need At Least One Picture Daily, if Not, You're Dead": Content Creators and Platform Evolution in the Social Media Ecology. *Social Media + Society*, 6(3).
- A. Hussain (2022), How to Create an Ebook From Start to Finish [Free Ebook Templates], HubSpot, <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-create-an-ebook-free-templates>
- Corporate Finance Institute (2023), SMART Goals - Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Timely.
- D. Bagley (2020), Why Authentic Content Attracts an Audience (and Backlinks), Page One Power, <https://www.pageonepower.com/linkarati/why-authentic-content-attracts-audience-backlinks>
- D. Ezell, How To Use Visual Communication and Why It Matters, TechSmith <https://www.techsmith.com/blog/why-visual-communication-matters/#:~:text=Visual%20communication%20is%20the%20practice,motivates%2C%20and%20engages%20the%20viewer.>
- M. Roshong (2019), Communicating in the digital age, SF Strategic Finance. <https://sfmagazine.com/articles/2019/october/communicating-in-the-digital-age/>
- T. Rynnänen, T. Hyyryläinen (2018), Digitalisation of Consumption and Digital Humanities -Development Trajectories and Challenges for the Future, Ruralia Institute, University of Helsinki, Finland.
- S. Rogers(2019), The Role of the Technology in the Evolution of Communication, Forbes. <https://www.forbes.com/sites/solrogers/2019/10/15/the-role-of-technology-in-the-evolution-of-communication/?sh=3854715c493b>
- K. Floyd (2011). *Interpersonal communication*. McGraw-Hill Education.
- T. Standage (2018), Information overload is nothing new, *The Economist*.
- Learn how to create social media content with a social content plan. Business Gateway, Digital Boost, Producing engaging content guide. <https://mailchimp.com/resources/top-12-types-of-social-media-content-to-create/>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPITOLO IV

COME CREARE UN LAVORO DI SQUADRA VIRTUALE, MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE E LA CONDIVISIONE DELLE RISORSE ONLINE PER UNA MIGLIORE COMUNICAZIONE ONLINE



R3: QUADRO DELLE SOFT SKILL DIGITALI DEL LIBRO GUIDA

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





COME CREARE UN LAVORO DI SQUADRA VIRTUALE, MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE E LA CONDIVISIONE DELLE RISORSE ONLINE PER UNA MIGLIORE COMUNICAZIONE ONLINE

Euronet (Italia)

Introduzione

Mai come in questo periodo si è sentito parlare di lavoro a distanza e telelavoro, associandolo alla necessità di mantenere il contatto con la propria realtà aziendale, per non perdere o almeno rafforzare la coesione del gruppo di lavoro e, naturalmente, alla possibilità per i NEET di esplorare una nuova strada per **trovare un nuovo lavoro**.

Ecco allora che la soluzione sembra essere trovata nel lavoro di squadra virtuale, ma di cosa stiamo parlando nello specifico?

Il lavoro a distanza è un modello destinato a svilupparsi ulteriormente e, proprio per questo, è fondamentale garantire il giusto equilibrio e il dialogo tra colleghi.



La creazione di collegamenti a distanza tra dipendenti e manager di un'azienda garantisce **una maggiore produttività e collaborazione** all'interno del team, favorendo inevitabilmente lo sviluppo di relazioni sempre più forti, basate sulla fiducia e sulla soddisfazione di tutti i membri di un gruppo.

Le attività di team building virtuale, infatti, grazie all'utilizzo di piattaforme online, hanno proprio questo scopo: favorire le connessioni personali all'interno del team per migliorare la comunicazione e la qualità del lavoro di tutti i partecipanti.

Una volta compreso che la distanza fisica non deve necessariamente tradursi in individualismo lavorativo, è quindi fondamentale impegnarsi affinché non manchino mai momenti di scambio e dialogo nel gruppo di lavoro.



COME CREARE UN LAVORO DI SQUADRA VIRTUALE, MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE E LA CONDIVISIONE DELLE RISORSE ONLINE PER UNA MIGLIORE COMUNICAZIONE ONLINE

Obiettivi formativi

Alla fine di questa lezione, imparerete i seguenti aspetti:

- **Semplificare la cooperazione** - modalità di lavoro più semplici e riunioni virtuali efficaci
- Creare a **comunicazione cadenza** che coinvolge membri del team membri del team quando si comunica attraverso la tecnologia
- Creare fiducia a distanza e bilanciare fiducia, responsabilizzazione e controllo
- Costruire **comunità e visibilità** a distanza
- Bilanciare la **produttività** con il benessere e la **resilienza** sostenibili
- Rimanere **creativi** quando si lavora in remoto.





COME CREARE UN LAVORO DI SQUADRA VIRTUALE, MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE E LA CONDIVISIONE DELLE RISORSE ONLINE PER UNA MIGLIORE COMUNICAZIONE ONLINE

Team Building Virtuale

Nel contesto sociale in cui viviamo, grandi aziende con sedi dislocate in diverse aree geografiche: sono molte le ragioni per cui prima o poi, da parte di un'azienda, nasce l'esigenza di riunire team di lavoro a distanza.

Ma come si fa a mantenere vivo il senso di gruppo e di collaborazione tra colleghi fisicamente lontani? Lavorare da casa ha i suoi pro e i suoi contro: se da un lato questo si traduce in un addio alle interminabili ore di traffico per raggiungere l'ufficio o alle corse disperate per prendere l'ultimo treno della giornata, con un evidente miglioramento della qualità della vita; dall'altro lato, significa anche distanza emotiva tra i colleghi, assenza di quei momenti di scambio durante la pausa caffè, che possono addirittura trasformarsi in isolamento e senso di solitudine.

Il ricorso al team building virtuale può essere di grande aiuto per favorire l'interazione tra persone che, nonostante l'assenza di contatto umano, riescono a creare legami sociali e a lavorare insieme in modo strategico e produttivo.

Valida alternativa al metodo tradizionale, il team building virtuale è quindi uno strumento efficace per stimolare il lavoro a distanza, rendere più efficiente la delega delle attività e far sentire i dipendenti più **connessi, apprezzati e motivati**.

Ma come nell'ultimo periodo, il team building virtuale è stato preso molto in considerazione, probabilmente per la tendenza a preferire esperienze che richiedono contatto e presenza fisica; ma, come spesso accade, è proprio nelle situazioni di necessità che si creano le basi per **nuove opportunità**, destinate a funzionare nel tempo anche una volta superata la crisi.





Con **un approccio diverso** da quello tradizionale, il team building a distanza è caratterizzato dal fatto che ogni membro partecipa da casa alla propria scrivania, davanti al proprio computer!

Le ultime forme di tecnologia sono essenziali per avviare questo tipo di attività, che mira a ricreare un **ambiente di lavoro positivo** e a mantenere il contatto tra tutti i colleghi, anche dietro uno schermo.

Sarà quindi necessario collegarsi a una **piattaforma web** per gli incontri e connettersi con il resto del team: l'attività di team building, infatti, può essere proposta in diversi formati e, per una buona riuscita, richiederà senza dubbio la regia di un professionista esperto, in grado di coordinare i tempi di ogni esperienza e gli interventi dei singoli partecipanti.





COME CREARE UN LAVORO DI SQUADRA VIRTUALE, MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE E LA CONDIVISIONE DELLE RISORSE ONLINE PER UNA MIGLIORE COMUNICAZIONE ONLINE

Impatto e benefici

È davvero efficace ricreare momenti di collaborazione e condivisione a distanza? Ebbene sì!

Rinunciare alla socializzazione è difficile, così come è complesso creare solidi legami di fiducia quando ci si trova a dover portare avanti un progetto di lavoro con colledislocati chissà dove.

In questo senso, quindi, **il team building online** rappresenta un'importante opportunità per aumentare lo spirito di squadra di un team virtuale.

Vediamo alcuni dei **principali vantaggi** del team building virtuale:

Offre la possibilità ai gruppi di lavoro di collaborare per l'innovazione, la produttività e l'efficienza.

Creare un clima di fiducia tra i vari membri, anche di livello diverso.

Rafforzare le relazioni e aumentare la soddisfazione dei dipendenti.

Stimola la creatività e l'immaginazione dei partecipanti riducendo lo stress causato dall'assenza di rapporti umani durante le ore di lavoro.

Contribuisce a confermare una cultura di squadra



COME CREARE UN LAVORO DI SQUADRA VIRTUALE, MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE E LA CONDIVISIONE DELLE RISORSE ONLINE PER UNA MIGLIORE COMUNICAZIONE ONLINE

Conseguenze

Le competenze digitali quotidiane, come i social media e la navigazione sul web, spesso non corrispondono a quelle ritenute fondamentali sul posto di lavoro e necessarie alle aziende per consentire la ripresa e la crescita.

Secondo il Digital Skills Index di Salesforce, più di due terzi di tutti gli intervistati della Gen Z (64% a livello globale) affermano di possedere **competenze avanzate in materia di social media**, confermando lo stereotipo della competenza digitale delle generazioni più giovani, ma poco meno di un terzo (31%) ritiene di possedere le competenze digitali più avanzate di cui le aziende hanno bisogno in questo momento.

La differenza è ancora più netta in Italia, dove l'81% degli intervistati della Generazione Z ritiene di avere un livello avanzato di competenze sociali, ma solo uno su cinque (19%) pensa di possedere le competenze digitali necessarie per il mondo del lavoro di oggi.

Le competenze di e-leadership, o e-business, sono la capacità di utilizzare al meglio le tecnologie digitali all'interno di qualsiasi tipo di organizzazione e di introdurre l'innovazione digitale nello specifico settore di mercato in cui opera. Le competenze digitali sono strettamente integrate con le soft skills tipiche del leader e con le competenze specifiche del settore. Esse comprendono anche le "competenze digitali per il lavoro", che devono essere possedute da tutti i lavoratori, poiché tutti i lavori richiedono la capacità di utilizzare le tecnologie digitali. Sono quindi estremamente importanti per i giovani, soprattutto per i NEET che devono entrare nel mondo del lavoro.

Le competenze digitali specialistiche riguardano i professionisti e i futuri professionisti ICT e sono richieste sia nel settore privato che in quello pubblico. L'e- CF European e-Competence Framework 3.0, lo strumento di riferimento europeo dell'Agenda Digitale per la definizione delle competenze dei professionisti ICT, definisce la competenza ICT come "una capacità dimostrata di applicare conoscenze, abilità e attitudini per ottenere risultati osservabili". Lo sviluppo di **adeguate competenze ICT** specialistiche è una condizione cruciale per **la crescita digitale**, nel settore dei servizi pubblici online, per l'evoluzione dei prodotti manifatturieri, nonché per l'efficienza e l'evoluzione dei servizi.



COME CREARE UN LAVORO DI SQUADRA VIRTUALE, MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE E LA CONDIVISIONE DELLE RISORSE ONLINE PER UNA MIGLIORE COMUNICAZIONE ONLINE

Come sviluppare questa abilità

Workshop e attività per il team building virtuale e per riunioni online coinvolgenti

Durata: 60 minuti

- Obiettivi:**
- Comprendere gli strumenti e familiarizzare con il loro utilizzo
 - Leggere le pratiche di Management nel contesto dei team virtuali
 - Reinterpretare la Leadership nel contesto della gestione delle persone a distanza Identificare gli strumenti e le tecniche per gestire efficacemente una riunione virtuale Imparare le pratiche manageriali per creare un clima e un contesto adatti alla Collaborazione Virtuale
 - Conoscenze in uscita Conoscere e scegliere tra gli strumenti disponibili per la collaborazione virtuale
 - Gestire efficacemente una riunione virtuale Gestire efficacemente un team virtuale Programma didattico
 - Collaborazione virtuale: criticità e opportunità

1

Ice breakers per il team building virtuale

Le riunioni online possono richiedere del tempo per abituarsi, in particolare per i team che stanno passando al lavoro a distanza. Comunicare con i colleghi in un ambiente online può essere difficile a causa della mancanza di segnali fisici, di comunicazione non verbale e di tutte le potenziali distrazioni che si possono avere quando si lavora da casa o in un ufficio remoto. E come per ogni altra abilità, occorre fare pratica.

Rompere il ghiaccio e far sì che le persone si sentano a proprio agio nell'interazione reciproca è una parte fondamentale di qualsiasi sessione di lavoro efficace. Questo è particolarmente importante se si ha a che fare con un team nuovo o appena formato, in cui le persone non si conoscono ancora bene.

Una delle prime barriere che molti incontrano nelle riunioni online è quella di parlare: iniziando con un **rompighiaccio online inclusivo**, potete far superare a tutti questo ostacolo fin dall'inizio. Inoltre, aiutare il team a conoscersi e a sentirsi a proprio agio nel lavorare insieme virtualmente aiuta a gettare le basi per esercizi di sviluppo del team più profondi.



Icebreaking con l'attività I quattro quadranti

L'attività dei quattro quadranti è un esercizio creativo e visivo che rappresenta un ottimo modo per aiutare il gruppo a conoscersi e a incoraggiare le risposte personali. Si può usare con qualsiasi domanda che aiuti un team virtuale ad allinearsi, a conoscersi o a delineare sfide o opportunità di lavoro. È estremamente flessibile e funziona con team di qualsiasi composizione.

In un ambiente online, questo esercizio funziona bene utilizzando una lavagna online come Mural o Miro per raccogliere le risposte e far partecipare le persone in tempo reale. Si possono usare strumenti di disegno digitali o invitare i partecipanti a disegnare su carta e a caricare le foto sulla lavagna condivisa.

2

Apripista per allineare i team virtuali

Una delle sfide della costruzione di un team efficace è l'allineamento: se il gruppo non si muove nella stessa direzione o se ha idee fondamentalmente diverse su ciò che sta cercando di realizzare, questo può portare a conversazioni inefficaci e frustrazione. Questo aspetto è ancora più importante negli ambienti di lavoro remoti, dove i team virtuali non hanno gli stessi canali di comunicazione di un ufficio. L'allineamento di un team online dovrebbe essere una delle prime priorità e la creazione di uno spazio dedicato nell'agenda per l'allineamento del team merita tempo e impegno.

L'esercizio che segue è stato ideato per aiutare i team distribuiti ad allinearsi all'inizio della riunione virtuale e per impostare il tono della sessione successiva. Diamo un'occhiata!

Check-in check-out

Un team building virtuale efficace richiede la **presenza e il coinvolgimento** di tutti i partecipanti, sia in videoconferenza che nella vita reale. Se non si riesce a coinvolgere tutti fin dall'inizio o se non si ha l'opportunità di condividere le proprie sensazioni, il resto del workshop online può diventare difficile.

Incoraggiare i membri del team a riflettere e a elaborare mentalmente ciò che hanno fatto durante la sessione con un check-out è utile anche per incoraggiare il cambiamento e **l'autoconsapevolezza**. Check-in Check-out è un ottimo modo per concludere i workshop virtuali e incoraggiare tutti a condividere e portare se stessi alla sessione.



3

Attività per migliorare la collaborazione tra team virtuali

I grandi team hanno l'abitudine di riflettere sui progetti, sui processi di gruppo e sul modo in cui lavorano insieme come squadra. Le discussioni non strutturate su argomenti come i processi di lavoro o le dinamiche di squadra possono degenerare nella direzione sbagliata se non vengono inquadrare e facilitate in modo adeguato.

L'utilizzo di giochi di squadra, esercizi o attività per facilitare il processo di riflessione del team può aiutare a garantire che il team proceda in modo produttivo. In un ambiente online, cogliere l'opportunità di riflettere come gruppo è fondamentale per creare legami e migliorare la consapevolezza di ciascun membro del team.

Esercizio di potenziamento della forza

I membri di un team si conosceranno invariabilmente come prodotto secondario del lavoro insieme, ma questo è sufficiente per costruire il tipo di legami e relazioni che possono creare un team remoto di successo? Un momento dedicato a incoraggiare i partecipanti a condividere, riflettere e celebrare i successi dovrebbe essere parte integrante del vostro workshop sui team virtuali.

Con l'Esercizio di rafforzamento, incoraggerete la positività, l'apprezzamento reciproco e il rispetto tra i vostri collaboratori e contribuirete a costruire una **cultura di squadra produttiva**. Questo metodo è ottimo per stimolare l'energia positiva e creare uno spazio per il vostro team virtuale per celebrare gli altri e costruire un **gruppo sicuro e consapevole di sé**. Molte delle migliori attività per team remoti hanno benefici che vanno oltre il workshop e questo esercizio è tra i migliori!

4

Processi di gruppo per migliorare lo sviluppo dei team virtuali

Risolvere problemi o impegnarsi in un processo complesso come gruppo può essere un ottimo modo per rafforzare il team, risolvere problemi e migliorare le dinamiche di squadra. Gli obiettivi che coinvolgono l'intero gruppo possono incoraggiare la coesione mentre i partecipanti lavorano verso un obiettivo comune, e anche incoraggiare un lavoro di squadra più approfondito è una buona idea!

Può essere particolarmente efficace includere questo tipo di esercizi accanto ad alcune attività di team virtuale più leggere. Passare da una migliore conoscenza reciproca a un tempo dedicato allo sviluppo del team può essere un modo infallibile per sviluppare il team e avere risultati concreti alla fine. Diamo un'occhiata.

Sessione Team Canvas

Siete alla ricerca di un quadro di **allineamento dei team** che li aiuti a passare da zero a cento e a delineare il modo in cui desiderano crescere e lavorare insieme in futuro? La Team Canvas Session è un processo di gruppo progettato per allineare i team, aumentare la coesione e le prestazioni e creare rapidamente una cultura di squadra produttiva.

Questa sessione può essere svolta come workshop autonomo per il team o come parte di una sessione più ampia di definizione e cultura del team e si adatta molto bene agli **ambienti online** utilizzando una lavagna online. Se state cercando di aiutare un team ad allinearsi e a riunirsi intorno a obiettivi e valori condivisi e non disponete di un playbook esistente, la Team Canvas Session è un modo efficace per avviare il processo e coprire tutte le basi.

5 Attività di comunicazione del team virtuale

Chiunque lavori in un team sa quanto sia importante la comunicazione: quando è buona, il team lavora come un orologio e si ha la sensazione di poter raggiungere qualsiasi obiettivo; quando è cattiva, i compiti richiedono il doppio del tempo, le cose si perdono e le persone si sentono frustrate.

I team virtuali, il cui metodo di comunicazione principale potrebbe essere Slack o l'e-mail, devono considerare soprattutto il modo in cui comunicano e lavorano insieme. Alcune cose che si possono capire facilmente con una comunicazione verbale potrebbero non essere chiare in un testo e, quando si lavora insieme online, è importante avere buoni standard di comunicazione per mantenere le cose in modo efficace.

Una documentazione adeguata e trasparente, riunioni di avvio e retrospettive sono solo una parte del puzzle. Per ottenere risultati concreti, è necessario combinare questi elementi con **l'apprendimento esperienziale** e con **esercizi di comunicazione a distanza**. Le attività di comunicazione di gruppo, come quelle descritte di seguito, sono ideali per aiutare i membri dei team virtuali a riflettere su come migliorare la comunicazione



Disegno cieco

Qualunque sia l'organizzazione, i team hanno invariabilmente membri con competenze e basi di conoscenza diverse. Una delle sfide della comunicazione di gruppo si presenta quando un membro del team cerca di spiegare un **concetto sconosciuto** a un altro membro del team. Se i team non sono bravi a comunicare, questo processo può essere frustrante per entrambe le parti.

Nel disegno alla cieca, una persona deve **descrivere un oggetto** e un'altra deve disegnarlo con precisione partendo solo da questa descrizione. La regola è che la persona che descrive l'oggetto non può dire nulla che faccia capire chiaramente cosa sia l'oggetto o a cosa sia strettamente legato. Per esempio, se si descrive un albero, si potrebbe dire: "È un cilindro alto con fulmini che escono da ogni estremità, una serie di fulmini che si diffondono nell'aria e l'altra che si conficcano nel terreno. Ha una pelle ruvida e segnata dalle intemperie, e alle estremità di ogni forcilla di fulmini ci sono centinaia di bambini che crescono finché non sono pronti a cadere".

È un **esercizio divertente** per vedere come le persone interpretano le istruzioni astratte, ma mostra anche come ciò che può essere ovvio per una persona non lo è per un'altra, e sottolinea la necessità di una comunicazione chiara ed efficace.

6

Attività divertenti per team virtuali

La maggior parte degli esercizi e delle attività che faciliterete durante una sessione online avranno **in mente obiettivi e risultati definitivi**, come lo sviluppo di particolari abilità o la risoluzione di problemi.

Quando progettate i workshop, ricordate che **migliorare la connessione tra i team** è un risultato fattibile e utile. Divertirsi e relazionarsi con i propri compagni di squadra è una parte vitale dell'essere un membro produttivo del team, e vale la pena ricordare che è utile fare qualche esercizio divertente con il proprio team per rilassarsi, relazionarsi e conoscersi un po' meglio.

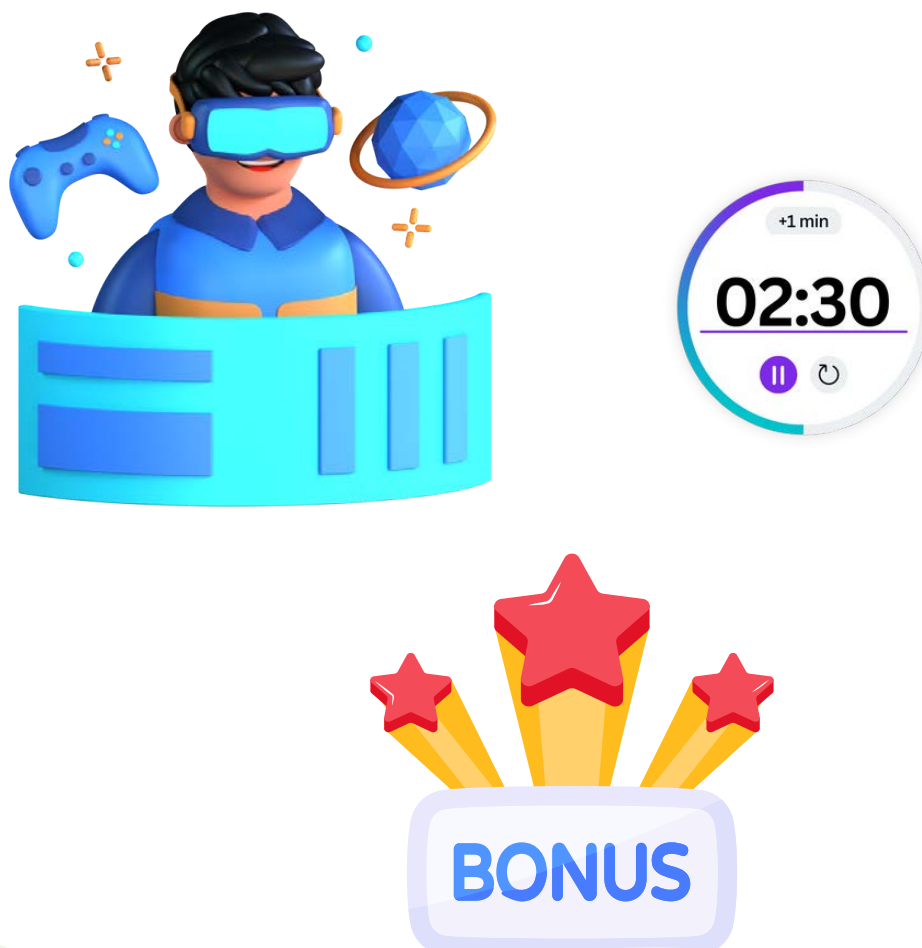


Caccia al tesoro virtuale

Lavorare per raggiungere **obiettivi condivisi** e dimostrare i valori del team nel corso di un esercizio è un'ottima pratica per affrontare progetti aziendali complessi; se poi ci si può divertire, ancora meglio! La caccia al tesoro virtuale è un'ottima attività di squadra per Zoom e una lavagna online, che incoraggia i team a essere creativi, non competitivi e a lavorare insieme per ottenere il miglior risultato possibile.

Iniziate creando un **elenco di oggetti** da trovare online. Poi, dividete la squadra in gruppi per andare a cercare gli oggetti e raccogliarli nel tempo stabilito. Punti bonus per incoraggiare l'uso di strumenti, forme e media diversi e per consentire ai team di essere creativi nel trovare gli oggetti per la caccia al tesoro online.

Abbiamo scoperto che la presenza di una **sezione di debriefing** e la creazione di un elenco quasi irrealizzabile nel periodo di tempo assegnato aiutano a mantenere alta la posta in gioco e a chiedere al team di stabilire le priorità e comunicare in modo efficace. È anche divertente vedere cosa hanno realizzato i diversi gruppi alla fine!



Conclusioni

In conclusione, è essenziale adattare **le strategie di team building** per rispondere alle esigenze specifiche dei giovani NEET che fanno parte di team virtuali. Sebbene i team virtuali siano diventati una pratica comune nella forza lavoro di oggi, spesso mancano le interazioni regolari faccia a faccia che facilitano la costruzione del team nei progetti tradizionali in sede.

Riconoscendo le **sfide** uniche affrontate dai giovani NEET nei team virtuali, è fondamentale fornire materiali di formazione e apprendimento mirati che rispondano alle loro esigenze. Questi materiali non dovrebbero concentrarsi solo sulla costruzione di competenze tecniche, ma anche sottolineare l'importanza di competenze trasversali come la comunicazione efficace, la collaborazione e la costruzione di relazioni all'interno dell'ambiente dei team virtuali.





COME CREARE UN LAVORO DI SQUADRA VIRTUALE, MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE E LA CONDIVISIONE DELLE RISORSE ONLINE PER UNA MIGLIORE COMUNICAZIONE ONLINE

Bibliografia

Blake, R.R, and Mouton, J.S. (1964). The managerial grid. Houston: Gulf Publishing Company.

Curtis, B., Hefley, W., and Miller, S. (2001). People capability maturity model® (P-CMM®). Version 2.0, CMU//SEI-2001-MM-01. Pittsburgh: Carnegie Mellon University.

Drouin, N., Bourgault, M. and Sauders, S.B. (2009) "Investigation of contextual factors in shaping HR approaches and determining the success of international joint venture projects: Evidence from the Canadian telecom industry." International Journal of Project Management. 27, pp. 344-354.

Delisle, C.L., Thomas J., Jugdev, K, and Buckle, P., (2001). Virtual project teaming to bridge the distance: a case study, in Proceedings of the 32nd Annual Project Management Institute 2001 Seminars and Symposium, Nashville.

Flannes, S. W. and Levin, G. (2005). Essential people skills for project managers. Vienna, VA: Management Concepts.

Flannes, S.W. and Levin, G. (2001). People skills for project managers. Vienna, VA; Management Concepts.

Godin, S. (1995). Wisdom, Inc. New York: HarperCollins Publishers, Inc.

Katzenbach, J.R. and Smith, D.K., (1994) The wisdom of teams, New York: HarperBusiness.

Kolby, J. (2000) Vocabulary 4000: The 4000 words essential for an educated vocabulary. Los Angeles: Nova Press.



COME CREARE UN LAVORO DI SQUADRA VIRTUALE, MIGLIORARE L'ORGANIZZAZIONE E LA CONDIVISIONE DELLE RISORSE ONLINE PER UNA MIGLIORE COMUNICAZIONE ONLINE

Mayer, M. (1998) *The virtual edge*, Newtown Square, PA: Project Management Institute.

Mehrabian, A. (1968). *Communication without words*, *Psychology Today*, pp. 53-55, September.

Parker, G.M., (1994) *Cross-functional teams*. San Francisco: Jossey-Bass.

Project Management Institute (2008a). *A guide to the project management body of knowledge fourth edition (PMBOK® Guide)*. Newtown Square, PA: Project Management Institute.

Project Management Institute (2008b). *The standard for program management second edition*. Newtown Square, PA: Project Management Institute.

Rad, P.F. and Levin, G. (2003). *Achieving project management success using virtual teams*. Boca Raton, FL: J. Ross Publishing.

Schein, E. (1990) *Career anchors: discovering your real values*. San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



CAPITOLO V

COME OTTENERE UNA GESTIONE EFFICACE DEL TEMPO ONLINE E RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI?



R3: QUADRO DELLE SOFT SKILL DIGITALI DEL LIBRO GUIDA

2021-2-TR01-KA220-YOU-000047996





Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi

Euronet (Italia)

Introduzione

Al giorno d'oggi, la nostra giornata lavorativa è continuamente interrotta da strumenti, notifiche, e-mail, social media e quant'altro. Nell'era dell'economia della distrazione, il caos è diventato la norma.

È praticamente impossibile concentrarsi sulle cose importanti o sapere se si sta dando priorità alle attività giuste al momento giusto.

Le intenzioni della giornata lavorativa vengono sacrificate a favore di attività ad alta priorità, messaggi che sembrano urgenti e notifiche continue. L'80% dei lavoratori della conoscenza ha dichiarato di tenere d'occhio la casella di posta elettronica e altre app di comunicazione per tenere il passo con le attività lavorative.

Il risultato è che i dipendenti sono **meno efficaci**, il che porta a messaggi mancati, azioni mancate e scadenze non rispettate.

I modelli di gestione del tempo possono aiutarvi a recuperare il tempo e a diventare più consapevoli della vostra routine quotidiana. Invece di lasciare che sia la lista delle cose da fare a dirvi come impiegare il vostro tempo, potete usare le strategie di gestione del tempo per stabilire intenzionalmente le vostre priorità quotidiane e concentrarvi su ciò che conta di più.

Non esiste un metodo universale per gestire il tempo. In questo capitolo esamineremo diciotto **diversi consigli, strategie e soluzioni rapide** per aiutarvi a riprendere il controllo delle vostre attività e del vostro tempo.

La gestione del tempo è la **pratica di gestire le attività** in modo da garantire che il tempo sia utilizzato nel modo più intenzionale possibile. La gestione del tempo può aumentare la produttività, ma il più grande vantaggio di una gestione efficace è la possibilità di gestire meglio le priorità della giornata e di avere tempo per riposare e prendersi cura di se stessi.



Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi

Obiettivi formativi

Alla fine di questa lezione, imparerete come:

- Dedicate più tempo alla vostra giornata;
- Definite i confini tra lavoro e tempo per voi stessi;
- Trasferire ai partecipanti una metodologia per definire le proprie priorità;
- Sviluppare modelli e scenari attraverso i quali orientare il proprio processo decisionale;
- Migliorare le capacità di auto-organizzazione;
- Chiarire il ruolo delle abitudini e come superarle positivamente;
- Capire come identificare e gestire i "vampiri del tempo";
- Definire individualmente un piano d'azione per l'applicazione di quanto appreso;
- Ridurre lo stress;
- Aumentare la produttività.





Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi

Capacità di gestione del tempo

Le abilità di gestione del tempo aiutano le persone a lavorare in modo più produttivo, a ridurre lo stress e a migliorare i risultati complessivi nelle situazioni accademiche, nel lavoro, negli affari e persino nel tempo libero. Costruendo **migliori abitudini di gestione del tempo**, è possibile essere più consapevoli di come si impiega il proprio tempo e imparare a stabilire le priorità e a lavorare in modo più efficace. In questo capitolo potrete imparare a essere più produttivi, il che potrebbe tornarvi utile anche per la gestione del tempo.

Durante la pandemia e il conseguente aumento del lavoro a domicilio, la gestione efficace del tempo non è mai stata così importante per le persone. Man mano che la linea di demarcazione tra lavoro e vita domestica si è attenuata, è diventato ancora più essenziale per lavoratori, studenti e famiglie essere in grado di pianificare le proprie giornate in modo efficace. **Lavorare in modo più intelligente**, non necessariamente più duro, è diventato l'obiettivo di molti.

Gli studenti, soprattutto quelli che hanno altri impegni come la famiglia o il lavoro, traggono beneficio dall'adozione di tecniche di gestione del tempo per mantenere i loro studi in carreggiata. Il miglioramento di queste tecniche aiuta a rafforzare la fiducia negli studi e consente di sviluppare le abilità di tutta la vita nell'imparare a dare priorità ai compiti urgenti e a quelli che possono aspettare. Ciò è vantaggioso non solo per i loro studi immediati, ma anche per la loro vita lavorativa.

La gestione del tempo può essere affrontata da **due punti di vista diversi**, quello che ci insegna a gestire tutti i momenti e i comportamenti della nostra giornata e quello puramente organizzativo che si basa fondamentalmente sulla gestione efficiente dell'agenda.

Nel primo caso, il lavoratore, il manager e persino lo studente, ciascuno adattando il metodo alle proprie esigenze e peculiarità, devono adottare una serie di comportamenti virtuosi che dovrebbero permetterci non solo di migliorare la nostra giornata lavorativa ma anche la nostra intera esistenza.

In sostanza, si può riassumere dicendo che all'inizio di ogni giornata, oltre ad avere un numero limitato di minuti a disposizione, abbiamo anche una certa quantità di energia mentale da utilizzare correttamente.

L'obiettivo primario delle tecniche di gestione del tempo, quindi, diventa quello di mettere in atto una serie di comportamenti virtuosi che ci permettano di non sprecare le nostre energie mentali, evitando ovviamente tutte quelle cattive abitudini che dissolvono le nostre energie, rendendo difficile **la realizzazione professionale e personale**.

Oltre a mettere in atto una serie di routine quotidiane che ci permettono di iniziare le nostre giornate nel modo giusto, con la massima carica di energia possibile, l'obiettivo delle tecniche di gestione del tempo è volto a ridurre lo spreco di tale energia. Le nostre energie mentali e il nostro tempo sono quotidianamente divorati da vari "mangiatempo" che le tecniche di gestione del tempo ci insegnano a evitare o a gestire.

Lo stress e le distrazioni virtuali non sono certo i più comuni "divoratori di tempo" che ci impediscono di avere una giornata e una vita piena, produttiva e appagante. Lo stress provoca un eccessivo dispendio di energia nervosa, aumenta la stanchezza e ci rende inefficienti sul lavoro e insoddisfatti nella vita.

È una risposta psicologica e fisiologica che l'organismo mette in atto nei confronti di compiti, difficoltà o eventi della vita giudicati eccessivi o pericolosi. La sensazione che si prova in una situazione di stress è quella di trovarsi di fronte a una forte pressione mentale ed emotiva, di non riuscire a far fronte agli eventi e di essere sopraffatti e impotenti di fronte a impegni, percepiti come superiori alle proprie possibilità di gestione.

Tutto questo a volte accade a causa di una distorsione temporale del modo in cui il nostro cervello percepisce il tempo a disposizione per svolgere i compiti che ci vengono assegnati. La nostra mente, pensando intensamente a tutte le attività che dobbiamo svolgere, si convince di dover fare tutto il lavoro nello stesso momento e genera forti reazioni emotive nel nostro corpo.

Per **combattere efficacemente lo stress**, bisogna cercare di avere una percezione realistica degli impegni e delle attività da svolgere. All'inizio di ogni settimana e di ogni giornata lavorativa, dobbiamo fare in modo di percepire i nostri impegni per la loro reale dimensione e importanza.





Cerchiamo di ridurre **gli impegni in agenda**. Possiamo preparare una lista su un foglio di carta in cui elencare tutte le attività, gli impegni professionali e personali che dobbiamo svolgere in un determinato periodo di tempo. Assegniamo un punteggio da 10 a 1 (quindi dalle attività molto importanti a quelle per nulla importanti) a tutto ciò che abbiamo scritto sul foglio.

Il fatto stesso di aver trasferito i nostri impegni su carta ce li farà percepire in modo più razionale. Identificando i progetti importanti e quelli che non lo sono, è ovvio che abbiamo già un'altra soluzione al nostro problema di stress. Eliminiamo **dall'elenco tutte le attività** a cui abbiamo assegnato un punteggio inferiore a sette. Questo ci permetterà di affrontare con maggiore consapevolezza le attività veramente importanti della nostra vita, riducendo il senso di stress che ci fa gestire il nostro tempo in modo improduttivo.

Infine, per gli impegni che non abbiamo barrato, capiamo quando devono essere portati a termine, definiamo quante ore di lavoro richiede il loro corretto svolgimento e infine definiamo anche la loro importanza nel contesto, non solo del nostro lavoro, ma anche della nostra vita. Nel momento in cui riusciamo a identificare ciascuno dei nostri impegni nelle sue reali dimensioni temporali, il senso di sopraffazione diminuisce.

Strategie di gestione del tempo

Uno dei modi più semplici per sviluppare le capacità di gestione del tempo è adottare una strategia comprovata nella vostra routine quotidiana. Le strategie di gestione del tempo possono aiutarvi a **stabilire dei limiti di tempo** per i compiti e ad affrontarli uno alla volta, oltre a darvi la possibilità di pianificare la vostra giornata con maggiore intenzionalità.

1. Timeboxing

Il timeboxing è una strategia di gestione del tempo basata sugli obiettivi, che prevede il completamento dei compiti entro "caselle di tempo". Questa strategia è particolarmente efficace se non si sa quanto tempo ci vuole per completare un compito e si vuole affrontare la lista delle cose da fare con maggiore intenzione.

Il timeboxing aiuta a suddividere i compiti più impegnativi in **parti più piccole**, per portarli a termine in un tempo ragionevole. Ogni attività dovrebbe avere un proprio timebox di tre ore. Ad esempio, se state scrivendo un post per il blog, potreste creare un timebox di due ore per scrivere le vostre idee generali. Dopo una pausa, si può creare un ulteriore timebox di tre ore per iniziare a scrivere la prima bozza. Suddividendo l'attività in parti più piccole, si può raggiungere l'obiettivo passo dopo passo, nell'arco di giorni o settimane.

2. Time blocking

Il time blocking è simile al timeboxing, ma invece di **programmare la durata** di ogni singola attività, vi allenate a bloccare sul calendario periodi definiti per completare le attività. Quando utilizzate il time blocking per programmare le vostre attività, dividete efficacemente la vostra settimana lavorativa in periodi di tempo che utilizzerete per lavorare su progetti, comunicare con i colleghi, fare una pausa o persino fare esercizio fisico. Il blocco del tempo può aiutarvi a lavorare in modo più fluido e in uno stato di concentrazione assoluta, chiamato lavoro profondo, che vi permette di concentrarvi senza interruzioni.

Per creare un blocco di tempo, iniziate a capire quali **sono le vostre priorità quotidiane** e settimanali. In seguito, raggruppate compiti simili in modo da poterli svolgere in un blocco di tempo. Infine, allenatevi a programmare nel calendario blocchi di tempo in cui concentrarvi, in modo da poterli rispettare.

3. Tecnica del Pomodoro

La Tecnica del Pomodoro è simile al timeboxing e al time blocking e aiuta ad affrontare il lavoro suddividendolo in brevi periodi di tempo, al termine dei quali è possibile fare delle pause. Questa strategia di gestione del tempo è particolarmente utile perché incoraggia attivamente a fare pause regolari, con effetti positivi sulla motivazione intrinseca e sul cervello. Infatti, secondo alcuni studi, le pause rendono le persone più creative.

Per utilizzare la Tecnica del Pomodoro, è necessario disporre di un timer, di un elenco di cose da fare con priorità e della possibilità di "silenziare" le notifiche. Iniziate impostando **25 minuti** sul timer e cercate di dedicare questo tempo a una sola attività, evitando di leggere i messaggi di testo e di controllare i social media. Una volta scaduto il tempo, fate una **pausa di cinque minuti**. L'ideale sarebbe cercare di fare un po' di attività fisica durante la pausa, come alzarsi per uno spuntino o fare stretching, ma è accettabile dare un'occhiata ai dispositivi o vedere se si sono ricevuti messaggi importanti mentre si lavora all'attività.

Ripetete il ciclo di 25 minuti di lavoro seguito da una pausa di cinque minuti per quattro volte. Dopo la quarta sessione di lavoro, fate una pausa più lunga, di circa **20-30 minuti**.





4. Mordere la pallottola

Mark Twain una volta disse: "Se devi mordere il proiettile, assicurati che sia la prima cosa al mattino". La strategia di gestione del tempo chiamata "ingoiare il rospo" si ispira a questa citazione e vi incoraggia ad **affrontare presto i compiti più importanti o complessi**, prima di iniziare a lavorare su quelli meno importanti o meno urgenti. Questa strategia è particolarmente utile se dividete le vostre giornate tra attività regolari, quotidiane e ad alta priorità.

Utilizzando il metodo del morso alla pallottola, potete assicurarvi di portare a termine le cose più importanti ogni giorno. Per iniziare questa strategia di gestione del tempo, assicuratevi di tenere traccia delle vostre attività e priorità con uno **strumento centralizzato**. Cercate un modo per collegare le vostre attività quotidiane agli obiettivi aziendali. In questo modo potrete identificare meglio le attività prioritarie e assicurarvi di portarle a termine per prime. Poi, una volta che vi siete presi la briga, potete iniziare a fare il resto del lavoro.

5. Principio di Pareto

Se mangiare un boccone di prima mattina non vi piace, potreste preferire la strategia di gestione del tempo chiamata Principio di Pareto. Il Principio di Pareto è l'opposto del metodo descritto sopra, infatti questa strategia vi incoraggia a **completare prima i compiti che richiedono meno tempo**, in modo da avere un senso di realizzazione e motivazione all'inizio della giornata.

Il Principio di Pareto, chiamato anche "legge dell'80/20", ha una regola fondamentale: Dedicare il 20% del proprio tempo all'80% del lavoro. Se riuscite a completare l'80% dei compiti in modo sufficientemente rapido, avrete più tempo per affrontare il 20% dei compiti che occupano l'80% del vostro tempo.

6. Detto, fatto!

Il metodo Detto, fatto! È stato inventato da David Allen nei primi anni 2000. Secondo Allen, il primo passo per portare a termine un compito è scrivere tutti i passaggi necessari per completarlo. Evitando di sovraccaricare il cervello con l'uso di strumenti di gestione delle attività, ci si può concentrare sul portare a termine le cose, piuttosto che ricordare cosa fare.

Per usare il metodo Said, Done! raccogliete tutte le vostre **attività imminenti** in un unico posto. Poi, una volta scritto tutto quello che dovete fare, fate una cernita e stabilite le priorità. Ad esempio, potrebbero esserci attività che non dovete più fare (che vanno nel "cestino"), attività che dovete fare ma non ora (che vanno in un progetto o in una cartella chiamata "Più tardi"), attività che dipendono da altri, ecc. Lo strumento dovrebbe mostrare tutti i dettagli, il vostro compito è invece quello di completare le attività.



Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi

Impatto e benefici

Avere strategie di gestione del tempo di qualità può aiutare a organizzare e dare priorità ai compiti per ottenere diversi vantaggi, come quelli indicati di seguito:

1. Sentire di avere più tempo a disposizione nella giornata. Se si organizza il proprio tempo in modo intenzionale, si può essere in grado di limitare il numero di attività non necessarie, di eliminare le priorità per le attività che non devono essere completate in un giorno e di ottenere più cose in meno tempo. Non significa che avrete più tempo, ma che sarà più facile fare di più nello stesso tempo.

2. Definire i confini tra lavoro e tempo per voi stessi. Migliorare la gestione del tempo non significa solo ottimizzare ogni secondo a favore della produttività lavorativa. Piuttosto, queste strategie possono aiutarvi a portare a termine i compiti più importanti e a identificare quelli che possono aspettare fino a domani. Dando priorità al lavoro che deve essere completato oggi e chiarendo quali compiti possono essere rimandati, sarete anche in grado di definire i confini tra lavoro e tempo per voi.

3. Ridurre lo stress. Senza una gestione efficace del tempo, può sembrare di non avere mai abbastanza tempo nella giornata lavorativa. Potreste avere la sensazione di correre avanti e indietro per risolvere i problemi, una situazione che potrebbe portare a un aumento dello stress e, in ultima analisi, al burnout. Infatti, secondo l'Anatomy of Work Index, il 71% dei lavoratori della conoscenza ha provato il burnout almeno una volta nel corso del 2020.

4. Aumentare la produttività. Esistono diversi consigli per la gestione del tempo che vi aiuteranno a ridurre la procrastinazione e ad aumentare la produttività. Identificando le principali priorità della giornata, non solo migliorerete la vostra produttività, ma anche la vostra sensazione di lavorare ogni giorno sui compiti giusti.

5. Eliminare le cattive abitudini. Nessuno vuole procrastinare. Tuttavia, col tempo le cattive abitudini possono radicarsi e ostacolare il lavoro ad alto impatto. (Credeteci, ci siamo già passati). Le strategie di gestione del tempo possono aiutarvi a identificare le cattive abitudini e a eliminarle.

Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi

Conseguenze

In un mondo del lavoro in cui la pressione per gli **alti livelli di competizione e le maggiori aspettative** in termini di prestazioni e orari sono sempre più elevate, il rischio di stress lavoro-correlato rappresenta una delle sfide più importanti nella gestione della salute e della sicurezza nelle aziende.

Uno dei fattori che contribuiscono ad aumentare il livello di stress lavorativo è legato alla **gestione del tempo**: le difficoltà che incontriamo nel pianificare i compiti lavorativi possono portarci ad ansia, stanchezza, depressione e disturbi fisici.

Una corretta gestione del tempo è essenziale per massimizzare **l'efficacia, l'efficienza e la produttività** in un ambiente aziendale.





Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi

Come sviluppare questa abilità

Workshop e attività per la gestione del tempo

Durata: 90 minuti

- Attività:**
- Il valore monetario del tempo
 - Il barattolo di Mayo
 - \$86,400
 - Asso di picche
 - "Sfida del puzzle "Big Picture"

1

Il valore monetario del tempo

Se avete solo un'ora di tempo - e soprattutto per un pubblico aziendale - concentratevi sulla creazione di una nuova mentalità concettuale chiamata "valore monetario del tempo". Chiedete ai partecipanti di suddividere le loro attività in centri di costo e di profitto e di concentrarsi sull'investimento del loro tempo in quelle attività che producono il massimo valore per loro e per l'azienda.

2

Il barattolo di Mayo

Dividete il gruppo in squadre e date a ciascuna un grande contenitore di vetro. Il barattolo Mayo deve essere riempito con il maggior numero possibile di materiali. Il materiale può essere costituito da rocce, sassi, ghiaia, sabbia, ecc. (ma si può usare qualsiasi cosa). I materiali più grandi devono essere messi nel contenitore per primi e poi seguiti da quello successivo più grande, e così via... In questo ordine, dovrete essere in grado di inserire il maggior numero di materiali nel contenitore.

Potete trovare la vostra conclusione per l'attività in base alle vostre esigenze. Le rocce (a causa delle dimensioni) sarebbero gli elementi più importanti da completare. (La ghiaia può essere il progetto da completare. La sabbia potrebbe essere il lavoro extra che vi è stato appena assegnato.

Lascio che i gruppi riempiano il proprio contenitore senza istruzioni dettagliate. Dico loro di riempire i contenitori con il maggior numero di materiali possibile. Poi parliamo dell'ordine che hanno scelto. Se avevano un ordine... e cosa rappresentano i materiali per loro... ecc. Uso questa comunicazione per introdurre la formazione.



3 \$86,400

Dite ai partecipanti che hanno 86.400,00 dollari da spendere come vogliono. Le uniche restrizioni sono che non possono mettere in banca il denaro e che se non lo usano lo perdono. Discutiamo poi del perché e del come hanno speso i soldi nel modo in cui li hannospesi. Dico loro che 86.400 è il numero di secondi che abbiamo a disposizione ogni giorno e che il più delle volte dovrebbero pensare a spendere il loro tempo in cose importanti per loro, come hanno fatto con i loro soldi.

4 Asso di picche

Questo esercizio richiede due volontari e due mazzi di carte da gioco. Do un mazzo di carte a ciascun volontario e poi li faccio gareggiare per trovare l'Asso di picche. Quello che non sanno è che un mazzo è in ordine dall'asso al re, nei semi corretti e tutti rivolti nella stessa direzione. L'altro mazzo è tutto mischiato e alcune carte sono rivolte in avanti e altre all'indietro, rendendo molto più difficile trovare l'Asso di picche. Si divertono a gareggiare, ma di solito la persona con il mazzo misto si sente frustrata o si lamenta che non è giusto. È divertente e un buon modo per mettere in relazione le buone capacità organizzative con la gestione del tempo. "Adatto a tutte le età;

5 "Sfida del puzzle "Big Picture

La sfida: Dividete il gruppo in squadre. Date a ogni squadra un puzzle con un livello di difficoltà simile. Non date loro il "quadro generale" di come sarà una volta completato.

Incoraggiateli a completare il puzzle il più rapidamente possibile. Interrompete il processo dopo circa 3 minuti e chiedete: "Cosa manca? Cosa lo rende difficile?". È probabile che identifichino l'assenza del "quadro generale" completato da usare come guida. Dopo aver dato loro il quadro generale, chiedete loro di completare il puzzle. Ora lo faranno molto più velocemente.

Debrief: Spiegare che avere la prospettiva e la chiarezza del quadro generale aiuta a pianificare le attività settimanali e quotidiane in modo molto più efficace. Se non c'è una visione d'insieme, il tempo viene speso per le urgenze, i gusti e ciò che gli altri vogliono che si faccia.

Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi

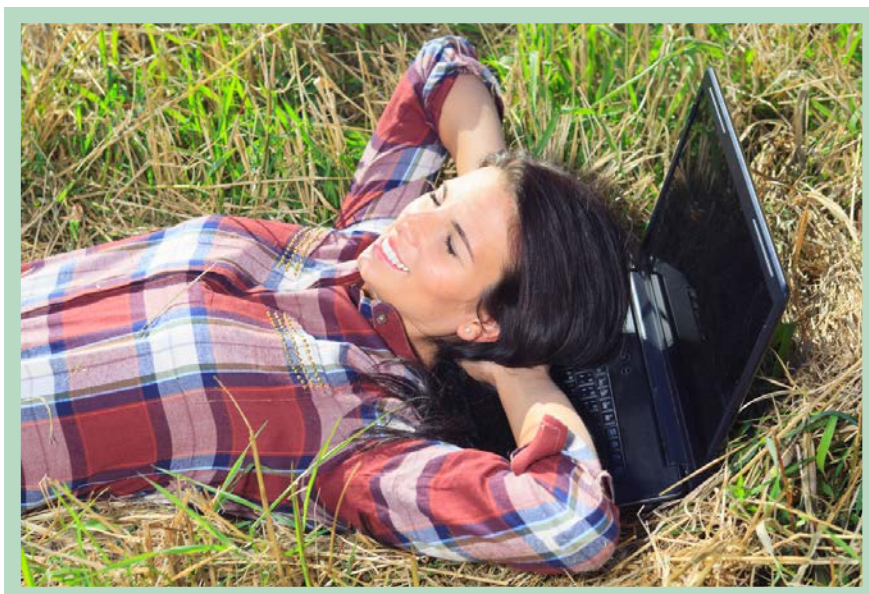
Conclusioni

Qualunque siano le strategie di gestione del tempo che utilizzate, prendetevi del tempo per valutare come hanno funzionato per voi.

Avete un **sano equilibrio tra lavoro e vita domestica**? Riuscite a portare a termine i compiti più importanti della vostra vita? State investendo abbastanza tempo nel vostro benessere personale?

Se la risposta è "no" a una di queste domande, rivalutate le vostre strategie di gestione del tempo e passate a quelle che funzionano meglio per voi. Una gestione efficace del tempo porta a una **maggiore felicità personale**, a maggiori risultati a casa e al lavoro e a un futuro più soddisfacente.

Questo capitolo ha presentato le strategie per la gestione del tempo e ha presentato varie strategie per l'implementazione della formazione dei benefici e del materiale didattico per migliorare questa abilità, principalmente per un target di NEET.





Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi

Bigliografia

Adams, G. A., & Jex, S. M. (1997). Confirmatory factor analysis of the time management behaviour scale. Psychological Reports, 80, 225-226.

Barling, J., Kelloway, E. K., & Cheung, D. (1996). Time management and achievement striving interact to predict car sale performance. Journal of Applied Psychology, 81, 821-826.

Baruch, E., Bruno, J., & Horn, L. (1987) Dimensions of time use attitudes among middle high SES students. Social Behaviour & Personality: An International Journal, 15, 1-12. Retrieved from <http://www.sbp-journal.com/>

Bond, M. & Feather, N. (1988). Some correlates of structure and purpose in the use of time. Journal of Personality and Social Psychology, 55, 321-329.

Britton, B. K., & Tesser, A. (1991). Effects of time-management practices on college grades. Journal of Educational Psychology, 83 , 405-410.

Burack, O. R., & Lachman, M. E. (1996). The effects of list-making on recall in young and elderly adults. Journal of Gerontology, 51, 226-233. doi: 10.1093/geronb/51B.4.P226

Cannon, R. (1996). Time management: A review of issues and strategies for academic staff. University of Wollongong Teaching & Learning Journal, 3(1), 37-44.

Cemaloglu, N., & Filiz, S. (2010). The relation between time management skills and academic achievement of potential teachers. [Research Quarterly], 33, 3-23.

Claessens, B. J. C., van Erde, W., Rutte, C. G. & Roe, R. A. (2005). A review of the time management literature. Personnel Review, 36, 255-276.

Craig, L. & Bittman, M. (2008). The incremental time costs of children: An analysis of children's impact on adult time use in Australia. Feminist Economics, 14, 59-88.



Come ottenere una gestione efficace del tempo online e raggiungere gli obiettivi

Douglas, H. E., Bore, M., & Munro, D. (2016). Coping with university education: The relationships of time management behaviour and work engagement with the five factor model aspects. *Learning and Individual Differences*, 45, 268–274.

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1041608015300340>

Duffin, C. (2009). Community nurses find an extra five hours. *Primary Health Care*, 19, 8-9.

Eldeleklioglu, J., Yilmaz, A., & Gultekin, F. (2010). Investigation of teacher trainee's psychological well-being in terms of time management. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 342-348. doi:10.1016/j.sbspro.2010.03.022

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042810000625>

Esters, I. G. & Castellanos, E. F. (1998). Time management behavior as a predictor of role-related stress: Implications for school counselors. Paper presented at the 27th Annual Meeting of the Mid-South Educational Research Association (November), New Orleans, LA.

http://www.eric.ed.gov/ERICDocs/data/ericdocs2sql/content_storage_01/0000019b/80/17/6d/5a.pdf

Ferrar, K. E., Olds, T. S., & Walters, J. L. (2012). All the stereotypes confirmed: Differences in how Australian boys and girls use their time. *Health Education & Behavior*, 39, 589-595.

Ferrari, J., Özer, B.U., & Demir, A. (2009). Chronic procrastination among Turkish adults. *Journal of Social Psychology*, 149, 302-308.

Francis-Smythe, J. A. & Robertson, I. T. (1999). Time-related individual differences. *Time & Society*, 8, 273-292.

Garcia-Ros, R., Perez-Gonzalez, F., & Hinojosa, E. (2004). The construction and evaluation of a time management scale with Spanish high school students. *School Psychology International*, 25(2), 167-183.

Green, L. V., Kolesar, P. J., & Ward, W. (2007). Coping with time-varying demand when setting staffing requirements for a service system. *Production and Operations Management*, 16, 13-39.



LIBRO GUIDA PER FORMATORI PER MIGLIORARE LE SOFT SKILLES DIGITALI DEI GIOVANI

www.digi4you.eu

