

Toolkit N°1

Platforme online și seminarii web: formare inovatoare pentru competențe digitale în afaceri și tranziția ecologică



Co-funded by
the European Union

Proiectul Transform Together Fund este cofinanțat de UE. Punctele de vedere și opiniile prezentate în cadrul acestuia aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu le reflectă neapărat pe cele ale Uniunii Europene sau ale Comisiei Europene. Uniunea Europeană sau Comisia Europeană nu poate fi trasă la răspundere pentru acestea.

Inovații sociale pentru o tranziție ecologică și digitală echitabilă, un proiect din cadrul Fondului Transform Together

PROBLEMĂ

Se observă că grupurile țintă cheie ale economiei sociale sunt lăsate în urmă de tranziția ecologică și digitală în Europa. Acest lucru este valabil în special pentru cei mai vulnerabili: microîntreprinzători, persoane cu venituri mici, migranți, femei. Aceștia le lipsesc cunoștințele și competențele necesare pentru a introduce soluții digitale și/sau ecologice care le-ar putea extinde afacerea și/sau le-ar putea face mai rezistente la schimbările climatice și la amenințările de mediu.

SOLUȚIE

Proiectul Transform Together Fund a abordat aceste probleme prin sprijinirea actorilor din domeniul finanțelor sociale în conceperea, testarea și implementarea soluțiilor care pot ajuta grupurile țintă să reducă decalajul.

În acest set de instrumente prezentăm zece organizații avangardiste (Adie - Franța, Confeserfidi - Italia, Coopfin - Italia, FAER - România, FDPA - Polonia, Microlab - Italia, Filbo/OMRO - România, SIS Credit - Bulgaria, 3Bank - Serbia, Patria Credit - România), care au dezvoltat soluții practice pentru a sprijini microîntreprinzătorii și fermierii - în special cei din grupurile vulnerabile - în consolidarea capacităților lor ecologice și digitale.

[Proiectul Transform Together Fund](#), Cofinanțat de Uniunea Europeană, a fost derulat de Microfinance Centre (MFC) și Cerise+SPTF în perioada august 2023 - iulie 2025. Nouă organizații au primit granturi de până la 50 000 EUR pentru a testa inițiative pilot în diverse contexte locale și, în plus, Patria Credit a împărtășit cu proiectul povestea sa inspirată de creare de parteneriate și inițiative inovatoare.

În plus față de finanțare, MFC și Cerise+SPTF au oferit beneficiarilor de granturi oportunități de a participa la cursuri de formare și la schimburi între egali, cu întâlniri la fața locului în Paris, Varșovia și Bruxelles, învățare lunară între egali, sesiuni trimestriale de coaching și sprijin periodic.

Importanța dezvoltării competențelor în domeniul afacerilor digitale pentru grupurile vulnerabile

Antreprenorii navighează pe calea transformării digitale cu un amestec de succese și provocări. Cu toate acestea, progresele rămân lente, în special pentru microîntreprinzători, agricultori și femei.

Factori limitativi

Lipsa competențelor digitale: Microîntreprinzătorii adesea nu dispun de timpul, banii sau resursele umane necesare pentru a investi în instrumente digitale sau în formare, au acces mai redus la asistență IT sau la consultanți digitali. Competențele lor digitale sunt adesea autodidacte și axate pe nevoile imediate ale afacerii. Au preocupări legate de securitatea datelor.

Lipsa de conștientizare: Din cauza unui deficit semnificativ de cunoștințe privind beneficiile digitalizării, a lipsei de conștientizare sau de înțelegere, mulți microîntreprinzători nu planifică investiții în soluții digitale.

Decalajul de gen: Femeile, în special, se confruntă cu lacune notabile în materie de competențe digitale. Femeile microîntreprinzătoare prezintă adesea niveluri mai scăzute de alfabetizare digitală în comparație cu omologii lor de sex masculin, ceea ce poate împiedica capacitatea lor de a concura eficient într-o economie digitală.

Consecințe

Competitivitate redusă: Aceste obstacole și deficiențe contribuie probabil la reducerea competitivității, cu o capacitate limitată de adaptare la piața din ce în ce mai digitală, o prezență și operațiuni online limitate, acces redus la informații (prețuri de piață, soluții de piață) și rețele de actori principali (supermarketuri, furnizori, consultanți).

Acces limitat la finanțare: Multe instituții financiare solicită în prezent un anumit nivel de capacitate digitală întreprinderilor care solicită împrumuturi sau subvenții. În plus, în unele țări, accesul potențial la subvenții poate fi legat de capacitatea de a crea conturi sau de a se conecta la platforme online.

Valoarea digitalizării

Transformarea digitală prezintă o oportunitate unică de a spori eficiența, de a îmbunătăți accesul la piețele globale și de a încuraja inovarea.

Competențele digitale sunt esențiale pentru succesul în afaceri: Dobândirea de competențe digitale permite microîntreprinzătorilor să își îmbunătățească capacitatea de a înființa și dezvolta afaceri și le oferă avansuri competitive pentru a naviga mai bine în peisajul digital: marketing digital, utilizarea platformelor de comerț electronic, angajarea eficientă cu clienții prin intermediul rețelelor sociale, analiza datelor etc.

Pandemia COVID-19 a evidențiat importanța capacităților digitale. Microîntreprinzătorii cu competențe digitale mai bune au fost mai rezistenți în timpul crizei, deoarece au putut să treacă la vânzările online și să mențină operațiunile atunci când magazinele fizice au fost închise. Dezvoltarea acestor competențe îi pregătește pe antreprenori pentru viitoarele șocuri economice și le sporește capacitatea de a crea rezerve de lichidități.

Competențele digitale sunt din ce în ce mai legate de accesul la finanțare și resurse: Microîntreprinzătorii cu competențe digitale îmbunătățite pot valorifica mai bine resursele financiare disponibile și pot naviga în cadre complexe de finanțare și reglementare.

Îmbunătățirea competențelor digitale contribuie la reducerea diferențelor de gen: Facilitarea accesului femeilor antreprenor la piețele online și la instrumentele digitale le ajută să ia decizii în cunoștință de cauză cu privire la adoptarea noilor tehnologii, să încurajeze o mai mare participare la economie și să promoveze egalitatea de gen în conducerea afacerilor. În plus, programele de formare pot insufla încredere și pot îmbunătăți sentimentele de stimă de sine în rolurile antreprenoriale.

Importanța dezvoltării competențelor ecologice

Microîntreprinzătorii se confruntă cu multe provocări în ceea ce privește durabilitatea proiectelor lor, iar tranziția ecologică nu face parte, în general, din domeniul lor de activitate. Cu toate acestea, integrarea provocărilor legate de schimbările climatice și de amenințările la adresa mediului devine o necesitate, pentru a face față riscurilor reale, a sprijini clienții finali, și alinierea la noile cadre de reglementare.

Factori limitativi

Îndoieli cu privire la eficiența costurilor:

Microîntreprinzătorii sunt îngrijorați de modul în care schimbările ecologice le-ar putea afecta veniturile: creșterea costurilor de producție (de exemplu, materiale de origine biologică mai scumpe) sau reducerea randamentelor (de exemplu, recoltă slabă care nu este susținută de substanțe chimice), constrângeri determinate de legislație și restricții legate de climă (de exemplu, limitarea vehiculelor cu motor cu combustie, limitarea utilizării pesticidelor), schimbări în comportamentul consumatorilor (de exemplu, respingerea produselor toxice sau dăunătoare mediului, preferința pentru alternative ecologice și durabile).

Lipsa de conștientizare: Deși microîntreprinzătorii pot fi conștienți de problemele ecologice, acestea nu reprezintă neapărat principala lor prioritate și nu își văd rolul potențial în sprijinirea tranziției ecologice.

Lipsa de informații: Tranziția ecologică necesită cunoștințe solide privind problemele și gama de soluții pentru a face față riscurilor. Majoritatea microîntreprinzătorilor nu sunt conștienți de calea pe care ar putea să o urmeze și de valoarea pe care aceasta o poate aduce afacerilor lor.

Consecințe

Angajament redus: Majoritatea microîntreprinderilor din grupul țintă sunt reticente în a se angaja în tranziția ecologică și nu prevăd soluții alternative pentru întreprinderile lor.

Aliniere limitată la cadrele ecologice:

Microîntreprinzătorii își pot asuma riscul unei alinieri greșite la cerințele de reglementare (reglementări ESG) sau la practicile responsabile limitate așteptate de la potențialii finanțatori sau parteneri tehnici.

Valoarea tranziției ecologice

Co-beneficii: Reducerea costurilor este esențială pentru clienții care iau în considerare o tranziție ecologică. Acesta este primul element care îi va convinge să se angajeze. Microîntreprinzătorii vor beneficia de o mai bună gestionare a resurselor (apă, hârtie, produse chimice etc.), de reducerea consumului de energie (izolare îmbunătățită, dispozitive electrice, biciclete în locul mașinilor etc.), de produse mai durabile (panouri solare solide, sprijin post-vânzare eficient pentru reparații, reciclare etc.).

Responsabilitate și angajament pentru durabilitate pe termen lung: Implicarea în tranziția ecologică poate fi apreciată și prin comunicarea cu partenerii sau clienții cu privire la angajamentul acestora față de practicile responsabile și tranziția ecologică pentru un viitor mai bun.

Setul de instrumente nr. 1 se concentrează pe formarea inovatoare pentru competențele de afaceri digitale și tranziția ecologică.

Setul de instrumente nr. 2 se concentrează pe contactarea fermierilor și a populației rurale pentru tranziția digitală și ecologică.

|| Toolkit N°1 - Platforme online și seminarii web: formare inovatoare pentru competențe digitale în afaceri și tranziția ecologică

Acest set de instrumente se concentrează asupra modului în care formarea mixtă și platformele digitale de autoservire transformă modul în care clienții microfinanțării pot dezvolta competențe ecologice și digitale. Acesta descrie 5 instrumente sau abordări implementate de Conferserfidi (Italia), Microlab (Italia), CoopFin (Italia), Adie (Franța) și Filbo (România).

1. Formare mixtă pentru a sprijini pas cu pas competențele ecologice și digitale

1.1 Instruire pentru companii ecologice Asistență pentru un viitor sustenabil – Confeserfidi (Italia)

1.2 EmpowerHer.Instrumente digitale pentru sustenabilitatea afacerilor – MicroLab (Italia)

1.3 Competențe digitale pentru succes. Formarea pentru cooperative de femei din Sardinia – Coopfin (Italia)

2. Guiding microentrepreneurs to choose green solutions for their businesses with online platforms

1.4 Tranziție verde incluzivă. Abilitarea antreprenorilor din Franța - Adie (Franța)

1.5 Chatbot-ul Hermina. Un copilot digital pentru afaceri mai ecologice – Filbo (România)

Lecții învățate din proiect



Toolkit N°1



1. Formare mixtă pentru a sprijini competențele ecologice și digitale pas cu pas

2. Îndrumarea microîntreprinzătorilor în alegerea soluțiilor ecologice pentru afacerile lor cu ajutorul platformelor online



Instruire pentru companii ecologice

Asistență pentru un viitor sustenabil

PROBLEMĂ

Proprietarii de microîntreprinderi din Sicilia întâmpină dificultăți în calea adoptării de inițiative ecologice, din cauza unor bariere financiare, sociale și de cunoaștere, iar populațiile cele mai afectate sunt cele vulnerabile, de exemplu femeile, migranții și tinerii.

SOLUȚIE

Un program global de asistență care îmbină acțiuni de conștientizare, de audit, formare, mentorat cu privire la MSG (probleme de mediu, sociale și de guvernanță) și rețele de învățare reciprocă.

Adoptarea unei conduite ecologice pentru asigurarea sustenabilității

Sectorul sicilian al microîntreprinderilor (care reprezintă 80% din clientela Confeserfidi) este axat pe comerț, servicii și agricultură și se confruntă cu provocări semnificative. Regiunea întâmpină dificultăți din cauza unui PIB pe cap de locuitor mai mic decât media națională, precum și din cauza ratei mari a șomajului în rândul tinerilor, cu acces limitat la resurse financiare. În plus, microîntreprinderile din Sicilia rămân în urma celor din Nordul Italiei în privința indicilor de adoptare a tehnologiilor digitale. Aceste dificultăți economice sunt exacerbate de dimensiunile economiei informale care funcționează în afara sistemelor de reglementare și financiare.

Adoptarea criteriilor MSG reprezintă mai mult decât o necesitate de reglementare; este și o soluție de salvare pentru atenuarea vulnerabilităților economice și obținerea accesului la o dezvoltare sustenabilă. Confeserfidi promovează un model conform căruia sustenabilitatea este accesibilă chiar și celor mai mici întreprinderi.

Abordarea Confeserfidi permite întreprinzătorilor vulnerabili să adopte tehnologii verzi și modele sustenabile de afaceri. De exemplu, prin integrarea unor modalități de îmbunătățire a competitivității, aceste întreprinderi pot obține punctaje mai mari în cadrul licitațiilor publice, acces mai bun la finanțare subvenționată prin inițiative de credit verde și își pot crea un renume mai solid în cadrul rețelelor de care aparțin, inclusiv în rândul clienților, al băncilor și al furnizorilor. De exemplu, o întreprindere agricolă care valorifică un rating MSG a obținut acces la credit verde și s-a alăturat unui lanț de aprovizionare sustenabilă.

Pe lângă aceste beneficii economice tangibile, programul permite transformări sociale prin promovarea întreprinzătorilor femei, atragerea migranților, a tinerilor și a altor populații marginalizate, fapt care ajută clienții să creeze organizații cu scop special și care asigură prosperitatea comunităților rurale.



Prezentare generală

Obținerea accesului la grupul-țintă

Confeserfidi a început cu definirea grupului-țintă al acestei inițiative:

- Microîntreprinzători vulnerabili ale căror cunoștințe cu privire la ceea ce înseamnă criteriile MSG sunt limitate
- Femei care întâmpină piedici sistemice în calea demersurilor lor de antreprenoriat
- Migranți care se confruntă cu bariere de limbă și de integrare
- Tineri aflați în căutarea unor oportunități sustenabile
- Întreprinzători cu venituri mici și competențe digitale limitate.

Pentru transmiterea solicitărilor, beneficiarii au fost invitați să completeze un formular online în care au inclus date referitoare la mărimea întreprinderilor lor, cifra de afaceri anuală, interesul cu privire la sustenabilitate și disponibilitatea de adoptare a tehnologiilor digitale. Pentru asigurarea unui nivel cât mai larg posibil de acoperire, Confeserfidi s-a asociat cu universități, ONG-uri locale, lideri comunitari, asociații de migranți și organizații de femei. Solicitanții preselectați au fost invitați la un interviu cu o comisie de evaluare a angajamentului lor față de tranziția ecologică.

În rândul lor, au fost prioritizate sectoarele sensibile din punct de vedere ecologic (agricultura, alimentația, industria textilă) și întreprinderile cu un potențial înalt de impact social/ecologic.

Implementation

Instruire de conștientizare ecologică

Proiectul a desfășurat workshopuri de creștere a conștientizării pentru a le oferi proprietarilor de microîntreprinderi informații despre schimbările climatice, sustenabilitate și impactul efectiv asupra activității lor. Aceste evenimente interactive au avut loc în parteneriat cu universități locale și specialiști în aspecte care țin de mediul înconjurător, ajungând la un public variat în rândul căruia s-au numărat arhitecți, profesori, ingineri și proprietari de microîntreprinderi.





Audituri ale sustenabilității

Pentru a pune în context nou-descoperita conștientizare de către beneficiari cu privire la impactul asupra mediului înconjurător, proiectul a oferit servicii de consultanță adaptate pentru a evalua și a îmbunătăți performanța ecologică, folosind un chestionar pentru a depista lacunele de cunoaștere, precum și punctele forte în privința dimensiunilor MSG. Pentru a garanta caracterul inclusiv, instrumentul poate fi accesat atât online, cât și în persoană. O echipă specializată de consultanți în domeniul MSG și consultanți financiari a desfășurat audituri aprofundate care se încheie cu recomandări practice, personalizate.

De-a lungul proiectului, echipa a efectuat 50 de audituri ale unor microîntreprinderi din sectoare variate precum comerțul, agricultura, meșteșugurile și serviciile. Recomandările reieșite din aceste demersuri au identificat îmbunătățiri practice precum trecerea la iluminatul cu consum redus, instalarea de panouri fotovoltaice, optimizarea politicilor de gestionare a deșeurilor și monitorizarea mai eficientă a consumului de energie.

Instruire cu privire la soluțiile ecologice

Între martie și decembrie 2025, șaisprezece workshopuri și webinare au reunit peste 400 de participanți pentru a analiza principiile MSG, impactul schimbărilor climatice și oportunitățile oferite de finanțarea sustenabilă.

Organizate în formate interactive precum studiile de caz, cu prezentări de opinii și sesiuni de întrebări și răspunsuri, evenimentele au fost primite bine, iar 92 % dintre participanți le-au apreciat drept utile sau foarte utile. 60 % dintre participanți au fost femei, iar 30 % au avut vârste mai mici de 35 de ani. Numeroși participanți și-au exprimat interesul de a afla informații despre oportunitățile de finanțare ecologică.

Forum cu privire la sustenabilitate

Un forum comunitar găzduit pe Telegram, numit „GreenShift”, moderat de un lider de proiect, a devenit un centru dinamic pentru 46 de proprietari de microîntreprinderi participanți: acesta le oferă un loc în care să facă schimb de resurse, să comunice despre oportunități de finanțare ecologică, să publice actualizări despre evenimente și să transmită recomandări utile privind practicile propice mediului înconjurător, cum ar fi gestionarea deșeurilor și materialele sustenabile. Pentru a încuraja dezvoltarea acestei comunități și transformarea ei într-una autonomă, liderii de proiect au transmis invitații directe fiecărui participant la workshopuri și au apelat la strategii inedite de gamificare, precum certificatele deschise digitale, pentru a recompensa punerea în comun a resurselor. În plus, membrii GreenShift au acces exclusiv la conținut săptămânal publicat de coordonatori.



Audituri

Din experiențele acumulate de echipă pe parcursul proiectului, chestionarele aplicate în cadrul auditurilor ar trebui simplificate pentru a fi mai bine adaptate utilizatorilor cu competențe digitale limitate. În plus, desfășurarea de audituri în persoană care implică în mod activ proprietarul unei întreprinderi se dovedește mai eficientă și mai practică, deoarece oferă o înțelegere aprofundată a practicilor curente și a domeniilor care ar putea fi îmbunătățite.

O abordare în două direcții

O comunitate virtuală poate fi creată, însă pentru ca aceasta să se dezvolte, ea trebuie integrată în experiențe reale, concrete în rândul oamenilor și comunităților. Altfel spus, o organizație care oferă asistență clienților nu trebuie să considere opțiunile digitale și cele fizice drept căi alternative, ci două direcții paralele care trebuie să avanseze la unison pentru a genera un impact real, de durată și inclusiv.

Lecții



Asistență ecologică extinsă

Pentru a menține ritmul, Confeserfidi analizează crearea unui incubator Green Tech în parteneriat cu universități și voluntari implicați. Această inițiativă ar avea în vedere încurajarea creării, a creșterii și a consolidării întreprinderilor inovatoare axate pe asigurarea unui impact pozitiv asupra mediului înconjurător. Prin permiterea unui ecosistem dinamic de favorizare a unor soluții ecologice, incubatorul ar face mai mult decât simpla transformare a unor idei revoluționare în afaceri viabile; acesta ar promova și generarea de valoare de mediu, economică și socială.

În plus, prin consolidarea cooperării sale cu parteneri financiari (precum Banca Europeană de Investiții (BEI)), Confeserfidi le-ar putea furniza asistență extinsă beneficiarilor săi, incluzând asistența financiară, monitorizarea și îndrumarea.



Confeserfidi este un intermediar financiar supravegheat de Banca Italiei, înființat în 1998. Cu sediul central în Sicilia, Confeserfidi este o instituție financiară cooperativă a cărei misiune este furnizarea de soluții financiare de primă linie și consultanță de nivel înalt către IMM-uri și profesioniști, cu accent pe inovare și accesibilitate.

Rețeaua sa cuprinde peste 14.013 membri (situația din 2024, în principal microîntreprinderi și întreprinderi mici, mai ales din sectoarele de comerț (40 %), servicii (14 %) și agricultură (13 %). Deși membrii care îi alcătuiesc activitatea nucleu se află în Sicilia (80 % din membri), instituția are prezență națională. Activitățile și serviciile principale sunt:

- Garanții de împrumut (mutuale și directe, B2B) pentru îmbunătățirea accesului la finanțare.
- Servicii de microfinanțare conforme cu Codul UE al bunei conduite
- Servicii de dezvoltare a afacerilor, pentru asistența acordată inițiativelor de antreprenariat.
- Instruire și consultanță cu privire la evaluarea și adoptarea principiilor MSG
- Crearea de capacități digitale, cu majoritatea serviciilor oferite online.

Etapele următoare

Proiectul Green Shift



<https://www.confeserfidi.it/greenshift/>

Pagina web a studiului de caz



CONFESERFIDI, ITALY

Green Business Training

Support for a sustainable economy

PROBLEM	SOLUTION
Microentrepreneurs in Sicily face hurdles embracing green initiatives due to financial, social and knowledge barriers, vulnerable groups such as women, migrants and young people being the most affected.	A wrap-around support program combining ESG awareness-raising, auditing, training, mentoring and peer learning networks.

Read the latest case study and learn how Confeserfidi empower green entrepreneurs in Sicily

In Sicily, where microentrepreneurs often struggle with financial, social, and digital barriers—especially women, migrants, and youth—Confeserfidi is paving the way toward a greener, more inclusive economy...

The Microfinance Centre /

Soluție



EmpowerHer

STRUMENTE DIGITALE PENTRU SUSTENABILITATEA AFACERILOR

PROBLEMĂ

Schimbarea rapidă a peisajului digital reprezintă o provocare majoră pentru femeile antreprenor, care se confruntă adesea cu lacune în ceea ce privește competențele esențiale necesare pentru a-și dezvolta afacerile și a rămâne competitive.

SOLUȚIE

Un program amplu de formare și mentorat online pentru a sprijini întreprinderile deținute de femei cu ajutorul instrumentelor digitale.

Sporirea competențelor femeilor în domeniul afacerilor digitale

EmpowerHer sprijină femeile antreprenor să navigheze în domeniul inovației digitale și al practicilor de afaceri ecologice. Promovând adoptarea comerțului electronic și încurajând integrarea facilă a instrumentelor digitale de ultimă generație, această inițiativă permite întreprinderilor conduse de femei să se dezvolte în mod sustenabil și eficient pe o piață care evoluează rapid.

Proiectul EmpowerHer, parte a Fondului Transform Together, oferă o combinație de formare și mentorat menită să susțină femeile antreprenor. Îmbinând modulele de învățare structurate cu îndrumarea individuală, programul oferă femeilor o oportunitate unică de a dobândi cunoștințe esențiale,

primind în același timp sprijin personalizat în timp real pentru a aplica ceea ce au învățat în companiile lor. Programul de formare integrează perfect competențele digitale în fiecare aspect al antreprenoriatului, subliniind importanța strategiei și a adaptabilității în detrimentul instrumentelor specifice.s. Participanții au învățat să privească instrumentele digitale ca pe niște factori favorizanți - soluții accesibile și practice a căror adevărată valoare este deblocată atunci când sunt utilizate pentru a concepe, analiza și îmbunătăți continuu strategia operațională.

Prezentare generală



Fiecare modul este conceput pentru a fi atât interactiv, cât și intuitiv, și include 14 lecții captivante pe o durată totală de 18 ore. Cursurile de formare live se desfășoară prin intermediul aplicației Zoom, asigurând accesibilitatea și colaborarea în timp real între participanți. De asemenea, participanții au acces la The Academy (centrul de e-learning al MicroLab), unde pot găsi videoclipuri, materiale pentru lecții și materiale de lectură suplimentare. Pentru a menține procesul de învățare dinamic, evaluările de la sfârșitul modulului sunt necesare pentru a debloca modulele ulterioare, ceea ce permite MicroLab să urmărească cu exactitate progresul participanților.

În decursul a opt luni, participanții primesc îndrumare personalizată, concentrându-se pe aspecte centrale, cum ar fi elaborarea unor planuri de afaceri solide, stabilirea unor obiective realizabile, perfecționarea strategiilor de marketing, dezvoltarea de produse inovatoare, controlul asupra planificării financiare și construirea unor modele de creștere durabile. Sesiunile de mentorat (o oră de două ori pe lună) oferă posibilitatea de a alege între întâlniri virtuale sau fizice, asigurând flexibilitate și confort pentru femeile ocupate care dețin o afacere.

Pentru a încuraja colaborarea și a iniția conversații semnificative, participanții participă la evenimente de networking organizate odată la trei luni. Aceste întâlniri au scopul de a stârni inspirația, de a cultiva parteneriate și de a deschide porți către noi oportunități pentru afacerile lor.

MODUL	SUBIECTE	INSTRUMENTE
Antreprenoriat și	Gestionare proiecte Business Model Canvas digital pentru a planifica și structura ideile de afaceri	Trello, Asana, Miro
Marketing și vânzări online	Software pentru analiza obiectivelor și CRM pentru gestionarea canalizării vânzărilor digitale	Google Analytics, Meta Insights, Salesforce, Zoho
Îmbunătățirea comunicării	Email de marketing, instrumente de publicitate online pentru campanii de comunicare	Mailchimp, Google Ads, Meta Ads, Instagram, LinkedIn, TikTok, ChatGPT, Canva
Gestionarea afacerilor și fluxul de numerar	CRM pentru gestionarea relațiilor cu clienții, software de contabilitate pentru monitorizarea fluxului de numerar	Salesforce, Zoho, Cash Flow
Access la credite	Platforme de crowdfunding, gestionarea fondurilor, CRM pentru gestionarea strategică a relațiilor de afaceri	HubSpot, Zoho, Bigin, Brevo, Agile CRM, Bitrix24
Creștere sustenabilă	Măsurarea impactului sustenabil pentru a evalua durabilitatea întreprinderilor	Lista de verificare digitală pentru evaluarea sustenabilității sociale și de mediu

Realizarea modulelor

Programa de formare EmpowerHER a fost conceput cu atenție pe parcursul a trei luni. Mentori locali și experți în formare și-au oferit timpul benevol pentru a co-crea programa de studiu alături de echipa de mentori a MicroLab. Principalele decizii de proiectare au fost:

- Efectuarea unei evaluări a necesităților pentru 70 de femei, 43 de răspunsuri afirmând o cerere ridicată de competențe digitale și de sustenabilitate și determinând accentul pe conținut
- Restructurarea celor 7 module inițiale în 6 module pentru a include instrumentele și conceptele digitale în întregul program, mai degrabă decât să le prezentăm într-un singur modul
- Implicarea mentorilor MicroLab încă de la început pentru a face un brainstorming cu privire la conținut și pentru a stabili un instrument de autoevaluare a competențelor.

Recrutarea participanților

Pentru a stârni interesul, MicroLab a lansat un apel deschis pentru ca antreprenoarele să-și prezinte ideile de afaceri inovatoare. Inițiativa a fost prezentată în mod vizibil pe site-ul MicroLab și a fost intensificată pe Meta, Instagram, LinkedIn și TikTok prin postări atractive și un videoclip promoțional.

MicroLab a găzduit, de asemenea, o sesiune live pe Instagram, în cadrul căreia au fost dezvăluite detaliile programului într-un format interactiv. Campaniile publicitare țintite pe Meta și Instagram au asigurat că apelul la acțiune a ajuns la un public larg.

Cererea de selecție

Procesul de selecție a fost conceput pentru a fi minuțios, asigurându-se că participanții se vor angaja pe deplin în program și vor maximiza beneficiile acestui proces interactiv. Această abordare în mai multe etape a inclus:

- Scrisoare de intenție: Candidații au fost invitați să scrie o scrisoare în care să detalieze motivația lor, să descrie echilibrul dintre viața lor profesională și cea privată și nevoile lor de formare profesională, precum și aspirațiile lor de afaceri. Aceasta a oferit șansa de a-și arăta entuziasmul și alinierea la obiectivele proiectului și de a demonstra că au flexibilitatea necesară de a participa integral la activitățile proiectului.
- Webinar interactiv: Titularii scrisorilor declarate eligibile, au avut ocazia de a ieși în evidență în cadrul unei întâlniri online. Această sesiune captivantă le-a permis să își prezinte ideile, să intre în contact cu organizatorii și să își demonstreze pregătirea pentru următoarea etapă a călătoriei.

Dezvoltare

Formare profesională

Formările s-au desfășurat o dată la două săptămâni prin intermediul aplicației Zoom (cu o pauză în luna august) la orele 18:00, timp de până la 1,5 ore. Aceste cursuri de formare au fost susținute de șase mentori, la fiecare sesiune participând 30-35 de persoane, iar înregistrările au fost disponibile pe platforma Academiei pentru cei care nu au putut participa live.

Mentorat

Încă de la început, participantele au fost asociate cu unul dintre cei 32 de mentori care le-au oferit îndrumare și sfaturi personalizate pentru a le ajuta să-și perfecționeze abilitățile antreprenoriale, să depășească obstacolele și să pună bazele unui succes pe termen lung în afaceri. După fiecare modul de formare, participantele au beneficiat de 1-2 ore de mentorat concentrat în decursul a două săptămâni, asigurându-se că pot aplica fără probleme lecțiile învățate în afacerile lor respective.

Networking

MicroLab a organizat două sesiuni de networking în persoană pentru a consolida legăturile semnificative între participanți. Unul dintre mentor a avut, de asemenea, sarcina de a încuraja un sentiment de comunitate în rândul participanților. Ei au creat un grup WhatsApp dedicat pentru a împărtăși link-uri, idei și resurse utile. La sfârșitul programului, participantele au solicitat să mențină grupul activ pentru a continua să se sprijine reciproc, să facă schimb de informații, sfaturi și oportunități - și chiar să inițieze noi proiecte de colaborare.

Implementare



Ce s-a întâmplat?

Inițial, proiectul a fost conceput pentru 40 de participante (inclusiv 20 de antreprenoare aspirante). Din cele 98 de cereri inițiale, 47 au fost invitate, în final, să participe la proiect: 38 de italice, 2 cetățene UE și 7 care aveau cetățenie din afara UE, având vârste cuprinse între 21 și 65 de ani. Creșterea numărului de participanți a avut scopul de a evita ca eventualele abandonuri să pună în pericol punerea în aplicare (și, într-adevăr, au existat 5 retrageri).

Solicitante respinse au fost îndrumați către căi alternative de dezvoltare a activității în cadrul MicroLab (de exemplu, finanțare pentru formare profesională pentru cetățenii străini) sau în altă parte (de exemplu, finanțare pentru înființare prin ImpactHub, stagii pentru femeile fără experiență în domeniul ales sau evenimente informative și webinarii pentru a ajuta femeile să-și definească mai bine direcția și obiectivele).

După fiecare modul, participațiilor le-au fost testate noțiunile prezentate. Aceste rezultate au fost comparate cu un chestionar inițial de autoevaluare (care a fost folosit ca bază de referință). A fost impresionant faptul că participanții au demonstrat o creștere medie a competențelor de 2,03 pe o scară de la 1 la 5, iar cei cu niveluri de educație mai ridicate au demonstrat creșteri mai mari. În rândul grupului de antreprenori aspiranți, transformarea a fost deosebit de frapantă, aceștia obținând o îmbunătățire medie de 2,13 puncte la toate cele 6 module.

Dintre cele 24 de antreprenoare aspirante care au finalizat proiectul, 2 au lansat o nouă afacere până la sfârșitul proiectului. Celelalte au făcut progrese semnificative prin definirea modelului lor de afaceri, evaluarea sustenabilității economice și prin planificarea activităților lor și anticipează lansarea oficială a afacerilor lor în viitorul apropiat.

Succese



Ce au crezut clienții?

Participantele s-au bucurat de modul în care grupul WhatsApp al programului a devenit un centru viu de interacțiune și camaraderie, cu membri dornici să împărtășească oportunități, să facă schimb de idei și să se sprijine reciproc pe parcursul programului. Participanții l-au considerat atât de util încât au cerut păstrarea grupului chiar și după încheierea proiectului.

Participantele care provin din familii de migranți au apreciat oportunitatea de a se întâlni cu antreprenori locali de toate tipurile, nu doar cu migranți - subliniind importanța concentrării pe integrarea migranților în toate proiectele, indiferent de subiect.

Inițiativa de mentorat s-a dovedit a fi elementul de bază al succesului proiectului, parțial datorită faptului că mentorii și-au dedicat timp sesiunilor regulate ale echipei pentru a discuta strategia și provocările. Mentorii intenționează să reproducă această abordare pe viitor, demonstrând astfel valoarea combinării formării digitale și a mentoratului personalizat. Activitatea de evaluare și analiză calitativă (jurnale, teste, etc.) va fi, de asemenea, folosită ca bază metodologică pentru proiectele viitoare

Ce a funcționat?

Stabilirea standardului la nivelul potrivit:

Programul a identificat candidatele promițătoare folosind două criterii principale: angajamentul și viabilitatea ideii de afaceri. Cu toate acestea, nu a impus participantelor să aibă o întreprindere existentă. De fapt, un obiectiv explicit al proiectului a fost acela de a testa dacă modelul EmpowerHer a fost eficient pentru ambele grupuri. Rezultatul a fost pozitiv: evaluările post-formare au arătat că ambele tipuri de participante au beneficiat de program în comparație cu situația inițială. Deși este adevărat că antreprenorii existenți au început, în general, cu competențe puțin mai avansate, cele mai semnificative diferențe în punctajele obținute înainte și după formare au fost legate de nivelul de educație, mai degrabă decât de statutul de antreprenor.

Valorificarea expertizei: Un efort de colaborare între mentori și beneficiari ai altor inițiative MicroLab în vederea elaborării programa de formare a asigurat că programul corespunde nevoilor unice ale participanților săi. Acest proces a presupus două sesiuni de brainstorming și un eveniment de monitorizare în cadrul căruia mentorii au împărtășit experiențe directe de sprijinire a persoanelor îndrumate.



În plus, peste 70 de antreprenoare și antreprenori aspiranți din rețeaua Microlab au oferit feedback care nu numai că a îmbogățit programa, dar a contribuit la perfecționarea programului și a organizării sesiunilor.

Ajustări de ultim moment: Pentru a asigura faptul că programa de studiu a abordat în mod eficient lacunele în materie de cunoștințe și competențe ale participanților (și pentru a oferi o bază de evaluare), a fost distribuit tuturor participanților un chestionar înainte de formare. Acest sondaj a evidențiat un nivel ridicat de competență în domenii precum crearea de conținut, fundamentele întreprinderii, campaniile publicitare, strategiile privind pâlnia de vânzări, călătoriile clienților, comerțul electronic și Business Model Canvas. Cu toate acestea, acesta a evidențiat o lipsă de încredere în strategiile de afaceri - un domeniu care a primit cele mai mici punctaje.

Deținând aceste informații, Microlab a făcut ajustări semnificative la proiectul de programă pentru a răspunde mai bine nevoilor participanților. Conținutul celui de-al șaptelea modul, cu privire la instrumentele digitale, a fost integrat în fiecare dintre primele șase module privind gestionarea afacerilor, vânzările, comunicarea, finanțele, astfel încât participanții să învețe concepte și instrumente pentru punerea în aplicare a acestor concepte în paralel.

Adaptarea în timp real: Capacitatea Microlab de a centra și adapta programa de formare în timpul sesiunilor a fost determinată de feedback-ul participanților, asigurând că, conținutul rămâne proaspăt și este în concordanță directă cu nevoile lor în continuă evoluție. Această abordare a transformat fiecare sesiune într-o experiență interactivă, în care perspectivele personalizate și aplicațiile practice au împuternicit participanții și le-au menținut entuziasmul la cote ridicate.

Potrivire inteligentă mentor-persoană îndrumată: Procesul de înscriere a oferit informații utile despre personalitatea și profilul de afaceri al fiecărui participant, care au fost utilizate pentru a împerechea persoanele îndrumate cu mentorul potrivit. Cu toate acestea, această abordare s-a dovedit a fi prea laborioasă pentru a fi reprodusă în operațiunile obișnuite ale Microlab, din cauza lipsei unor instrumente avansate care să proceseze rapid volumul mare de date generat de aplicație.



Deși proiectul nu s-a confruntat cu eșecuri majore în sine, au apărut câteva provocări care au sporit nivelul de complexitate al implementării sale:

CANTITATE EXCESIVĂ DE INFORMAȚII

În timp ce informațiile detaliate oferite de participanți au fost inestimabile pentru adaptarea programei, prelucrarea manuală a unor date atât de ample s-a dovedit greoaie și a suprasolicitat resursele personalului. Fără instrumente IT avansate, această sarcină a devenit mult mai laborioasă decât se anticipase.

MONITORIZARE

Platforma de învățare nu a permis urmărirea eficientă a progresului cursanților cu rapoarte personalizate. Prin urmare, personalul Microlab a fost nevoit să investească mult timp în colectarea informațiilor necesare.

GESTIONAREA COMPROMISURILOR

Deși conținutul educațional a fost bine adaptat pentru a răspunde nevoilor participanților la proiect, acest nivel de specificitate a redus din greșeală, aplicabilitatea sa mai largă. Pentru ca în viitor, platforma să poată deservi eficient viitoarele grupuri de antreprenori, va trebui dezvoltat conținut suplimentar pentru a asigura relevanța acesteia pentru un public mai larg și pentru a-i menține utilitatea pe termen lung.

Provocări



Perspective pentru viitorul apropiat și îndepărtat

Lecția principală care reiese este că puterea de transformare a programelor de consolidare a capacităților, cum ar fi acestea, este amplificată prin asocierea acestora cu accesul la servicii financiare, sub formă de împrumuturi sau subvenții.

Pentru alte organizații care doresc să ofere programe integrate de formare și de mentorat, MicroLab recomandă următoarele:

- Îmbinarea interacțiunii digitale cu cea umană: Instrumentele online funcționează cel mai bine atunci când sunt asociate cu legături personale care oferă feedback personalizat și ascultare activă din partea experților
- Prioritizarea înțelegerii și a clarității: Ascultarea nevoilor și explicarea clară a programului au sporit motivația și implicarea participanților

- **Oferirea de sprijin consistent:** Ghidarea vizibilă din partea personalului și a mentorilor a redus abandonul școlar și a consolidat încrederea
- **Structura încurajează încrederea:** Un program clar și materialele organizate au adăugat fiabilitate etapei de învățare
- **Echilibru între calitate și flexibilitate:** Standardele profesionale combinate cu adaptabilitatea au asigurat relevanța și capacitatea de reacție
- **Stimularea conștiinței de sine:** Autoevaluările de dinaintea formării au ajutat participanții să își cunoască potențialul.
- **Încurajarea dezvoltării holistice:** Dincolo de competențe, programul a cultivat încredere și independență.
- **Planificați necesitățile de date:** Monitorizarea și evaluarea eficiente necesită instrumente și resurse dedicate de la bun început.

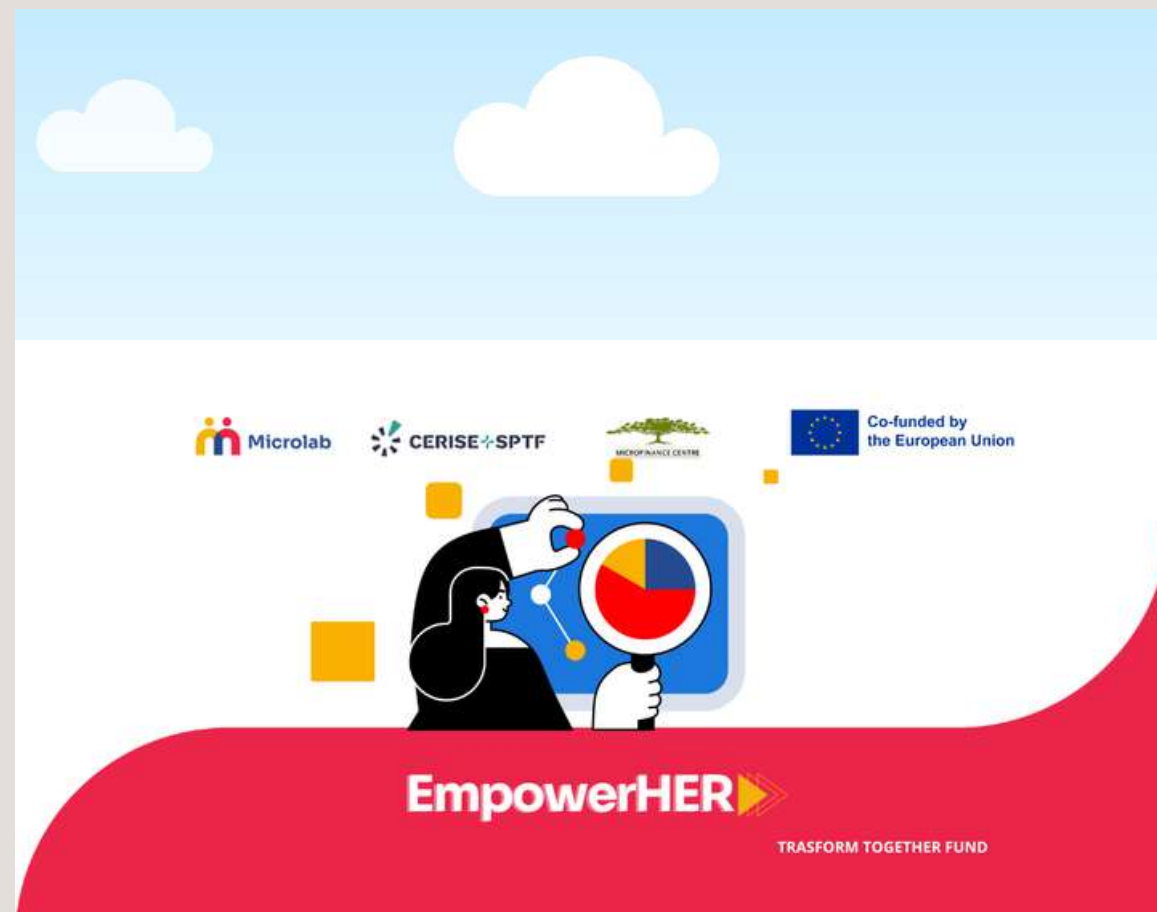
Din anul 2003, Asociația MicroLab a promovat incluziunea socială prin sprijinirea antreprenoriatului individual, a orientării profesionale și a educației financiare prin mentorat și formare.

MicroLab este o asociație de voluntari formată din 55 de voluntari și 5 angajați din toată Italia. MicroLab a instruit peste 8.000 de persoane și a furnizat orientare profesională pentru mai bine de 1.000 de studenți. Acesta a fost instruit cu privire la tranziția ecologică, digitalizare și sprijin pentru digitalizarea IMM-urilor.

MicroLab sprijină persoanele care nu sunt deservite și care doresc să își găsească independența economică prin lansarea unei afaceri sau găsirea unui loc de muncă decent. MicroLab sprijină incluziunea financiară și profesională a migranților și refugiaților, precum și inițiativele antreprenoriale pentru femeile care au supraviețuit violenței domestice. În plus, sprijină educația financiară în școli.

Recomandări

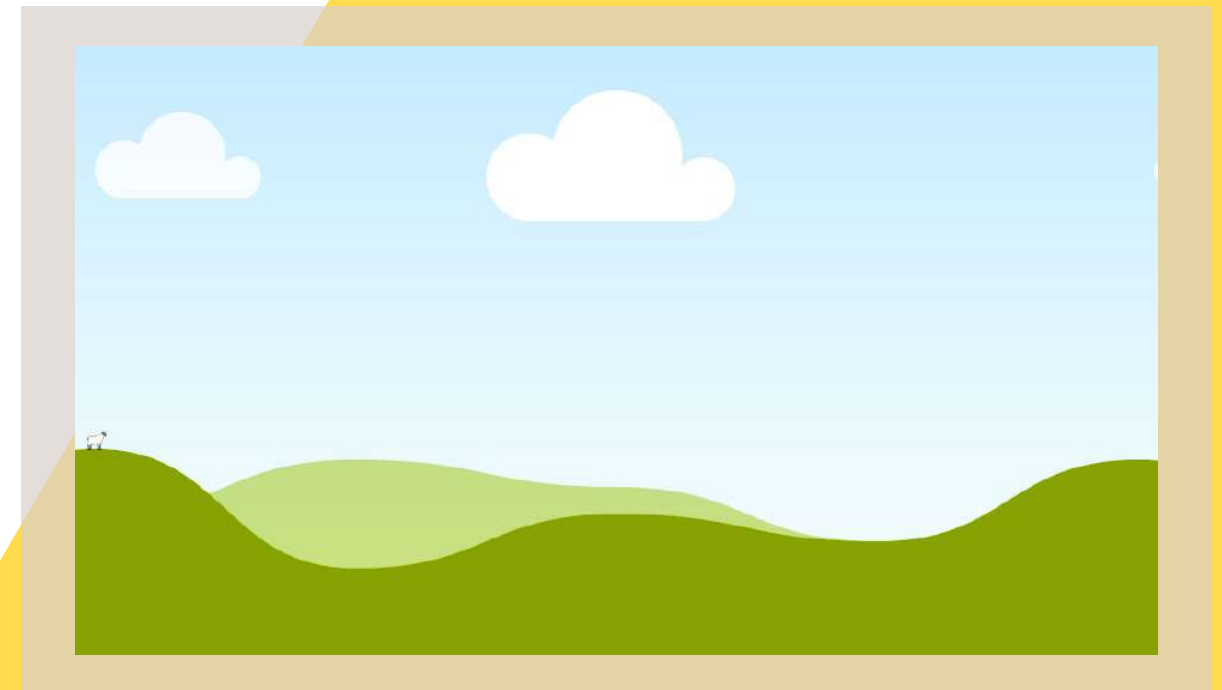
EmpowerHer curs



<https://associazionemicrolab.it/courses/empowerher-training/>

Soluție

Pagina web a studiului de caz & video





Competențe digitale pentru succes

Formarea pentru cooperative de femei din Sardinia

PROBLEMĂ

Oportunitățile limitate de angajare formală în zonele rurale obligă femeile să desfășoare activități independente precare.

SOLUȚIE

Un program amplu de formare privind competențele în domeniul afacerilor digitale și al managementului cooperativelor pentru a ajuta femeile să înființeze sau să consolideze cooperative ca un mod de a obține un loc de muncă sigur.

Un nou pachet de sprijin

COOPFIN le dă posibilități femeilor din zonele rurale ale Sardiniei, oferindu-le competențele digitale esențiale necesare pentru a-și dezvolta cooperativa tânără sau pentru a înființa una nouă. Programul oferă un mix dinamic de formare și mentorat, atât în ceea ce privește competențele digitale, cât și pe cele de management al cooperativelor. Inițiativa urmărește să catalizeze participarea femeilor la forța de muncă, stimulând formarea de noi cooperative care utilizează instrumente digitale pentru a avea succes pe piața actuală.

Pachetul de sprijin îmbină formarea interactivă online și în persoană cu mentorat individual și acces la servicii financiare.

Prezentare generală

Formare online

Conținutul sesiunilor de formare este organizat în două cursuri, fiecare cu 8 module.

Competențe digitale	Abilități de management al cooperativelor
1. Valorificarea digitalizării pentru afacerea dumneavoastră 2. Prezentare a rețelelor sociale 3. Crearea efectivă a paginii Meta și gestionarea statisticilor 4. Creare de conținut pentru social media, găsirea vocii brandului și creare de conținut scris pentru web 5. Creare de campanii și monitorizarea metricilor pe Meta 6. Utilizarea Instagram pentru profiluri personale și de afaceri, distribuirea de documente, geotagging, hashtag-uri și marketing 7. Utilizarea LinkedIn, crearea de profiluri personale, motoare de căutare, blogging și crearea de pagini de afaceri 8. Elaborarea unui plan de comunicare și gestionarea rețelelor sociale	1. Istoria, conceptul și principiile cooperativelor 2. Valori ale cooperativelor, drepturi, responsabilități ale unui membru al cooperativei 3. Elaborarea unui plan de afaceri pentru o cooperativă (Partea 1) 4. Elaborarea unui plan de afaceri pentru o cooperativă (partea 2) 5. Managementul proiectelor de cooperative 6. Management financiar în cadrul cooperativelor 7. Marketingul cooperativei 8. Procesul decizional al cooperativelor și gestionarea proprietății cooperativei

Aceste 16 module sunt livrate sub formă de cursuri video preînregistrate, cu o durată cuprinsă între 30 și 60 de minute. Sesiunile combină prezentări narate pline de informații teoretice esențiale și studii de caz care prezintă modul în care teoria poate fi pusă în practică. Participanții utilizează platforma DIGISCOOP pentru a parcurge modulele pas cu pas, iar trecerea la modulul următor are loc numai după ce au completat un scurt test de cunoștințe cu cinci întrebări și au oferit feedback cu privire la modul.

Formare în persoană

Participanții pot beneficia de o formare în grupuri restrânse în cadrul asociației cooperative numai după ce finalizează testul de cunoștințe din modulul final de formare online. Această formare în persoană este menită să abordeze orice îndoieli pe care participanții le-ar putea avea cu privire la conținutul online. Fiecare participant a participat la două module diferite pentru fiecare dintre cele două cursuri; fiecare modul a durat patru ore și a fost adaptat pentru a răspunde nevoilor și preferințelor grupului.

Mentorat practic

Cea de-a treia etapă a proiectului invită participanții să facă pasul următor: planificarea și lansarea întreprinderilor lor cooperative, cu îndrumare de specialitate și contribuții personalizate din partea unuia dintre cei patru mentori dedicați. Fiecare tutore a sprijinit 7 sau 8 participanți la proiect, ceea ce a presupus 3-5 întâlniri în persoană, precum și e-mailuri, apeluri telefonice și mesaje text. La fel ca toți mentorii voluntari ai COOPFIN, acești tutori au fost experți calificați aparținând unor asociațiilor cooperative din Sardinia.



Elaborarea cursului de formare

COOPFIN a adus un grup de opt experți externi care să lucreze alături de doi membri ai personalului, în scopul creării unui curriculum online inteligent și adaptat pe care participanții să îl poată utiliza pentru a se ghida singuri prin conținutul cursului. Aceste lucrări au avut loc în perioada februarie - iulie 2024. Subiectele privind competențele digitale au fost selectate de experții externi în competențe digitale pe baza experienței lor cu noii antreprenori în cadrul cursurilor de formare profesională. Subiectele privind competențele de management al cooperativelor au fost alese de comun acord între COOPFIN și experții externi din cadrul asociațiilor cooperative. Pentru COOPFIN, acest proiect a reprezentat o ocazie de a finanța dezvoltarea unei serii de materiale de formare care vor fi utile după finalizarea proiectului.

După lansare, COOPFIN a folosit feedbackul participanților pentru a optimiza materialele video de formare. În primul rând, acest lucru a presupus adaptarea conținutului pe baza formularelor de evaluare a nevoilor participanților.

După ce participanții au finalizat cele cinci module inițiale, COOPFIN a colectat feedback direct de la cursanți, folosind contribuția acestora pentru a rafina și a adapta modulele rămase. Această abordare iterativă a asigurat că formarea a evoluat pentru în direcția satisfacerii nevoilor publicului său. Această nouă platformă de e-learning, DIGISCOOP, are un nou site dedicat proiectului (www.digiscoop.it), care furnizează informații despre proiect și un formular de înregistrare. Site-ul web a fost dezvoltat pe o bază WordPress, folosind plug-in-uri pentru adaptarea site-ului la nevoile programului.

Dezvoltare



Promovarea serviciului de asistență

O campanie de promovare a apelat la diferite canale pentru a asigura o acoperire diversă și largă. În perioada premergătoare lansării cursului online, COOPFIN a găzduit și un eveniment live pe Meta, pentru a atrage atenția asupra cursului prin discuții interactive și răspunsuri în timp real. Pe parcursul acestui eveniment cu durata de 25 de minute, potențialii participanți au avut ocazia să interacționeze direct cu un grup de trei membri ai personalului COOPFIN pentru a răspunde la orice întrebări pe care le-ar putea avea cu privire la caracteristicile și obiectivele cursului. În total, 370 de persoane au intrat în direct pentru a afla mai multe despre program.

Aceste eforturi de promovare au fost amplificate de părțile interesate ale COOPFIN (Legacoop Oristano, Confcooperative Nuoro, Confcooperative Cagliari, Legacoop Cagliari) care, la rândul lor, au distribuit informațiile pe site-urile lor web și pe canalele lor media.

Pentru a spori și mai mult vizibilitatea, COOPFIN a utilizat promovarea față în față la sediile asociațiilor cooperative, completată cu pliante și afișe atrăgătoare pentru a genera interes pentru proiect.

Potențialii participanți au fost încurajați să acceseze site-ul web al proiectului și să completeze un formular de manifestare a interesului - în care își puteau împărtăși ideile de afaceri și furniza informații personale (inclusiv adresa, vârsta, educația și ocupația).

Selectarea beneficiarilor

Criteriile de selecție au prioritizat femeile din zonele rurale care erau șomere sau în căutarea unor noi oportunități și care erau interesate în mod special de antreprenoriatul de tip cooperativă. Procesul de evaluare a acordat, de asemenea, o importanță deosebită participanților mai tineri, celor cu un nivel scăzut de educație și celor din sectoarele economiei locale (de exemplu, turism, agroalimentar, artă și cultură). Criteriile pentru cei care au trecut la faza de formare în persoană au fost: pregătirea conceptului de afaceri, condițiile pentru dezvoltarea unei cooperative și calitatea de membru actual al unei cooperative care are nevoie de elaborarea unui plan de afaceri.



Ce s-a întâmplat?

În total, COOPFIN a primit 134 de manifestări de interes. Dintre acestea, 101 femei s-au înregistrat pe platforma DIGISCOOP. În total, 75 de persoane au completat modulele de formare online. În total, 32 de participanți au finalizat formarea în persoană, iar 17 persoane au beneficiat de mentorat practic. Până la final, au fost consolidate 2 cooperative existente și au fost lansate 3 cooperative noi, inclusiv un magazin de produse de igienă, un restaurant de familie, un stilist și o cooperativă din sectorul social care sprijină familiile cu cazuri de autism.

Încă de la înființare, aceste noi cooperative au adoptat platformele social media pentru a se conecta cu un public larg. Platforme precum Meta și Instagram s-au dovedit a fi esențiale pentru stimularea angajamentului, inclusiv pentru stilist, care a adunat peste 800 de urmăritori pe Instagram.

Succese

Care a fost părerea clienților?

Interviurile de monitorizare cu 17 participanți din cele cinci cooperative care au finalizat întregul parcurs DIGISCOOP au relevat un mesaj clar: programul le-a modelat în mod semnificativ ideile de afaceri și le-a sporit încrederea. Participanții au raportat în mod constant că întărirea încrederii era esențială, în special pentru femei - multe dintre acestea au exprimat nevoia de reasigurare și sprijin pe parcursul experienței lor antreprenoriale, un punct de vedere preluat de COOPFIN.

După finalizarea cursului online, 28 de participanți au oferit feedback cu privire la domeniile care necesită mai multe informații. Doar patru au comentat direct cu privire la calitatea cursului:

- Lecțiile au fost clare și captivante, cu o atmosferă informală similară sesiunilor în persoană
- Unele întrebări de test au fost repetitive
- Conținutul a fost informativ și bine structurat, deși uneori repetitiv
- În general, cursurile au fost satisfăcătoare, interesante și au acoperit subiecte inovatoare.



Factori de succes

Succesul proiectului în atragerea participanților s-a datorat unei campanii dinamice de recrutare prin social media, în special pe Meta și Instagram. În timp ce eforturile echipei au depășit așteptările și au condus la creșterea numărului de înscrieri, organizația reflectă faptul că referințele din social media au generat adesea un interes relativ „slab”; mulți și-au exprimat interesul, dar nu s-au înscris.

În cele din urmă, experimentul și-a atins scopul: testarea unei soluții pentru îmbunătățirea competențelor participanților. Cu 75 din 80 de obiective atinse, acesta s-a dovedit eficient, chiar dacă motivarea femeilor să înființeze cooperative rămâne o provocare mai amplă dincolo de acest proiect. Acestea fiind spuse, ca urmare a acestui proiect, au fost create trei cooperative noi și au fost consolidate două cooperative existente, deblocând 170 000 EUR în microcredite și sprijinind în mod direct 17 locuri de muncă. Și, deși obiectivul principal al proiectului a fost dezvoltarea competențelor, aceste noi cooperative au reprezentat un bonus binevenit.

Din punctul de vedere al echipei COOPFIN, factorii de succes au inclus:

- Acces gratuit la platforma DIGISCOOP cu module integrate și testare, fapt care a sporit semnificativ cunoștințele și pregătirea pentru formarea de cooperative.
- O combinație de formate de formare online și în persoană.
- Feedback la jumătatea proiectului, care a permis adaptarea în timp util a modulelor.
- Sprijin activ din partea tutorelui, încurajarea participării și rezolvarea întrebărilor.
- Implicarea unui grup larg de părți interesate - în special asociații - pentru promovarea proiectului.



Aspecte care nu au funcționat

În ciuda unei campanii puternice de informare prin intermediul rețelelor de socializare, atragerea candidaților s-a dovedit mai dificilă decât s-a preconizat. Două campanii au ajuns la peste 63.000 de persoane, vizând femeile din zonele rurale aflate în căutarea unui loc de muncă și interesate de industriile locale. Cu toate acestea, au fost înregistrate doar 134 de manifestări de interes și 75 de participanți la cursuri - sub obiectivele COOPFIN de 200 și 80 de obiective.

Grupul țintă - femeile din mediul rural deschise la antreprenoriatul cooperatist - a fost dificil de implicat prin intermediul social media, unde atenția limitată și mesajele complexe au restrâns impactul. Încurajarea femeilor să lanseze afaceri este mult mai dificilă decât promovarea serviciilor pentru consumatori, cum ar fi coafura sau vânzările online de artizanat. Lecția principală: marketingul digital nu este suficient pentru o astfel de recrutare de nișă.

În cele din urmă, nu a rezultat (așa cum era de așteptat) că, odată ce participanții au finalizat formarea online, formarea în persoană și mentoratul practic, ar fi pregătiți să creeze o cooperativă. Majoritatea participanților nu au fost interesați de crearea unei cooperative, preferând în schimb să își desfășoare activitatea ca antreprenori individuali sau sub alte forme juridice.

Provocări



COOPFIN, ITALIA

Înființarea unei cooperative necesită un număr minim de trei persoane și un capital mic de 25 EUR, în comparație cu 10.000 EUR pentru o societate cu răspundere limitată. Acest lucru face ca cooperativele să fie accesibile, dar necesită și un efort colectiv și încredere între membri. Va fi nevoie de timp pentru ca participanții să își identifice și să își integreze colegii membri ai cooperativei, iar acest interval de timp nu face parte din domeniul de aplicare al acestui proiect.

Unii solicitanți nu au putut începe imediat formarea - aproximativ 20 au avut nevoie de încurajări suplimentare pentru a se înscrie și a începe.

Campania în social media a fost lansată înainte ca platforma DIGISCOOP să fie gata; formarea a început în cele din urmă în iunie, după finalizarea platformei la sfârșitul lunii mai - ceea ce înseamnă că nu toți participanții au terminat în perioada specificată a proiectului.

Mulți participanți au avut nevoie de mesaje de reamintire pentru a-și relua progresul între module, fiind întârziați de viețile de familie agitate sau de alte angajamente. Contactul personal, nu doar imboldurile digitale, s-a dovedit vital pentru a menține grupul pe drumul cel bun - în special pe măsură ce se apropiau termenele limită ale proiectului și se apropiau obiectivele de finanțare.



COOPFIN sprijină cooperativele situate în Sardinia, Italia, prin furnizarea de servicii de finanțare și consultanță pentru a sprijini dezvoltarea antreprenorială a cooperativelor pe care le finanțează.

Din 1998, COOPFIN a finanțat aproximativ 1.000 de cooperative prin împrumuturi și capitaluri proprii. La sfârșitul anului 2016, ca urmare a reformei recente a sistemului bancar italian, COOPFIN a fost recunoscută de Banca Italiei ca instituție de microfinanțare.

În ciuda crizei din ultimele decenii, dinamica sectorului cooperativelor din Sardinia rămâne pozitivă și există o tendință către crearea de noi întreprinderi cooperative.

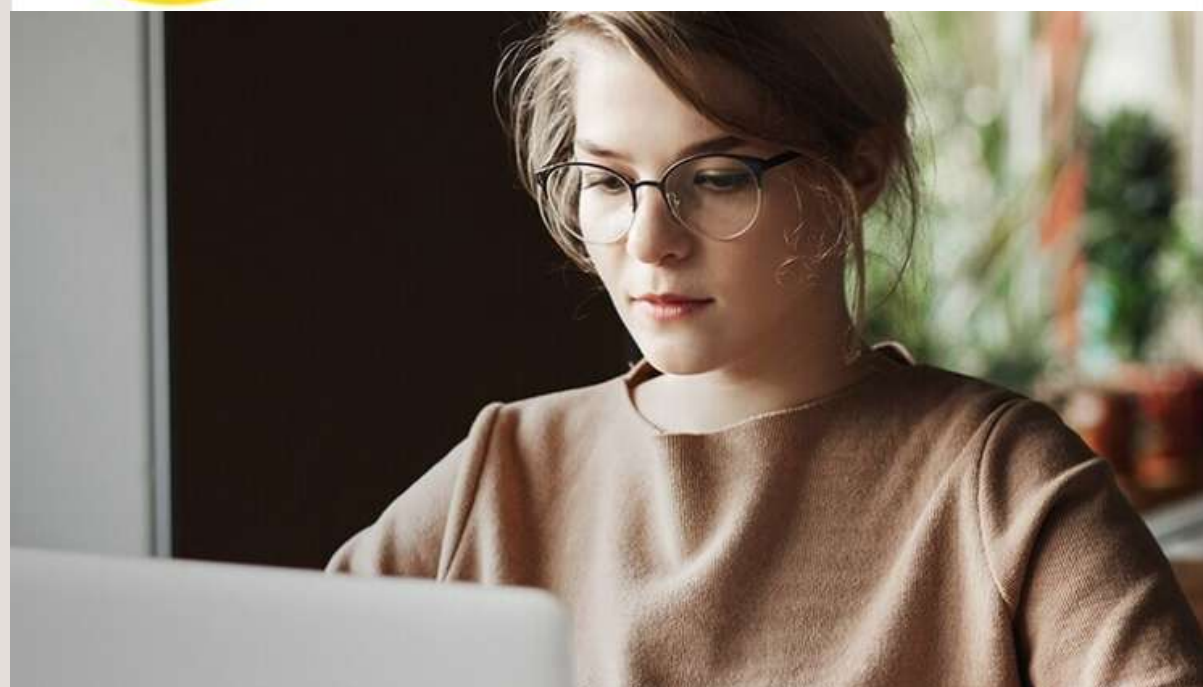
DIGISCOOP platformă



CORSO

Il percorso Digiscoop è totalmente gratuito per le partecipanti e si svolgerà in due parti e avrà aree tematiche diverse ma complementari.

 Digl.S.Coop. /



<https://digiscoop.it/il-corso/>



La digitalizzazione e il social media marketing

Principiante 8 lezioni

Gratis



Le cooperative: come funzionano, la gestione finanziaria e il marketing cooperativo

Principiante 17 lezioni

Gratis



Corso DigisCoop Parte 2

Principiante 14 lezioni

 Solo per i membri



Corso DigisCoop Parte 1

Principiante 19 lezioni

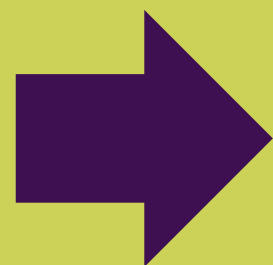
 Solo per i membri

Soluție



Toolkit N°1

1. Formare mixtă pentru a sprijini pas cu pas competențele ecologice și digitale



2. Îndrumarea microîntreprinzătorilor în alegerea soluțiilor ecologice pentru afacerile lor cu ajutorul platformelor online

Tranziție verde incluzivă

ABILITAREA ANTREPRENORILOR DIN FRANȚA



PROBLEMĂ

Pentru clienții vulnerabili, gestionarea schimbărilor radicale care au loc în prezent în domeniul tranziției verzi a Europei poate fi dificilă, iar acest lucru îi pune în situația de a nu ști cu certitudine cum să se adapteze eficient.

SOLUȚIE

O platformă completă de formare și asistență care oferă antreprenorilor informațiile necesare pentru implementarea cu succes a inovațiilor ecologice.

Un avânt pentru economia verde

În întreaga Europă, tranziția către o economie verde se accelerează, cu reglementări care remodelează modul în care comunitățile abordează sustenabilitatea. În Franța, orașele adoptă măsuri mai stricte, cum ar fi limitarea circulației vehiculelor foarte poluante și punerea în aplicare a noi legi privind reciclarea și gestionarea deșeurilor alimentare. Adie consideră că tranziția verde ține de datoria tuturor și că echitatea ar trebui să stea la baza modului în care construim un nou model social privind modul în care producem, muncim și consumăm.

Un studiu recent realizat de Adie a arătat că șase din zece dintre clienții săi doresc să contribuie la tranziția verde. Cu toate acestea, aproape jumătate dintre ei întâmpină dificultăți la accesarea informațiilor necesare pentru a implementa cu succes noile practici ecologice.

Adie își dezvoltă continuu instrumentele de formare pentru a răspunde mai bine provocărilor cu care se confruntă clienții într-un peisaj în schimbare al tranziției verzi și, în același timp, înțelege faptul că aceste servicii nu sunt universal disponibile, în mare parte din cauza lipsei de formatori, lipsă care limitează implementarea la nivel local, în special în zonele rurale, unde deplasarea poate fi costisitoare și nepractică pentru clienți.

Adie își propune să le ofere tuturor antreprenorilor - fie că sunt sau nu clienți ai Adie - abilitatea de a integra alternative durabile în activitățile lor comerciale. Această inițiativă se aliniază viziunii strategice a Adie de a pune responsabilitatea față de mediu în centrul activității sale de eliminare a barierelor din calea antreprenoriatului și de sprijinire a dezvoltării întreprinderilor.

Prezentare generală



Schimbările în curs în ceea ce privește reglementările și preferințele consumatorilor pun presiune pe antreprenori, iar aceștia trebuie să se adapteze pentru a supraviețui. Cu toate acestea, adoptarea practicilor ecologice nu este doar o necesitate, ci și o oportunitate de a reduce costurile, de a inova și de a accesa noi piețe. Abordarea inovatoare globală a Adie include:

Curs de formare online: Adie a lansat un webinar înregistrat care este scurt, ușor de înțeles, conceput pentru a avea impact, chiar și pentru cei care nu au fost expuși anterior la subiecte referitoare la mediul înconjurător. Scopul este de a face ca tranziția verde să pară nu numai posibilă, ci și benefică. Webinarul are ca scop nu numai creșterea nivelului de conștientizare, ci și oferirea unui instrument practic, orientat spre soluții, cu o promisiune puternică: adoptarea unei abordări ecologice poate reduce costurile, poate deschide noi piețe și poate consolida imaginea mărcii.

Un centru de resurse dinamic și vast: Centrul de resurse online al Adie pune la dispoziția personalului o bază de date amplă și actualizată cu soluții ecologice pe care personalul le poate utiliza pentru a îndruma clienții și care, totodată, îi permite să exploreze și să adopte în mod independent practici durabile care pot spori reziliența și dezvoltarea activității.

Sesiuni individuale de îndrumare: Aceste sesiuni individuale* se bazează pe experiența unui consultant extern specializat în transformarea ecologică pentru întreprinderile mici. Programul de îndrumare nu numai că sprijină clienții Adie care au avut nevoie de asistență personalizată și adaptată pentru a-și parcurge propria tranziție verde, ci permite și voluntarilor și consilierilor Adie să își dezvolte competențele prin observarea acestor sesiuni de îndrumare.



Înțelegerea nevoilor antreprenorilor

Pentru a înțelege mai bine nevoile clienților, Adie a desfășurat un exercițiu de ascultare atentă atât cu personalul, cât și cu clienții din diverse domenii profesionale - inclusiv comercianți, meșteșugari, restauratori și lucrători din sectorul serviciilor. La rândul său, Adie a observat sesiunile de îndrumare și personalul filialei în acțiune. În acest fel, echipa a constatat că clienții se împart în trei grupuri diferite:

- **Pionieri:** antreprenorii care sunt deja dedicați practicilor verzi și le implementează
- **Aspiranți:** apreciază sustenabilitatea pentru mediul înconjurător, dar nu au implementat încă schimbări în operațiunile lor comerciale
- **Scepticii:** rezistă ideii de tranziție verde sau consideră că modelele lor de afaceri sunt incompatibile cu aceasta.

Exercițiul de ascultare a ajutat Adie să decidă că își va dezvolta pachetul de formare și asistență ținând cont de categoria aspiranților. Și, deși majoritatea clienților săi se încadrează în această categorie, este de asemenea adevărat că, deseori, alte cerințe au prioritate în fața inițiativelor ecologice:

- **Financiare:** dificultatea de a se menține pe linia de plutire în fața valului din ce în ce mai mare al costurilor fixe, cum ar fi energia, materiile prime și chiria
- **Comerciale:** căutarea continuă a creșterii clientelei și a consolidării poziției pe piață
- **Administrative:** gestionarea operațiunilor zilnice în calitate de „soloprenori” care sunt supuși presiunii de a excela în fiecare aspect al activității lor.



Dezvoltare

|| ADIE, FRANȚA

Totodată, Adie a descoperit că există clienți care, fără să știe, mențin practici durabile datorită realităților poziției financiare sau a nivelului de educație - sau pentru că au fost forțați să respecte o nouă cerință legală. Alții sunt reticenți să evidențieze aspectele ecologice ale activităților lor, de teama că acestea ar putea părea irelevante sau nelegitime pentru clienții lor.

În general, exercițiul de ascultare a confirmat pentru Adie nevoia de orientare personalizată și practică în ceea ce privește:

- **alternativele rentabile** pentru reducerea cheltuielilor și facilitarea tranziției verzi
- **recomandări detaliate din partea experților** cu privire la strategii practice, în locul unor idei vagi
- **asistență la elaborarea de comunicări cu clienții** care să le poziționeze afacerea ca fiind una responsabilă față de mediul înconjurător.

În același timp, Adie a ajuns la concluzia că antreprenorii vor fi întotdeauna interesați de dezvoltarea afacerilor lor și că orice inițiativă ecologică trebuie să se plezească pe interesele lor comerciale. În plus, având în vedere lipsa de timp și de expertiză atât din partea antreprenorilor, cât și din partea personalului Adie, orice conținut trebuie să fie ușor de înțeles și să ofere soluții „la cheie”.

În cele din urmă, Adie a realizat o analiză aprofundată a instrumentelor existente pentru a înțelege modul în care acestea ar putea fi utile și a constatat că niciun instrument nu întrunește toate criteriile considerate „esențiale”. Aceste cerințe referitoare la instrumente includ gratuitatea; adaptarea la microîntreprinderi; să fie suficient de ample și coerente pentru a permite învățarea autonomă; axate pe crearea de beneficii eco-economice și bazate pe ciclul de viață al proiectului.



Crearea centrului de resurse

O echipă de cinci persoane a fost însărcinată cu co-crearea platformei; punctul lor de plecare a fost definirea promisiunii de valoare-nucleu: să permită antreprenorilor să își dezvolte afacerile și să își reducă costurile simplu și eficient prin implementarea de soluții ecologice. Deși instrumentul este disponibil publicului larg, Adie speră să lanseze în viitor beneficii dedicate „exclusiv clienților”, permițându-le (de exemplu) să aibă acces la reduceri speciale la furnizorii recomandați.

Pentru a da viață acestei viziuni, managerul de proiect a desfășurat mai multe inițiative cheie, inclusiv organizarea unei serii de ateliere de ideare și cartografierea funcționalităților esențiale ale platformei, precum și proiectarea detaliată a afișajelor de ecran.

În acest context, Adie și-a invitat furnizorii de servicii tehnice să construiască o versiune inițială folosind Ksaar, o platformă fără cod. Această alegere a creat două avantaje cheie: libertatea completă de a implementa actualizări fără a depinde de programul departamentului de IT și capacitatea de a crea mai multe versiuni - una pentru publicul larg și una pentru clienții Adie cu servicii gratuite, oferte exclusive și multe altele.

Pentru a dezvolta conținutul, Adie a colaborat îndeaproape cu expertul său în tranziție verde, precum și cu resurse de încredere, cum ar fi cele de la Ademe. Pe baza unui sondaj online rapid în rândul antreprenorilor, echipa a întocmit o listă de 25 de acțiuni sustenabile în 5 domenii diferite (furnizori/echipamente și utilaje/transport/energie/deșeuri), care au constituit nucleul recomandărilor integrate în instrument.

După mai multe runde de teste - efectuate cu sprijinul consilierilor Adie și al experților ecologiști - Adie a perfecționat designul și conținutul instrumentului pe baza feedbackului. Odată finalizat, instrumentul a fost aprobat de echipa de comunicare și publicat pe site-ul Adie. Lansarea oficială a inclus o lansare internă cu toți angajații și o conferință externă de debut, la care au participat peste 200 de antreprenori.



Dezvoltarea webinarului privind tranziția verde

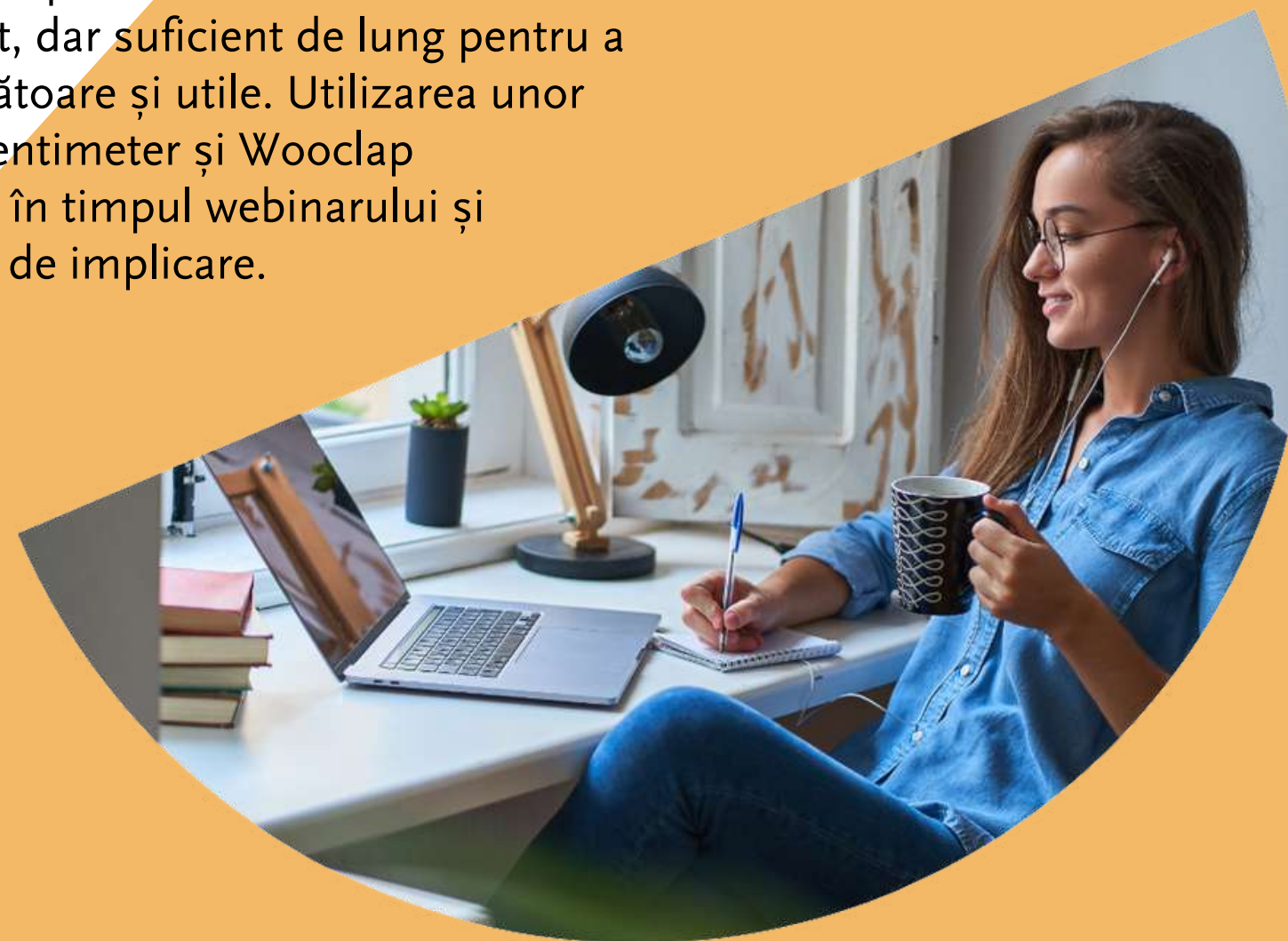
Webinarul Adie privind tranziția verde a fost conceput cu două obiective clare: să ajute spectatorii să înțeleagă că au puterea de a face diferența și că până și schimbările mici pot crea beneficii măsurabile pentru mediu - precum și alte beneficii, cum ar fi economiile de costuri, rentabilitatea îmbunătățită și o reputație mai puternică a mărcii. Atelierul are trei părți:

Operațiuni comerciale: Oferă o nouă perspectivă asupra ciclului de viață al întreprinderilor, acoperind etape precum achiziția, producția, distribuția, comunicarea și multe altele. În fiecare etapă, participanții află despre oportunitățile de a crea beneficii atât ecologice, cât și financiare.

Studiu de caz: Analizează în profunzime un aspect al ciclului de viață al întreprinderilor, și anume echipamentele și utilajele. Această secțiune interactivă încurajează participanții să ia în considerare propriile activități și să se gândească la soluțiile (închiriere, reparații, achiziționare de produse recondiționate) care s-ar putea aplica activităților lor.

Etapele următoare: Oferă participanților o privire de ansamblu asupra gamei de servicii de asistență oferite de Adie (oferte, reduceri speciale la furnizorii locali), precum și asupra resurselor externe. Scopul este de a încuraja participanții să facă pasul următor și să pună în practică ceea ce au învățat pe durata atelierului.

Pentru ca webinarul să fie cât mai accesibil și mai atractiv posibil, Adie a optat pentru un format de 45 de minute, suficient de scurt pentru a se încadra în ziua unui antreprenor ocupat, dar suficient de lung pentru a oferi informații convingătoare și utile. Utilizarea unor instrumente precum Mentimeter și Wooclap încurajează participarea în timpul webinarului și menține un nivel ridicat de implicare.



Ce a funcționat?

Vizarea strategică a beneficiarilor: Adie consideră că a fost o strategie înțeleaptă să își direcționeze serviciile către categoria „aspiranților” ecologici, mai degrabă decât către „pionieri” (care probabil au motivația și informațiile necesare pentru a reuși) și „sceptici” (care trebuie să se implice la nivelul acestui subiect). Cu toate acestea, în viitor intenționează să dezvolte resurse specifice pentru un public mai sceptic: un instrument cu acțiuni concrete care ar putea fi puse în aplicare în fiecare dintre sectoarele cheie. În teorie, punerea unei „victorii rapide” la dispoziția scepticilor, care oferă rezultate demonstrabile (în special în ceea ce privește ideea de bază) ar putea să îi motiveze să continue implementarea practicilor ecologice.

Responsabilizarea personalului prin formare: Oferirea de cursuri de formare susținute de specialiști, dirijate către personal nu numai că îi îmbunătățește competențele, dar îl și pregătește să își asume responsabilitățile pe termen lung în mod independent și cu încredere.

Crearea unei culturi a colaborării: Ședințele interne periodice permit personalului direct implicat în proiect să împărtășească feedback, asigurându-se că opiniile influențează direcția inițiativei, ceea ce îi face să contribuie activ, nu doar să participe.

Parteneriate inteligente cu aliații: De asemenea, Adie consideră că a fost benefică crearea de parteneriate cu principalii furnizori de servicii ecologice pentru a oferi soluții concrete clienților și pentru a le permite acestora să aibă acces la tarife reduse sau la alte beneficii tangibile în urma schimbării practicilor și obiceiurilor lor de cumpărare.

Succese



Feedback cu privire la centrul de resurse

Există semne încurajatoare că antreprenorii care au apelat la centrul de resurse îl consideră util și relevant. Mai mult de trei persoane îl utilizează în fiecare zi, iar peste 100 de persoane și-au exprimat interesul pentru cel puțin o acțiune sustenabilă pe care să o pună în aplicare în activitatea lor. Utilizatorii care au descărcat acțiunea „afacerea mea durabilă” revin la ea în medie de 2,2 ori - un semn puternic că această resursă este utilă.

Pentru patru dintre cele cinci teme abordate în prezent (deșeuri, energie, echipamente și furnizori) pare să existe același interes, singura excepție fiind secțiunea „transport”.

Feedbackul primit de la utilizatori până în prezent semnalează o serie de îmbunătățiri potențiale, inclusiv întrebări mai puține și mai simple, conținut adaptat în funcție de tipul de întreprindere, o hartă interactivă cu furnizori de servicii locali, parteneri și multe altele, precum și mai multe recomandări practice și oferte din partea Adie.

Feedback webinar verde

Pe parcursul celor cinci sesiuni, 166 de persoane s-au înregistrat și au participat, iar faptul că foarte puține persoane au renunțat înainte de încheierea sesiunilor reflectă interesul puternic pentru subiect.

Pe o scară de la 1 la 5, participanții au acordat sesiunii următoarele calificative:

- Satisfacția generală cu privire la atelier: 4,47
- Facilitare: 4,6
- Relevanța subiectului în raport cu nevoile: 3,7
- Dorința de a afla mai multe despre tranziția verde: 4



Feedbackul calitativ cu privire la sesiuni a inclus:

- Facilitare clară și dinamică
- Bun echilibru între informare și participare
- Format scurt apreciat
- Interes puternic pentru ponturi și exemple concrete

Sugestiile au inclus:

- „Foarte bine explicat, mai e nevoie doar de puțin timp.”
- „Ar fi bine să separăm mai bine subiectele.”

Povratne informacije o coachingu

Programul de îndrumare a sprijinit 42 de clienți și a format nouă voluntari. Feedbackul a fost în general pozitiv, clienții evaluând serviciul cu un scor de 5,6 din 6. Pe parcurs, organizația și-a modificat strategia pentru a se asigura că persoanele potrivite au acces la serviciile sale de îndrumare. Inițial, Adie a apelat la rețeaua sa (voluntari și consilieri) pentru a trimite clienți care ar putea fi interesați de mentorat, dar acest lucru nu a dat roade. Cu toate acestea, o corespondență direcționată către o bază de date de aproximativ 500 de persoane care au fost finanțate în 2024 și care au dat semnale că sunt interesate de durabilitate.

În ciuda acestui fapt, și așa cum se întâmplă adesea în cazul serviciilor gratuite, Adie s-a confruntat cu un număr mare de „absențe”: în timp ce inițial fuseseră rezervate 80 de sesiuni, acestea au dus doar la 42 de sesiuni de îndrumare.

Cei care au putut participa au fost foarte implicați, 100 % dintre ei dorind mai multe sesiuni de îndrumare în viitor, iar 64 % au raportat că sesiunea le-a stimulat idei suplimentare pentru tranziția lor verde.



Aspecte care nu au funcționat

Adie a întâmpinat o serie de dificultăți, inclusiv:

- Utilizarea platformei „fără cod” a condus la producerea unui centru de resurse care nu era ușor de utilizat și a cărei estetică este sub nivelul site-ului principal al ADIE.
- Obiectivul inițial al echipei a fost de a dezvolta 40-50 de soluții specifice, dar în cele din urmă a decis să se concentreze pe 25 de soluții mai largi, care să poată fi aplicate pe scară largă și să inspire o gamă largă de tipuri de antreprenori.
- Utilizatorii web sunt descurajați de blocurile prea mari de text, astfel încât echipa a trebuit să sintetizeze problemele complexe la o statistică cheie (de exemplu: 42 % dintre persoanele care locuiesc pe o rază de 1 km de întreprinderea lor încă se deplasează cu mașina), însoțită de o scurtă explicație și un link către detalii suplimentare.
- Termenul de „tranziție verde” este împovărat emoțional: el stârnește fie o dorință de acțiune, fie o dorință de retragere. Pentru a evita această capcană, Adie a optat să își încadreze programul în acțiuni ecologice care îmbunătățesc rezultatele financiare.



Provocări

adie

Adie este o IMF care sprijină antreprenorii vulnerabili din Franța. De asemenea, oferă microcredite și leasing social pentru a sprijini mobilitatea socială. Pe de altă parte, Adie are un angajament puternic față de serviciile nefinanciare și oferă formare pentru a răspunde nevoilor clienților săi: asistență administrativă, dezvoltarea afacerilor, marketing digital și competențe antreprenoriale. Totodată, Adie oferă suport individual clienților săi prin îndrumare, asistență administrativă și o linie telefonică directă pentru a răspunde întrebărilor clienților.

În ultimii 35 de ani, rețeaua sa de specialiști (în prezent 902 angajați și 1176 de voluntari) a finanțat și a asistat antreprenori, lucrând pentru o economie mai responsabilă din punct de vedere social în Franța metropolitană și în teritoriile sale de peste mări.

Afaceria mea durabilă

Mon entreprise durable

🕒 5 min Gratuit

En 5 minutes, trouvez des conseils pratiques, sur-mesure et écologiques pour réduire vos factures et atteindre de nouveaux clients

Démarrer



Démarrer

Video al studiului de caz



Soluție



Chatbot-ul Hermina

UN COPILOT DIGITAL PENTRU AFACERI MAI ECOLOGICE

PROBLEMĂ

Informațiile din online referitoare la tacticile de afaceri ecologice și sustenabile sunt dispersate, prea tehnice, greu de înțeles și rareori se găsesc în limba locală.

SOLUȚIE

Informațiile din online referitoare la tacticile de afaceri ecologice și sustenabile sunt dispersate, prea tehnice, greu de înțeles și rareori se găsesc în limba locală.

Nivelarea cunoștințelor ecologice ale antreprenorilor

Herrmina este un chatbot cu IA de tip LLM (Large Language Model) pe platforma de servicii financiare OMRO (Filbo) care îi învață pe micii întreprinzători modul prin care investițiile ecologice și durabile pot aduce beneficii afacerii lor. Prezintă idei, reglementări și strategii complexe prin explicații clare și interacționează într-un mod prietenos și conversațional. Hermina se adaptează, de asemenea în funcție de necesități, de exemplu trecând în limba engleză.

Acest chatbot bazat pe cloud a fost construit folosind tehnologii de ultimă generație: ChatGPT 4.0, Azure Bot Service, OpenAI și Azure Cloud—și a fost instruit folosind o cantitate mare de date, inclusiv articole privind sustenabilitatea de pe site-uri oficiale, taxonomia UE și cadrele ESG.

Utilizatorii pot primi răspunsuri în timp real la întrebările lor legate de investițiile ecologice și sustenabile, pot afla informații despre noile tehnologii și pot primi feedback în timp real

legat de ideile lor de afaceri. Aceștia află, de asemenea, despre posibilele beneficii (financiare sau de alt tip) ale împrumutului Filbo Green. Împrumutul Green (până la 12 €oK) este elementul de bază al portofoliului verde al Filbo; acesta finanțează eficiența energetică, energia regenerabilă și respectarea standardelor de emisii (la o rată a dobânzii mai mică decât cea aplicată celorlalte produse Filbo). Acestea fiind spuse, Filbo afirmă clar faptul că, deși pe aceeași pagină web găsim atât Hermina, cât și împrumutul său Green apar, își vede chatbot-ul ca un instrument educațional și nu doar ca un instrument de vânzări. De aceea, Hermina orientează clienții către parteneri de încredere din sectorul ecologic pentru a le oferi instrumentele și sprijinul de care au nevoie pentru a-și alinia proiectele la obiectivele ecologice, explorând în același timp opțiunile Împrumutului Green (verde) oferit de Filbo.

Prezentare generală



Cercetarea și proiectarea chatbot-ului

Echipa de IT a OMRO a avut expertiza tehnică necesară pentru a conduce efortul de dezvoltare, care a început cu investiții semnificative de timp pentru testarea și compararea amănunțită a tehnologiilor disponibile, inclusiv Azure Bot Service, OpenAI, ChatFast și Azure Cloud). După realizarea Hermina, echipa a abordat provocarea de a configura și gestiona eficient chatbot-ul într-un mediu cloud. În ceea ce privește conținutul, echipa a început prin a defini biblioteca de informații (din sectoarele publice, private și terțe) cu care o va instrui pe Hermina. De asemenea, a identificat proiectele ecologice care urmau să fie promovate și s-a asigurat că Hermina poate sugera diferite opțiuni pentru clienții care nu au un proiect anume în minte, pe baza domeniului lor de activitate.

OMRO a intervievat clienții și a constatat că aceștia erau interesați să se orienteze către sustenabilitate, dar nu dețineau cunoștințele și îndrumările necesare pentru a face acest lucru. Echipa a colectat feedback de la agenții de vânzări pentru a înțelege nevoile și perspectivele acestora. În 6 luni, echipa a ajuns la stadiul de Produs minim viabil (MVP) și a continuat cu testarea și ajustarea modelului printr-o strânsă colaborare cu agenții de vânzări, clienții, experții în materie de ecologizare și furnizorii locali de servicii ecologice.

Explorarea parteneriatelor ecologice

La început, echipa de dezvoltare a vrut să înțeleagă dacă utilitatea Herminei ar putea fi extinsă dacă ar oferi exemple și sfaturi despre proiecte ecologice în afara celor pe care Filbo le poate sprijini prin proiectul său de împrumut Green. Spre exemplu, Filbo nu îi poate ajuta pe clienți să recicleze vechile telefoane, dar Hermina le poate vorbi clienților care caută idei de proiecte, despre importanța unei economii circulare și poate semnaliza utilizatorilor Flip, o societate românească care repară și revinde telefoane uzate și stricate. Hermina oferă clienților și informații despre FAER, partenerul OMRO din Transilvania. Potențial, această semnalizare va demonstra clienților că dedicarea Filbo față de inițiativele ecologice depășește vânzarea produsului său de împrumut Green.

Dezvoltarea



Lansarea Împrumutului

Filbo a creat pe site-ul său web o pagină dedicată pentru împrumutul Green și chatbotul Hermina. Pagina prezintă caracteristicile împrumutului, explică cine este eligibil și cum se poate aplica, oferă un calculator de împrumut la îndemână și linkuri către cererea de împrumut. Chatbot-ul Hermina vă stă la dispoziție pentru a răspunde la orice întrebare a clienților cu privire la proiectele ecologice pe care Filbo le sprijină prin finanțare sau cu privire la subiecte ecologice mai generale.

Atragerea interesului public

Filbo a conceput trei campanii publicitare noi pentru a o promova Hermina și pentru a genera contacte pentru împrumutul Green. Având în vedere interesul relativ scăzut pentru subiectele legate de sustenabilitate în România, echipa de marketing a Filbo a optat pentru o abordare inovatoare și experimentală. Atragerea atenției asupra unui subiect pe care mulți încă nu l-au abordat în mod activ a reprezentat o provocare, însă echipa a văzut acest lucru ca pe o oportunitate de a învăța și de a se adapta, testând formate noi și stiluri creative de mesaje pentru a determina ce rezonază cu publicul țintă.

Hermina de la Filbo

Solar panels are a great way to reduce carbon footprint and save on energy. They capture solar energy and converting it into electrical or thermal energy. There are two main types: photovoltaic panels and thermal panels. Do you have a specific project in mind? 🌱

Great choice! Installing solar panels can significantly reduce your energy consumption and carbon footprint. Here are the steps:

1. Choose a suitable location with maximum sun exposure.
2. Install the mounting system.
3. Attach the panels.
4. Connect the inverter to convert the energy.
5. Connect to the grid.

Would you like more details on the installation process or financing options?

Financing environmental projects with Filbo Green

You can take out a loan of up to **RON 6,000,000** and benefit from a **preferential interest rate lower** than our standard loans for any environmental project you want to implement.

Don't have a project in mind? No worries! Hermina can recommend one for you!

Apply now

Ce s-a întâmplat?

Între perioada august 2024 - mai 2025, Hermina a purtat 312 conversații. Interesant, mai mult de jumătate din aceste conversații au avut clienți care nu au avut proiect anume în minte. Printre cei care au avut un proiect, cele mai populare subiecte au fost instalarea panourilor solare, mașinile electrice și soluțiile agricole ecologice, cum ar fi sistemele de irigații și mijloace de producție agricolă sustenabile. Atunci când un client își exprimă interesul de a aplica pentru un împrumut Green, Hermina simplifică procesul, punând la dispoziție un formular simplu pentru a înregistra detaliile sale, care sunt predate imediat unui agent de vânzări.

Succese

Ce cred clienții?

Filbo a colectat feedback-ul clienților prin intermediul unui sondaj, care a arătat că, deși clienții erau interesați să se orienteze către sustenabilitate, nu dețineau cunoștințele și îndrumările necesare pentru a face acest lucru. Acest lucru a evidențiat o oportunitate importantă pentru furnizarea de resurse și sprijin educațional.





Ce a funcționat?

O strategie care s-a remarcat a implicat crearea de conținut publicitar de scurtă durată, în special secvențe mai scurte un minut, în trend cu tendințele actuale. Prezentarea unei persoane reale care vorbește direct în fața camerei a adăugat o notă personală, promovând reportarea și încrederea care au atras în mod eficient telespectatorii. Secvența a fost concepută pentru a răspunde la patru întrebări esențiale:

- Ce definește o companie sustenabilă?
- De ce este o provocare pentru antreprenorii români să adopte practici sustenabile?
- Cine este Hermina și care este rolul acesteia în sustenabilitate?
- Cum pot fi finanțate ideile ecologice?

Prin structurarea conținutului în jurul acestor întrebări esențiale, mesajele au rămas concise, atractive și informative. Această abordare a încurajat curiozitatea, răspunzând în același timp nevoilor locale, prezentând sustenabilitatea într-o manieră abordabilă și accesibilă. Pentru a asigura o acoperire mai mare, secvența a fost distribuită pe Facebook, Instagram și LinkedIn (exploatând platformele pe care publicul este cel mai activ și receptiv) și a vizat persoanele cu vârste cuprinse între 25 și 65 de ani interesate de întreprinderile mici, întreprinderile nou-înființate, serviciile financiare, afaceri, antreprenariat și administrarea afacerilor.

Secvența s-a dovedit a fi vedeta campaniei, generând 33.456 de păreri, 18.376 de utilizatori unici și 1.175 de „clicuri pe cerneală” prin care utilizatorii au putut începe să discute cu Hermina.

Hermína's outreach

Filbo a anticipat inițial sute de interacțiuni lunare și împrumuturi multiple pe lună, însă aceste așteptări s-au dovedit prea ambițioase (34 de conversații și 0,66 împrumuturi pe lună, în primele 9 luni). În ciuda promovării de anvergură, angajamentul a fost sub așteptări. Subiectul sustenabilității, aflat încă la început în România, ar putea fi principalul obstacol. Acestea fiind spuse, factorii externi, cum ar fi invazia continuă a Ucrainei, anularea alegerilor prezidențiale și ascensiunea politicii extremiste, au perturbat economia, umflând prețurile și marginalizând tranziția ecologică pentru multe întreprinderi mici.

Privind în urmă, OMRO a recunoscut necesitatea unei mai bune educații privind sustenabilitatea în România. Pentru a realiza aceasta, Hermína a fost concepută pentru a oferi o bază de date cuprinzătoare de resurse. Feedback-ul a arătat că potențialul de reducere a costurilor rămâne principalul factor care determină micile întreprinderi să ia în considerare inițiativele ecologice. Drept răspuns, OMRO intenționează să integreze în Hermína un calculator de amprentă, oferind clienților informații exacte referitoare la economiile potențiale, consolidând astfel stimulentele acestora de a adopta practici sustenabile.



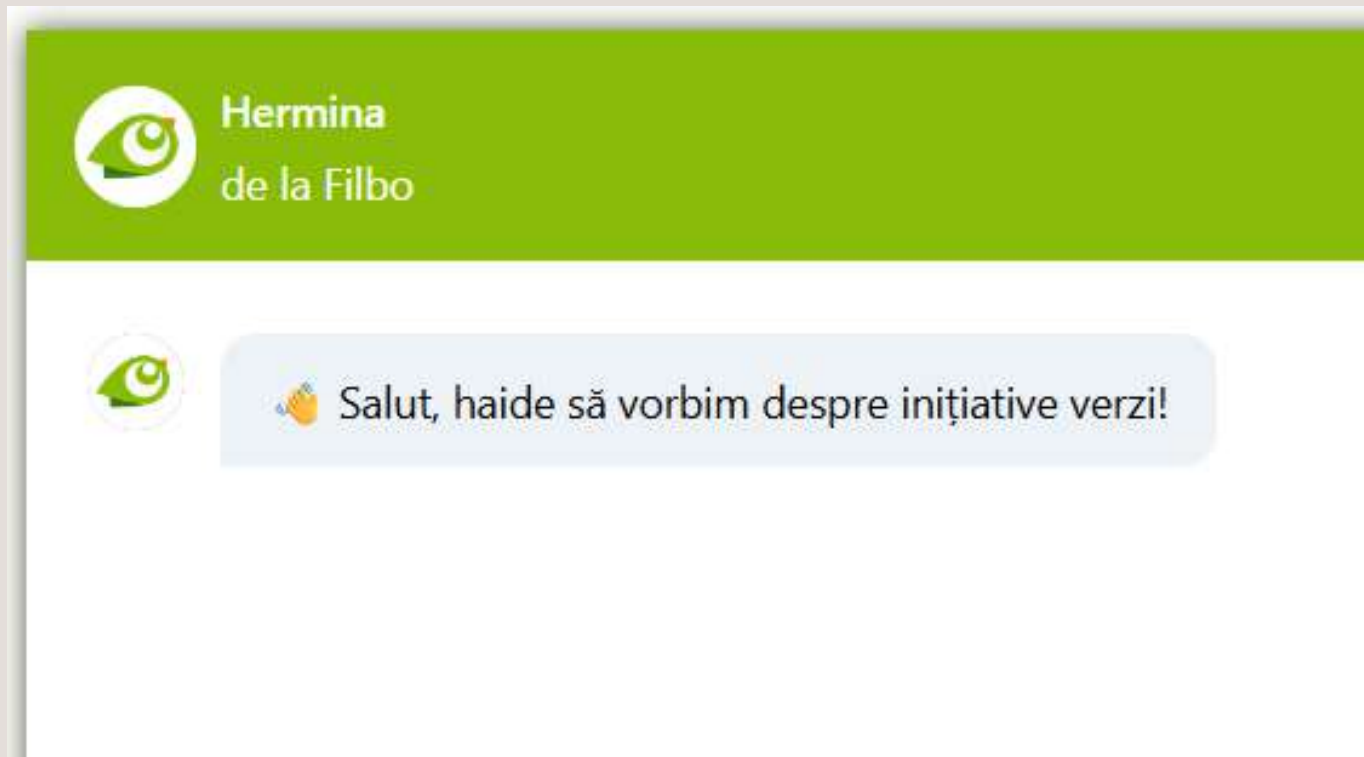
Filbo, o marcă înregistrată a OMRO (o instituție financiară non-bancară), oferă o soluție simplă de finanțare digitală cu timp rapid de aprobare pe piață și având misiunea de a ajuta micii antreprenori și de a le duce afacerile la #NextLevel.

Viziunea OMRO este de a contribui la o societate în care toți oamenii au posibilitatea de a-și construi o viață împlinită, cu demnitate și scop. Își propune să devină cea mai importantă platformă independentă de micro-finanțare din România.

OMRO oferă soluții financiare care responsabilizează și susțin persoanele defavorizate și excluse din punct de vedere financiar pentru ca acestea să-și transforme viețile, viitorul copiilor lor și al comunităților lor.

Provocări

Hermina Chatbot

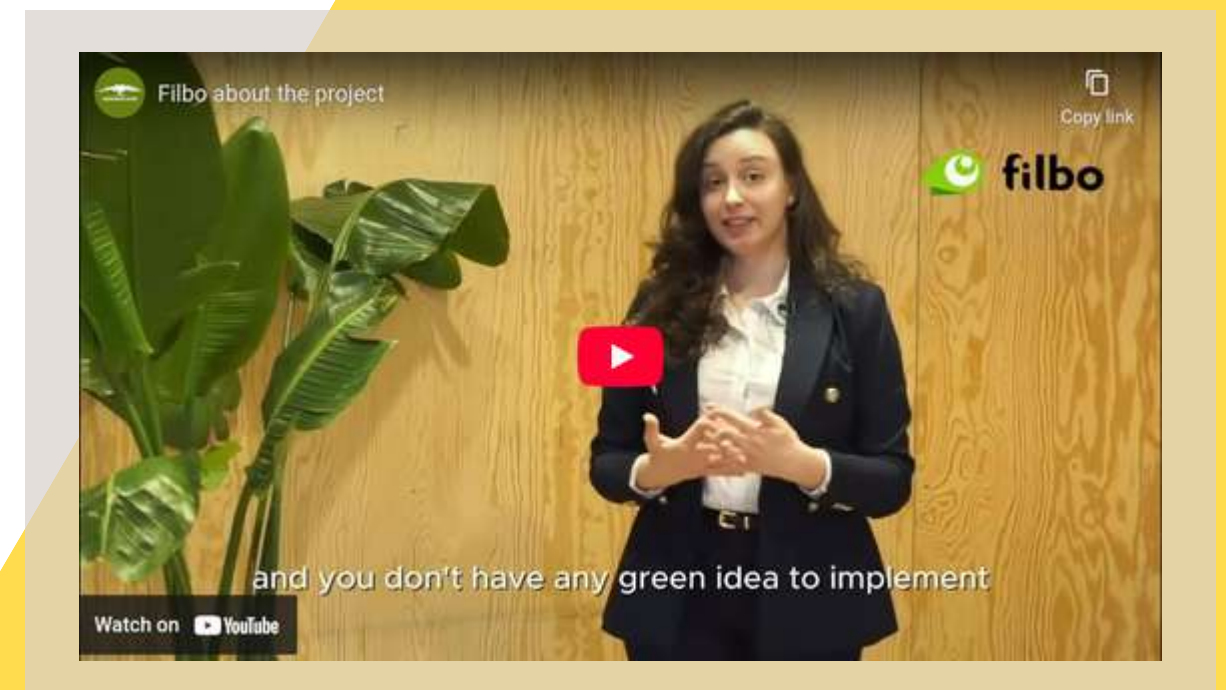


<https://filbo.ro/finantare-proiecte-meniu/>

*If you would like to talk to Hermina in English,
please ask the chatbot to switch to English.*

Soluție

Pagina web a studiului de caz & video





Lectii învățate

Ce a funcționat

- Mai mulți parteneri au dezvoltat **soluții durabile**, cum ar fi platforme digitale, formare internă pentru personal și formare integrată pentru clienți în cadrul proceselor operaționale (de exemplu, în timpul plății împrumutului).
- **Webinarele** s-au dovedit eficiente **pentru sensibilizare**, dar interacțiunea **față în față** a rămas esențială **pentru inițiere și angajament susținut**.
- Beneficiarii au fost mai susceptibili de a adopta noi competențe sau instrumente atunci când au văzut **câștiguri** financiare sau operaționale clare, eventual împărtășite cu **exemple concrete de la colegii lor**.

Ce a fost dificil

- Un ciclu de proiect de 12 luni a fost adesea **prea scurt** pentru a obține o susținere solidă pentru tranziția ecologică sau digitală sau pentru a dezvolta și a extinde pe deplin soluții inovatoare (de exemplu, chatbots sau platforme de e-learning).
- Mulți clienți, în special femei și întreprinzători din mediul rural, **nu aveau încredere în mediul digital și se fereau de sistemele online**, în special pentru sarcinile financiare.
- Canalele exclusiv digitale au condus la abandon; **contactul uman** (prin vizite pe teren sau grupuri WhatsApp) a fost esențial pentru fidelizare. Studiul 3Bank a arătat că 54% dintre fermieri nu puteau semna contracte digitale fără ajutor personal.
- **Experiența limitată și conștientizarea redusă** a beneficiilor sau a oportunităților de finanțare încetinesc adoptarea.

Ce trebuie făcut în continuare

- **Sensibilizați din timp:** Utilizați personalul de încredere (de exemplu, ofițerii de credite), social media (de exemplu, pagina de Facebook a FDPA) și exemple din viața reală pentru a educa și motiva.
- **Combinați instrumentele digitale cu sprijinul uman:** coaching-ul la fața locului, grupurile inter pares și mentoratul creează încredere și siguranță.
- **Segmentați audiențele și adaptați abordările:** Identificați nivelurile de pregătire și adaptați-le în consecință.
- **Demonstrați impactul:** utilizați exemple din viața reală și stimulente pentru a demonstra valoarea.
- **Monitorizați și adaptați-vă:** urmăriți implicarea, colectați feedback (OMRO a lansat un ghid ca recompensă pentru răspunsurile la sondajele de satisfacție) și perfecționați strategiile în mod continuu (MicroLab și Coopfin și-au ajustat programele la mijlocul proiectului pe baza contribuțiilor participanților).

Proiectul Transform Together Fund este cofinanțat de UE. Punctele de vedere și opiniile prezentate în cadrul acestuia aparțin exclusiv autorului (autorilor) și nu le reflectă neapărat pe cele ale Uniunii Europene sau ale Comisiei Europene. Uniunea Europeană sau Comisia Europeană nu poate fi trasă la răspundere pentru acestea.



Co-funded by
the European Union

