

Toolkit N°1

Online platforme i webinar: inovativna obuka za digitalne poslovne vještine i zelenu tranziciju



Co-funded by
the European Union

Projekt Transform Together Fund je sufinanciran sredstvima Europske unije. Stavovi i mišljenja izneseni u ovom dokumentu isključivo su stavovi autora i ne odražavaju nužno stavove Europske unije ili Europske komisije. Ni Europska unija ni Europska komisija ne mogu biti odgovorne za njih.

Socijalne inovacije za pravednu zelenu i digitalnu tranziciju, projekt iz fonda Transform Together

PROBLEM

Primjećuje se da su ključne ciljne skupine socijalne ekonomije zaostale u zelenoj i digitalnoj tranziciji u Europi. To se posebno odnosi na najranjivije: mikropoduzetnike, osobe s niskim primanjima, migrante, žene. Nedostaju im znanja i vještina za uvođenje digitalnih i/ili zelenih rješenja koja bi mogla proširiti njihovo poslovanje i/ili ih učiniti otpornijima na klimatske promjene i prijetnje okolišu.

OTOPINA

Projekt Transform Together Fund riješio je ove probleme podržavajući aktere socijalnih financija u osmišljavanju, testiranju i implementaciji rješenja koja mogu pomoći ciljnim skupinama da premoste jaz. U ovom alatu predstavljamo deset naprednih organizacija (Adie – Francuska, Confeserfidi – Italija, Coopfin – Italija, FAER – Rumunjska, FDPA – Poljska, Microlab – Italija, Filbo/OMRO (Rumunjska), SIS Credit – Bugarska, 3Bank – Srbija, Patria Credit – Rumunjska), koje su razvile praktična rješenja za podršku mikropoduzetnicima i poljoprivrednicima – posebno onima iz ranjivih skupina – u jačanju njihovih zelenih i digitalnih sposobnosti.

[Projekt Transform Together Fund](#), koji sufinancira Europska unija, provodili su Mikrofinancijski centar (MFC) i Cerise+SPTF od kolovoza 2023. do srpnja 2025. Devet organizacija dobilo je bespovratna sredstva u iznosu do 50.000 eura za testiranje pilot inicijativa u različitim lokalnim kontekstima, a dodatno je Patria Credit s projektom podijelila svoju inspirativnu priču o izgradnji partnerstava i inovativnih inicijativa. Osim financiranja, MFC i Cerise+SPTF omogućili su primateljima bespovratnih sredstava da sudjeluju u obukama i razmjeni kolega sa sastancima na licu mjesta u Parizu, Varšavi i Bruxellesu, mjesečnim uzajamnim učenjem, tromjesečnim tečajevima podučavanja i redovitom podrškom.

Važnost izgradnje digitalnih poslovnih vještina za ranjive skupine

Poduzetnici se kreću kroz digitalnu transformaciju s mješavinom uspjeha i izazova. Međutim, napredak je i dalje spor, posebno za mikropoduzetnike, poljoprivrednike i žene.

Ograničavajući čimbenici

Nedostatak digitalnih vještina: Mikropoduzetnicima često nedostaje vremena, novca ili ljudskih resursa za ulaganje u digitalne alate ili osposobljavanje, imaju manji pristup IT podršci ili digitalnim konzultantima. Njihove digitalne vještine često su samouke i usmjerene na neposredne poslovne potrebe. Zabrinuti su za sigurnost podataka.

Nedostatak svijesti: Zbog značajnog jaza u znanju o prednostima digitalizacije, nedostatka svijesti ili razumijevanja, mnogi mikropoduzetnici ne planiraju ulaganja u digitalna rješenja.

Rodni jaz: Žene se posebno suočavaju sa znatnim nedostatkom digitalnih vještina. Mikropoduzetnice često pokazuju niže razine digitalne pismenosti u usporedbi s muškim kolegama, što može ometati njihovu sposobnost učinkovitog natjecanja u digitalnom gospodarstvu.

Posljedice

Smanjena konkurentnost: Te prepreke i nedostaci vjerojatno pridonose smanjenju konkurentnosti, s ograničenom sposobnošću prilagodbe sve digitalnijem tržištu, ograničenom prisutnošću i poslovanjem na internetu, smanjenim pristupom informacijama (tržišna cijena, tržišna rješenja) i mrežama ključnih aktera (supermarketi, prodavači, konzultanti).

Ograničen pristup financiranju: Mnoge financijske institucije sada zahtijevaju određenu razinu digitalnih sposobnosti od tvrtki koje traže zajmove ili bespovratna sredstva. Nadalje, u nekim se zemljama potencijalni pristup subvencijama može povezati s kapacitetom za otvaranje računa ili povezivanje s internetskim platformama.

Vrijednost digitalizacije

Digitalna transformacija jedinstvena je prilika za povećanje učinkovitosti, poboljšanje pristupa globalnim tržištima i poticanje inovacija.

Digitalne vještine ključne su za poslovni uspjeh: Stjecanje digitalnih vještina omogućuje mikropoduzetnicima da poboljšaju svoju sposobnost pokretanja i rasta poduzeća te im pružaju konkurentski napredak za bolje snalaženje u digitalnom krajoliku: digitalni marketing, korištenje platformi za e-trgovinu, učinkovita interakcija s kupcima putem društvenih medija, analitika podataka itd.

Pandemija bolesti COVID-19 istaknula je važnost digitalnih kapaciteta. Mikropoduzetnici s boljim digitalnim vještinama bili su otporniji tijekom krize jer su se mogli okrenuti internetskoj prodaji i održavati poslovanje kada su fizički izlozi bili zatvoreni. Razvijanjem tih vještina poduzetnici se pripremaju za buduće gospodarske šokove i povećava njihova sposobnost stvaranja zaštitnih slojeva likvidnosti.

Digitalna vještina sve je više povezana s pristupom financiranju i resursima: mikropoduzetnici s poboljšanim digitalnim vještinama mogu bolje iskoristiti dostupna financijska sredstva i upravljati složenim okvirima financiranja i regulatornim okvirima.

Poboljšanje digitalnih vještina pomaže u premošćivanju rodnog jaza: omogućavanje poduzetnicima pristup internetskim tržištima, a digitalni alati pomažu im u donošenju informiranih odluka o usvajanju novih tehnologija, potiču veće sudjelovanje u gospodarstvu i promiču rodnu ravnopravnost u poslovnom vodstvu. Osim toga, programi obuke mogu uliti samopouzdanje i poboljšati osjećaj samopoštovanja u poduzetničkim ulogama.

Važnost izgradnje zelenih vještina

Mikropoduzetnici se suočavaju s brojnim izazovima u pogledu održivosti svojih projekata, a zelena tranzicija općenito nije u njihovom djelokrugu rada. Međutim, integracija izazova klimatskih promjena i prijetnji okolišu postala je nužna za suočavanje sa stvarnim rizicima, podršku krajnjim kupcima i usklađivanje s novim regulatornim okvirima.

Ograničavajući čimbenici

Sumnje u troškovnu učinkovitost: Mikropoduzetnici su zabrinuti kako bi ekološke promjene mogle utjecati na njihove prihode: rastući troškovi proizvodnje (npr. skuplji materijal iz biološkog izvora) ili smanjenje prinosa (npr. loša žetva koja nije podržana kemikalijama), ograničenja vođena zakonodavstvom i ograničenjima povezanim s klimom (npr. ograničenja za vozila s motorima s unutarnjim izgaranjem, ograničenja u upotrebi pesticida), promjene u ponašanju potrošača (npr. odbacivanje otrovnih ili ekološki štetnih proizvoda, davanje prednosti ekološkim i održivim alternativama).

Nedostatak svijesti: iako su mikropoduzetnici možda svjesni ekoloških problema, to nije nužno njihov glavni prioritet i ne vide svoju potencijalnu ulogu u podupiranju zelene tranzicije.

Nedostatak informacija: zelena tranzicija zahtijeva dobro poznavanje problema i niza rješenja za rješavanje rizika. Većina mikropoduzetnika nije svjesna puta kojim bi mogli krenuti i vrijednosti koju on može donijeti njihovom poslovanju.

Posljedice

Smanjeni angažman: većina mikropoduzetnika u ciljnoj skupini nerado sudjeluje u zelenoj tranziciji i ne predviđa alternativna rješenja za svoje poslovanje.

Ograničena usklađenost sa zelenim okvirima: mikropoduzetnici mogu preuzeti rizik od neusklađenosti s regulatornim zahtjevima (ESG propisi) ili ograničenim odgovornim praksama koje se očekuju od potencijalnih financijera ili tehničkih partnera.

Vrijednost zelene tranzicije

Dodatne koristi: smanjenje troškova ključno je za klijente koji razmišljaju o zelenoj tranziciji. Ovo je prvi element koji će ih uvjeriti da se angažiraju. Mikropoduzetnici će imati koristi od boljeg upravljanja resursima (voda, papir, kemikalije itd.), smanjenja potrošnje energije (poboljšana izolacija, električni uređaji, bicikli uz automobile itd.), održivijih proizvoda (čvrsti solarni paneli, učinkovita postprodajna podrška za popravak, recikliranje itd.).

Odgovornost i angažman za dugoročnu održivost: uključivanje u zelenu tranziciju može se vrednovati i kroz komunikaciju s partnerima ili klijentima o njihovoj predanosti odgovornim praksama i zelenoj tranziciji za bolju budućnost.

Set alata br. 1 fokusiran je na inovativnu obuku za digitalne poslovne vještine i zeleni prijelaz.

Skup alata br. 2 usmjeren je na dosezanje poljoprivrednika i ruralnog stanovništva za digitalnu i zelenu tranziciju.

|| Toolkit N°1 - Online platforme i webinar: inovativna obuka za digitalne poslovne vještine i zelenu tranziciju

Ovaj priručnik usredotočuje se na to kako kombinirana obuka i digitalne platforme za samousluživanje mijenjaju način na koji klijenti mikrofinanciranja mogu razviti zelene i digitalne vještine. Opisuje 5 alata ili pristupa koje su implementirali Conferserfidi (Italija), Microlab (Italija), CoopFin (Italija), Adie (Francuska) i Filbo (Rumunjska).

1. Kombinirana obuka za podršku zelenim i digitalnim vještinama korak po korak

1.1 Trening za zelene poslovne prakse. Podrška za održivu budućnost – Confeserfidi (Italija)

1.2 EmpowerHer. Digitalni alati za održivost poslovanja – MicroLab (Italija)

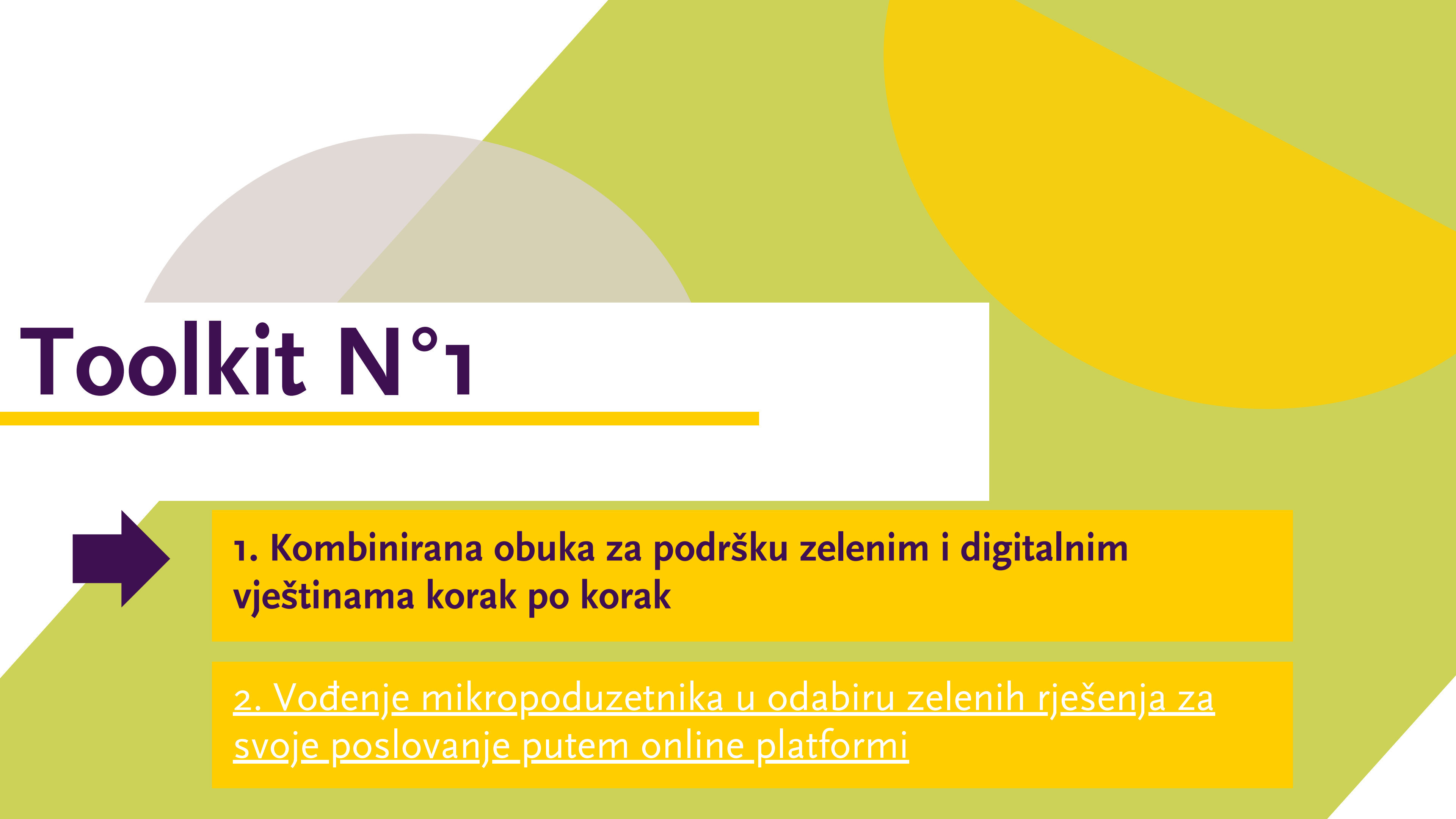
1.3 Digitalne vještine za uspjeh. Obuka za ženske zadruge na Sardiniji – Coopfin (Italija)

2. Vođenje mikropoduzetnika u odabiru zelenih rješenja za svoje poslovanje putem online platformi

1.4 Uključiva zelena tranzicija. Osnaživanje poduzetnika iz Francuske – Adie (Francuska)

1.5 Hermina Chatbot. Digitalni kopilot za ekološkije poslovanje Filbo (Rumunija)

Naučene lekcije
iz projekta



Toolkit N°1



1. Kombinirana obuka za podršku zelenim i digitalnim vještinama korak po korak

2. Vođenje mikropoduzetnika u odabiru zelenih rješenja za svoje poslovanje putem online platformi



Trening za zelene poslovne prakse

Podrška za održivu budućnost

PROBLEM

Mikropoduzetnici na Siciliji suočavaju se s preprekama u prihvatanju zelenih inicijativa zbog financijskih, društvenih i znanja povezanih barijera, pri čemu su najviše pogođene ranjive skupine poput žena, migranata i mladih ljudi.

RJEŠENJE

Program potpore koji uključuje podizanje svijesti o ESG-o (okoliš, društvo i upravljanje), reviziju, obuke, mentorstvo i mreže za međusobno učenje.

Zelenim putem do održivosti

Sektor mikropoduzeća na Siciliji (koji čini 80 % baze klijenata Confeserfidija) koncentriran je na trgovinu, usluge i poljoprivredu — i suočava se sa značajnim izazovima. Regija ima niži BDP po stanovniku u usporedbi s nacionalnim prosjekom te visoku stopu nezaposlenosti mladih i ograničen pristup financiranju. Mikropoduzeća na Siciliji također zaostaju za onima u sjevernoj Italiji u pogledu stope usvajanja digitalnih tehnologija. Dodatni izazov predstavlja i veličina neformalne ekonomije, koja djeluje izvan regulatornih i finansijskih sustava

Primjena ESG kriterija nije samo regulatorna obveza, već i alat za ublažavanje ekonomskih ranjivosti i otključavanje održivog rasta. Confeserfidi promiče model u kojem je održivost dostupna čak i najmanjim poduzećima.

Confeserfidijev pristup omogućuje ranjivim poduzetnicima da usvoje zelene tehnologije i održive poslovne modele. Na primjer, integriranjem metoda za povećanje konkurentnosti, ta poduzeća mogu postići bolje rezultate na javnim natjecajima, ostvariti bolji pristup subvencioniranom financiranju putem zelenih kreditnih inicijativa te izgraditi jaču reputaciju unutar svojih mreža — uključujući klijente, banke i dobavljače. Na primjer, jedno poljoprivredno poduzeće koje je koristilo ESG rejting uspješno je dobilo zeleni kredit i uključilo se u održivi opskrbni lanac.

Uz ove konkretne ekonomske koristi, program stvara i društvene promjene promicanjem ženskog poduzetništva, dosezanjem do migranata, mladih i drugih marginaliziranih skupina, pomažući klijentima u osnivanju organizacija s društvenom svrhom i osiguravajući napredak ruralnih zajednica.

Pregled



Dopiranje do ciljane skupine

Confeserfidi je započeo definiranjem ciljane skupine za ovu inicijativu:

- Ranjivi mikropoduzetnici s ograničenim znanjem o ESG temama
- Žene koje se suočavaju sa sistemskim preprekama u poduzetništvu
- Migranti s jezičnim i integracijskim izazovima
- Mladi koji traže održive prilike
- Poduzetnici s niskim prihodima i ograničenim digitalnim vještinama

Za prijavu, korisnici su trebali ispuniti online obrazac u kojem su naveli podatke o veličini svog poslovanja, godišnjem prometu, interesu za održivost i digitalnoj spremnosti. Kako bi osigurao što širi doseg, Confeserfidi je surađivao sa sveučilištima, lokalnim nevladinim organizacijama, vođama zajednica, migrantskim udrugama i organizacijama koje podržavaju žene. Kandidati koji su ušli u užu izbor pozvani su na razgovor pred komisijom koja je procjenjivala njihovu predanost zelenoj tranziciji.

Prednost su imali oni koji dolaze iz sektora osjetljivih na okoliš (poljoprivreda, prehrambena industrija, tekstil) i poduzeća s visokim potencijalom za društveni/ekološki utjecaj.

Provedba

Trening za podizanje svijesti o zelenim temama

Projekt je organizirao radionice za podizanje svijesti kako bi mikropoduzetnicima približio činjenice o klimatskim promjenama, održivosti i stvarnim učincima na njihovo poslovanje. Ove interaktivne radionice organizirane su u suradnji s lokalnim sveučilištima i stručnjacima za zelene politike, a obuhvatile su široku publiku – uključujući arhitekte, nastavnike, inženjere i vlasnike mikropoduzeća.





Revizije održivosti

Kako bi se novostečena svijest korisnika o utjecaju na okoliš stavila u kontekst, projekt je ponudio prilagođene konzultantske usluge za procjenu i poboljšanje ekološke učinkovitosti. Korišten je upitnik kojim su se identificirali nedostaci i prednosti unutar ESG dimenzija. Radi uključivosti, alat je dostupan i online i u fizičkom obliku. Specijalizirani tim ESG savjetnika i financijskih konzultanata proveo je detaljne revizije koje su rezultirale konkretnim, personaliziranim preporukama.

Tijekom provedbe projekta, tim je proveo 50 revizija mikropoduzeća iz različitih sektora kao što su trgovina, poljoprivreda, obrtništvo i usluge. Preporuke su uključivale praktična unapređenja poput prelaska na energetske učinkovitu rasvjetu, ugradnje solarnih panela, optimizacije politika gospodarenja otpadom i praćenja potrošnje energije na učinkovitiji način.

Trening o zelenim rješenjima

Između ožujka i prosinca 2025. održano je šesnaest radionica i webinar koji su okupili više od 400 sudionika s ciljem istraživanja ESG principa, učinaka klimatskih promjena i mogućnosti u području održivog financiranja.

Događanja su bila interaktivna, uključivala su studije slučaja, svjedočanstva i sesije pitanja i odgovora, a 92 % sudionika ocijenilo ih je korisnima ili vrlo korisnima. Žene su činile 60 % sudionika, dok je 30 % bilo mlađe od 35 godina. Mnogi sudionici izrazili su interes za učenje o mogućnostima financiranja zelenih inicijativa.

Forum o održivosti

Telegram forum zajednice „GreenShift”, koji je moderirao voditelj projekta, postao je dinamično središte za 46 uključenih mikropoduzetnika. Nudi im prostor za razmjenu resursa, dijeljenje prilika za financiranje zelenih projekata, objavljivanje ažuriranja o događanjima i razmjenu praktičnih savjeta o ekološkim praksama poput gospodarenja otpadom i korištenja održivih materijala. Kako bi se ova zajednica razvila i održala, voditelji projekta su svakom sudioniku radionica slali direktne pozivnice te koristili strategije igre (gamifikacije) poput digitalnih znački za poticanje dijeljenja resursa. Članovi GreenShifta također imaju ekskluzivan pristup tjednom sadržaju koji objavljuju voditelji radionica.



Revizije

Na temelju iskustva tima tijekom projekta, zaključeno je da je potrebno pojednostaviti upitnike korištene u revizijama kako bi ih lakše mogli ispuniti korisnici s ograničenom digitalnom pismenošću. Također, pokazalo se da su osobne revizije, koje aktivno uključuju vlasnika poduzeća, učinkovitije i pružaju dublji uvid u postojeće prakse i mogućnosti za poboljšanje.

Dvostruki pristup

Virtualna zajednica može biti korisna, ali kako bi zaista imala učinka, mora biti povezana sa stvarnim iskustvima i interakcijama unutar zajednica i među ljudima. Drugim riječima, organizacije koje podržavaju korisnike ne smiju gledati digitalni i fizički svijet kao alternativne puteve, već kao dvije paralelne staze koje se trebaju istodobno razvijati kako bi se ostvario stvaran, dugoročan i uključiv učinak.

Lekcije



Proširena podrška za zelene inicijative

Kako bi održao zamah projekta, Confeserfidi razmatra osnivanje Green Tech inkubatora u suradnji sa sveučilištima i posvećenim volonterima. Ova inicijativa ima za cilj poticanje stvaranja, rasta i konsolidacije inovativnih poduzeća usmjerenih na postizanje pozitivnog utjecaja na okoliš. Stvaranjem dinamičnog ekosustava za razvoj zelenih rješenja, inkubator ne bi samo pretvarao revolucionarne ideje u održiva poduzeća, već bi i doprinosio stvaranju ekološke, ekonomske i društvene vrijednosti.

Dodatno, jačanjem suradnje s financijskim partnerima (poput Europske investicijske banke), Confeserfidi bi mogao korisnicima pružiti proširenu podršku, uključujući financijsku pomoć, praćenje i mentorstvo.



Confeserfidi je financijski posrednik pod nadzorom Talijanske narodne banke, osnovan 1998. godine. Confeserfidi, sa sjedištem na Siciliji, kooperativna je financijska institucija čija je misija ponuditi napredna financijska rješenja i usluge savjetovanja za mala i srednja poduzeća te profesionalce, s naglaskom na inovacije i dostupnost.

Njegova mreža uključuje preko 14.013 članova (stanje u 2024. godini), uglavnom mikro i mala poduzeća, posebno iz sektora trgovine (40 %), usluga (14 %) i poljoprivrede (13 %). Iako mu je glavno sjedište na Siciliji (gdje se nalazi 80 % članova), djeluje na nacionalnoj razini. Ključne aktivnosti i usluge uključuju:

- Jamstva za zajmove (uzajamna i izravna, B2B) radi poboljšanja pristupa financiranju.
- Usluge mikrofinanciranja u skladu s Kodeksom dobre prakse Europske unije:
- Usluge razvoja poslovanja za podršku poduzetništvu
Edukacija i savjetovanje o procjeni i primjeni ESG kriterija
- Razvoj digitalnih kapaciteta, pri čemu je većina usluga dostupna online

Sljedeći koraci

Projekt Green Shift



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

Web stranica studije slučaja



Rješenje



EmpowerHer

DIGITALNI ALATI ZA ODRŽIVOST POSLOVANJA

PROBLEM

Brze promjene u digitalnom okruženju predstavljaju velik izazov za poduzetnice koje se često suočavaju s nedostatkom osnovnih digitalnih vještina potrebnih za razvoj poslovanja i očuvanje konkurentnosti.

RJEŠENJE

Sveobuhvatan online program obuke i mentoriranja osnažuje tvrtke u vlasništvu žena digitalnim alatima.

Unapređenje digitalnih poslovnih vještina žena

Podizanje digitalnih poslovnih vještina žena
Poticanjem usvajanja e-trgovine i besprijekorne integracije najsuvremenijih digitalnih alata, ova inicijativa osnažuje tvrtke u vlasništvu žena da održivo i učinkovito rastu u tržišnom okruženju koje se brzo mijenja.

Projekt EmpowerHer, dio Fonda Transform Together, nudi kombinaciju obuke i mentoriranja osmišljenu kako bi osnažila poduzetnice.

Kombiniranjem strukturiranih obrazovnih modula s individualnim vođenjem, program ženama pruža jedinstvenu priliku za stjecanje ključnih znanja uz personaliziranu podršku u stvarnom vremenu kako bi naučeno primijenile u svom poslovanju.

Program obuke neprimjetno uključuje digitalne vještine u svaki aspekt poduzetništva, naglašavajući važnost strategije i prilagodljivosti u korištenju specifičnih alata. Sudionice uče promatrati digitalne alate kao podršku — dostupna i praktična rješenja čija se puna vrijednost otkriva kad se koriste za osmišljavanje, analizu i stalno unapređenje operativne strategije.

Pregled



Svaki modul osmišljen je da bude interaktivan i koristan, uključujući 14 zanimljivih lekcija u ukupnom trajanju od 18 sati. Online obuke održavaju se putem Zooma, čime se osigurava pristupačnost i suradnja u stvarnom vremenu među sudionicama. Sudionice također dobivaju pristup The Academy (MicroLabova e-learning platforma), koja sadrži videolekcije, nastavne materijale i dodatne tekstove za čitanje. Kako bi učenje bilo dinamično, završne provjere znanja obavezne su za otključavanje sljedećih modula, što MicroLabu omogućuje točno praćenje napretka sudionica.

Tijekom osam mjeseci sudionice dobivaju individualizirano vođenje s fokusom na ključne aspekte poput izrade održive poslovne strategije, postavljanja ostvarivih ciljeva, oblikovanja marketinških strategija, inoviranja razvoja proizvoda, savladavanja financijskog planiranja i izgradnje održivih modela rasta. Mentorske sesije (jedan sat mjesečno) nude izbor virtualnih ili fizičkih sastanaka, čime se osigurava fleksibilnost i praktičnost za zauzete vlasnice tvrtki.

Kako bi se potaknula suradnja i započeli smisleni razgovori, sudionice sudjeluju na umrežavanjima koja se održavaju svaka tri mjeseca. Ova okupljanja osmišljena su kako bi potaknula inspiraciju, razvila partnerstva i otvorila nova vrata za poslovne prilike.

MODUL	TEME	ALATI
Poduzetništvo i digitalni	Upravljanje projektima Business Model Canvas za planiranje i strukturiranje poslovnih ideja	Trello, Asana, Miro
Online marketing i prodaja	Softver za analizu ciljnih skupina i CRM za upravljanje digitalnim prodajnim lijevkom	Google Analytics, Meta Insights, Salesforce, Zoho
Unaprjeđenje komunikacije	Email marketing, alati za online oglašavanje za komunikacijske kampanje	Mailchimp, Google Ads, Meta Ads, Instagram, LinkedIn, TikTok, ChatGPT, Canva
Upravljanje poslovanjem i novčanim tokom	CRM za upravljanje odnosima s kupcima, računovodstveni softver za praćenje novčanog toka	Salesforce, Zoho, Cash Flow
Pristup financiranju	Crowdfunding platforme, upravljanje financiranjem, CRM za strateško upravljanje poslovnim odnosima	HubSpot, Zoho, Bigin, Brevo, Agile CRM, Bitrix24
Održivi rast	Mjerenje održivog utjecaja za procjenu korporativne održivosti	Digitalna kontrolna lista za procjenu ekološke i društvene održivosti

Izgradnja modula

Program obuke EmpowerHER pažljivo je razvijan tijekom tri mjeseca. Lokalni mentori i stručnjaci za obuku dobrovoljno su dali svoje vrijeme kako bi zajedno s MicroLabovim timom mentora sukreirali kurikulum. Ključne odluke u oblikovanju bile su:

- Provesti analizu potreba među 70 žena, pri čemu je 43 odgovorilo da postoji velika potražnja za digitalnim i održivim vještinama, čime se oblikovao fokus sadržaja.
- Restrukturirati izvornih 7 modula u 6 kako bi se digitalni alati i koncepti utkali kroz cijeli program, umjesto da se predstave svi odjednom u jednom modulu.
- Angažirati MicroLab mentore otpočetka za zajednički razvoj sadržaja i izradu alata za samoprocjenu vještina.

Privući sudionice

Kako bi potaknuo interes, MicroLab je pokrenuo javni poziv za poduzetnice da predstavljaju svoje inovativne poslovne ideje. Inicijativa je istaknuta na web stranici MicroLaba i promovirana putem Meta, Instagrama, LinkedIna i TikToka koristeći zanimljive objave i promotivni video. MicroLab je također organizirao Instagram Live gdje su detalji programa predstavljeni u interaktivnom formatu. Ciljane oglasne kampanje na Meti i Instagramu osigurale su da poziv na akciju dosegne široku publiku.

Odabir prijava

Proces odabira bio je osmišljen tako da bude temeljit, kako bi se osiguralo da sudionice u potpunosti budu posvećene programu i iskoriste sve prednosti ovog interaktivnog procesa. Ovaj višestupanjski pristup uključivao je:

- **Motivacijsko pismo:** Prijaviteljice su pozvane da napišu vođeno motivacijsko pismo u kojem opisuju svoju motivaciju, ravnotežu poslovnog i privatnog života, potrebe za edukacijom te iznesu svoje poslovne ambicije. Time su dobile priliku pokazati svoj entuzijazam i usklađenost s ciljevima projekta te dokazati da imaju potrebnu fleksibilnost za punopravno sudjelovanje u projektnim aktivnostima.
- **Interaktivni webinar:** One čija su pisma pokazala ispunjavanje uvjeta dobile su priliku istaknuti se na online sastanku. Ova zanimljiva sesija omogućila im je da predstavljaju svoje ideje, povežu se s organizatorima i pokažu spremnost za sljedeću fazu na svom putu.

Razvoj

Obuka

Dvotjedne obuke održavale su se putem Zooma (s pauzom u kolovozu) u 18:00 sati, u trajanju do 1,5 sat. Ove obuke vodilo je šest mentora, a svakoj se pridruživalo 30–35 sudionica, uz snimke dostupne na platformi The Academy za one koje nisu mogle prisustvovati uživo.

Mentorstvo

Od samog početka sudionice su uparene s jednim od 32 mentora koji su nudili prilagođeno vođenje i savjete kako bi unaprijedili poduzetničke vještine žena, pomogli savladati prepreke i postavili temelje za dugoročan poslovni uspjeh. Nakon svakog obrazovnog modula, sudionice su imale koristi od 1–2 sata fokusiranog mentoriranja unutar dva tjedna, čime su osigurale da stečeno znanje mogu odmah primijeniti u vlastitom poslovanju.

Umrežavanje

MicroLab je organizirao dvije radionice umrežavanja uživo kako bi ojačao vrijedne veze među sudionicama. Jedan mentor imao je zadatak poticati osjećaj zajedništva među sudionicama. Kreirana je posebna WhatsApp grupa za dijeljenje linkova, ideja i korisnih resursa. Do kraja programa, sudionice su zamoljene da grupa ostane aktivna kako bi se međusobno nastavile podržavati, razmjenjivati informacije, savjete i prilike — pa čak i pokretale nove zajedničke projekte.

Provedba



Što se dogodilo?

Projekt je u početku bio zamišljen za 40 sudionica (uključujući 20 budućih poduzetnica). Od 98 početnih prijava, njih 47 je na kraju imalo priliku sudjelovati u projektu: 38 Talijanki, 2 državljanke EU i 7 žena izvan EU, u dobi od 21 do 65 godina. Povećanje broja sudionica imalo je cilj spriječiti da eventualni odustanci ugroze provedbu (i zaista, 5 sudionica je odustalo tijekom procesa).

Odbijene prijaviteljice upućene su na alternativne putove za razvoj poslovanja unutar MicroLaba (npr. financiranje stručnog osposobljavanja za strane državljanke) ili drugdje (npr. početno financiranje putem ImpactHuba, prakse za žene bez iskustva u odabranoj djelatnosti ili informativni događaji i webinar i koji im pomažu jasnije definirati smjer i ciljeve).

Nakon svakog modula, sudionice su testirane na usvojenost gradiva. Rezultati su uspoređeni s početnim upitnikom za samoprocjenu (koji je služio kao polazna točka). Impresivno, sudionice su pokazale prosječan rast razine vještina od 2,03 na ljestvici od 1 do 5, pri čemu su žene s višim stupnjem obrazovanja zabilježile još veći napredak. Među grupom budućih poduzetnica, transformacija je bila posebno izražena jer su postigle prosječno poboljšanje od 2,13 bodova u svih 6 modula. Od 24 buduće poduzetnice koje su završile projekt, 2 su pokrenule novo poslovanje do kraja projekta. Ostale su postigle značajan napredak u definiranju svojih poslovnih modela, procjeni ekonomske održivosti i planiranju aktivnosti te očekuju formalno pokretanje poslovanja u kratkom roku.

Uspjesi



Što su klijenti rekli?

Sudionice su pohvalile kako je WhatsApp grupa programa postala živahno središte interakcije i zajedništva, gdje su članice rado dijelile prilike, razmjenjivale ideje i međusobno se podržavale tijekom cijelog programa. Sudionicama se to toliko svidjelo da su zatražile nastavak grupe i nakon završetka projekta.

Za sudionice migrantskog porijekla, prilika da se susretne s lokalnim poduzetnicima svih profila — ne samo migrantima — bila je vrlo vrijedna, što je dodatno naglasilo važnost integracije migranata u svim projektima, bez obzira na temu.

Inicijativa mentorstva pokazala se temeljem uspjeha projekta, dijelom i zato što su mentori redovito odvajali vrijeme za timske sastanke na kojima su raspravljali o strategiji i izazovima. Mentori planiraju replicirati ovaj pristup u budućnosti, čime pokazuju vrijednost kombiniranja digitalne obuke i personaliziranog mentoriranja. Rad na evaluaciji i kvalitativnoj analizi (dnevници, testovi itd.) poslužit će i kao metodološka osnova za buduće projekte.

Što je funkcioniralo?

Postavljanje ljestvice na odgovarajuću razinu:

Program je odabrao obećavajuće kandidatkinje prema dva glavna kriterija: predanost uz održivost poslovne ideje. Program je odabrao obećavajuće kandidatkinje prema dva glavna kriterija: predanost uz održivost poslovne ideje. Štoviše, jedan od ciljeva projekta bio je ispitati djeluje li model EmpowerHer jednako učinkovito za obje skupine. Rezultat je bio pozitivan: procjene nakon završetka programa pokazale su da su obje skupine sudionica imale koristi od programa u usporedbi s početnim stanjem. Iako su postojećim poduzetnicama polazišne vještine uglavnom bile nešto razvijenije, najveće razlike u rezultatima prije i poslije programa bile su povezane s obrazovnom podlogom, a ne s poduzetničkim statusom.

Iskorištavanje stručnosti: Zajednički trud za oblikovanje kurikula između mentora i korisnica iz drugih MicroLab inicijativa osigurao je da program odgovara specifičnim potrebama svojih sudionica. Ovaj proces uključivao je dvije brainstorming radionice i prateći događaj na kojem su mentori podijelili svoja osobna iskustva u podršci mentoriranim poduzetnicama.



Dodatno, više od 70 žena poduzetnica i budućih poduzetnica iz MicroLab mreže pružilo je povratne informacije koje su dodatno obogatile i pomogle prilagoditi raspored i organizaciju sesija.

Dodatno usklađivanje u posljednji tren: Kako bi se osiguralo da kurikulum u potpunosti odgovara znanju i nedostacima sudionica (i kako bi se dobila polazna procjena), svim sudionicama podijeljen je upitnik prije obuke. Ova anketa otkrila je snažnu razinu znanja u područjima poput kreiranja sadržaja, osnova poduzetništva, oglašivačkih kampanja, strategija financiranja, korisničkog putovanja, e-trgovine i Business Model Canvas. Međutim, istaknula je i nedostatak samopouzdanja u poslovnim strategijama — područje koje je dobilo najniže ocjene.

Opremljen ovim uvidima, MicroLab je značajno prilagodio nacrt kurikula kako bi bolje odgovarao potrebama sudionica. Sadržaj sedmog modula, o digitalnim alatima, bio je integriran u svih šest prethodnih modula o upravljanju poslovanjem, prodaji, komunikaciji, financijama kako bi sudionice istovremeno učile koncepte i alate za njihovu praktičnu primjenu.

Prilagodba u stvarnom vremenu: MicroLab-ova sposobnost da tijekom radionica brzo prilagodi i oblikuje kurikulum temeljila se na povratnim informacijama sudionica, čime se osiguralo da sadržaj ostane svjež i izravno usklađen s njihovim promjenjivim potrebama. Ovaj pristup pretvorio je svaku radionicu u interaktivno iskustvo u kojem su personalizirani uvidi i praktične primjene osnaživali sudionice i održavali njihovu motivaciju visokom.

Pametno povezivanje mentora i mentoriranih: Prijavni proces dao je korisne uvide u osobnost i poslovni profil svake sudionice, što se koristilo za povezivanje s odgovarajućim mentorom. Međutim, ovaj pristup pokazao se prezahtjevnim za rutinsko ponavljanje unutar MicroLab-ovih redovnih aktivnosti zbog nedostatka naprednih alata za brzu obradu velike količine podataka prikupljenih prijavama



Iako projekt nije imao većih propusta, pojavilo se nekoliko izazova koji su dodatno zakomplicirali provedbu:

PREVELIKA KOLIČINA PODATAKA

Iako su detaljni uvidi sudionica bili neprocjenjivi za prilagodbu kurikuluma, ručna obrada tako opsežnih podataka pokazala se zahtjevnom i maksimalno opteretila kapacitete osoblja. Bez naprednih IT alata, ovaj je zadatak bio daleko zahtjevniji nego što se očekivalo.

PRAĆENJE

Platforma za učenje nije omogućavala učinkovito praćenje napretka polaznica putem prilagođenih izvještaja. Zbog toga je osoblje MicroLaba moralo uložiti značajnu količinu vremena kako bi prikupilo potrebne informacije.

UPRAVLJANJE KOMPROMISIMA

Iako je edukativni sadržaj bio precizno prilagođen potrebama sudionica, ta razina specifičnosti nehotice je smanjila njegovu širu primjenjivost. Kako bi platforma u budućnosti učinkovito služila raznim grupama poduzetnika, bit će potrebno razviti dodatni sadržaj kako bi se osigurala relevantnost za širu publiku i očuvala dugoročna korisnost.

Izazovi



Uvidi za sutra i dalje

Ključna lekcija koja se iz ovoga izdvaja jest da se transformativna snaga ovakvih programa jača kada se kombinira s pristupom financijskim uslugama, bilo u obliku zajmova ili bespovratnih sredstava.

Za druge organizacije koje žele ponuditi integrirane programe obuke i mentoriranja, MicroLab daje sljedeće preporuke:

- **Povezati digitalno s ljudskom interakcijom:** Online alati najbolje funkcioniraju kada su upareni s osobnim kontaktom koji pruža individualizirane povratne informacije i aktivno slušanje stručnjaka.
- **Dati prednost razumijevanju i jasnoći:** lušanje potreba i jasno objašnjavanje programa povećali su motivaciju i angažiranost sudionica. Slušanje potreba i jasno objašnjavanje programa povećali su motivaciju i angažiranost sudionica.

- **Pružanje dosljedne podrške:** Vidljiva podrška osoblja i mentora smanjila je broj odustajanja i izgradila povjerenje.
- **Struktura gradi povjerenje:** Jasan raspored i organizirani materijali donijeli su dodatnu sigurnost tijekom procesa učenja.
- **Uravnoteživanje kvalitete s fleksibilnošću:** Profesionalni standardi u kombinaciji s prilagodljivošću osigurali su relevantnost i brzu reakciju na potrebe.
- **Poticanje samosvijesti:** Samoprocjena prije obuke pomogla je sudionicama da prepoznaju svoj potencijal.
- **Poticanje cjelovitog razvoja:** Osim vještina, program je poticao samopouzdanje i neovisnost.
- **Planiranje unaprijed za potrebe podataka:** Učinkovito praćenje i evaluacija zahtijevaju posebne alate i resurse od samog početka.

Od 2003, udruga MicroLab potiče socijalnu uključenost kroz podršku samozapošljavanju, profesionalno usmjeravanje i financijsku edukaciju putem mentorstva i obuke.

MicroLab je volonterska udruga s 55 volontera i 5 zaposlenih diljem Italije. MicroLab je obučio preko 8.000 ljudi i pružio karijerno usmjeravanje za više od 1.000 studenata. Program je usmjeren na ekološku tranziciju, digitalizaciju i podršku za digitalizaciju malih i srednjih poduzeća (MSME).

MicroLab pruža podršku onima koji žele pronaći ekonomsku neovisnost pokretanjem posla ili pronalaskom pristojnog zaposlenja. MicroLab podupire financijsku i radnu uključenost migranata i izbjeglica te poduzetničke inicijative za žene preživjele obiteljsko nasilje. Također, podržava financijsko obrazovanje u školama.

Preporuke

EmpowerHer – Obuka



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

Rješenje

Web stranica studije slučaja & video





Digitalne vještine za uspjeh

Obuka za ženske zadruge na Sardiniji

PROBLEM

Ograničene mogućnosti formalnog obrazovanja u ruralnim područjima prisiljavaju žene na nesigurno samozapošljavanje.

RJEŠENJE

Sveobuhvatan program obuke o digitalnim poslovnim vještinama i upravljanju zadrugama, osmišljen kako bi pomogao ženama da pokrenu ili ojačaju zadruge kao put prema sigurnom zaposlenju.

Novi paket podrške

COOPFIN osnažuje žene u ruralnim dijelovima Sardinije pružajući im ključne digitalne poslovne vještine potrebne za razvoj postojećih ili pokretanje novih zadruga. Program nudi dinamičnu kombinaciju obuke i mentorstva iz područja digitalnih i zadrugarskih upravljačkih vještina. Ova inicijativa ima za cilj potaknuti sudjelovanje žena na tržištu rada kroz osnivanje novih zadruga koje koriste digitalne alate za uspjeh na današnjem tržištu.

Paket podrške kombinira interaktivnu online i uživo edukaciju s individualnim mentorstvom i pristupom financijskim uslugama.

Pregled

Online obuka

Sadržaj obuke organiziran je kroz dva tečaja, svaki s 8 modula.

Digitalne vještine	Vještine upravljanja zadrugama
1. Korištenje digitalizacije za razvoj poslovanja 2. Uvod u društvene mreže 3. Izrada Meta stranica i upravljanje statistikom 4. Stvaranje sadržaja za društvene mreže, izgradnja glasa brenda i pisanje za web 5. Izrada kampanja i praćenje rezultata na Meti 6. Korištenje Instagrama za osobne i poslovne profile, dijeljenje dokumenata, označavanje lokacija, hashtagovi i marketing 7. Korištenje LinkedIna, izrada osobnih profila, pretraživači, bloganje i kreiranje poslovnih stranica 8. Izrada komunikacijskog plana i upravljanje društvenim mrežama 9.	1. Povijest, koncept i načela zadruga 2. Vrijednosti, prava i odgovornosti člana zadruge 3. Izrada poslovnog plana zadruge (1. dio) 4. Izrada poslovnog plana zadruge (2. dio) 5. Upravljanje projektima zadruge 6. Financijsko upravljanje u zadrugama 7. Marketing u zadrugama 8.8. Donošenje odluka u zadrugama i upravljanje imovinom zadruge

Ovih 16 modula isporučuje se u obliku unaprijed snimljenih video treninga u trajanju od 30 do 60 minuta. Sesije kombiniraju govorne prezentacije s osnovnom teorijom i studijama slučaja koje prikazuju kako teoriju primijeniti u praksi. Sudionici koriste platformu DIGISCOOP kako bi korak po korak prolazili kroz module, prelazeći na sljedeći tek nakon kratkog testa znanja s pet pitanja i davanja povratne informacije o završenom modulu

Obuka uživo

Sudionici mogu pristupiti obuci uživo u malim grupama tek nakon što polože test znanja iz završnog online modula, a edukacija se održava u prostorijama zadruge. Ova obuka uživo osmišljena je kako bi se otklonile sve nejasnoće koje sudionici mogu imati o sadržaju s interneta. Svaki je sudionik pohađao dva različita modula iz svakog od dva tečaja; svaki modul trajao je četiri sata i bio je prilagođen potrebama i interesima grupe.

Mentorska podrška u praksi

Treća faza projekta poziva sudionice da naprave sljedeći korak: planiranje i pokretanje vlastitih zadruga, uz stručnu podršku i individualizirani rad s jednim od četiri mentora. Svaki je mentor podržavao 7 ili 8 sudionika kroz 3 do 5 sastanaka uživo, kao i putem e-poruka, telefonskih poziva i poruka. Kao i svi COOPFIN-ovi volonterski mentori, i ovi su mentori bili stručnjaci iz zadružnih udruga s područja Sardinije.



Dizajn programa obuke

COOPFIN je angažirao osam vanjskih stručnjaka koji su, zajedno s dvoje zaposlenika, osmislili pametno strukturiran online kurikulum, koji su sudionici mogli pratiti samostalno. Rad na ovom programu trajao je od veljače do srpnja 2024. Teme iz digitalnih vještina odabrali su stručnjaci na temelju svog iskustva s novim poduzetnicima u strukovnim obrazovnim programima. Teme iz zadrugarskog upravljanja definirali su zajednički COOPFIN i stručnjaci iz zadružnih udruga. Za COOPFIN, ovo je bila prilika da se razvije korisni edukacijski materijal koji će imati vrijednost i nakon završetka projekta. Po pokretanju, COOPFIN je koristio povratne informacije sudionika za dodatno prilagođavanje edukativnih videa. U početku su sadržaji prilagođeni temeljem obrazaca za procjenu potreba koje su sudionici ispunili. Nakon početnih pet online modula, COOPFIN je prikupio dodatne povratne informacije i dodatno prilagodio preostale module prema komentarima polaznika. Ovaj pristup osigurao je da edukacija bude u skladu s potrebama stvarne publike.

Razvoj

Nova e-learning platforma, DIGISCOOP, ima i vlastito web-mjesto (www.digiscoop.it), koja sadrži informacije o projektu i obrazac za prijavu. Web-mjesto izrađeno je u WordPressu i dodatno prilagođeno uz pomoć dodataka kako bi odgovaralo potrebama programa.



Promocija podrške

Provedena je promotivna kampanja kroz više kanala kako bi se dosegla šira i raznovrsna publika. Uoči pokretanja online tečaja, COOPFIN je organizirao i live događaj na Meti s ciljem privlačenja pažnje i omogućavanja interaktivnih pitanja i odgovora. Tijekom 25-minutnog prijenosa, potencijalni polaznici mogli su postavljati pitanja tročlanom COOPFIN-ovom panelu o tečaju, ciljevima i sadržaju. Ukupno je 370 osoba pokazalo interes za program.

Promotivne aktivnosti podržali su COOPFIN-ovi partneri (npr. Legacoop Oristano, Confcooperative Nuoro i Cagliari), koji su podijelili informacije na svojim web-mjestima i društvenim mrežama.

Kako bi se dodatno povećala vidljivost, COOPFIN je organizirao i promociju na fizičkim lokacijama zadruga, koristeći postere i letke s jasnim porukama.

Potencijalni polaznici potaknuti su da posjete web-mjesto projekta i ispune obrazac interesa — u kojem su mogli unijeti osnovne informacije o poslovnoj ideji, adresi, obrazovanju i zanimanju.

Odabir korisnica

U odabiru su prednost imale žene iz ruralnih područja koje su bile nezaposlene, tražile nove prilike i pokazivale interes za zadrugarstvo. Evaluacijski postupak također je dao prednost mlađim sudionicama, ženama s nižim stupnjem obrazovanja te onima koje djeluju u lokalnim gospodarskim sektorima (npr. turizam, poljoprivreda i prehrana, umjetnost i kultura). Kriteriji za odabir za fazu edukacije uživo bili su: spremnost poslovne ideje, uvjeti za osnivanje zadruge, trenutno članstvo u zadrugi koja treba izradu poslovnog plana.



Što se dogodilo?

COOPFIN je ukupno zaprimio 134 iskaza interesa. Od toga, 101 žena se registrirala na platformi DIGISCOOP. Ukupno 75 ih je završilo online module. Ukupno 32 sudionice završile su edukaciju uživo, a 17 ih je dobilo mentorsku podršku u praksi. Na kraju programa: 2 postojeće zadruge su ojačane, 3 nove zadruge su osnovane, uključujući prodavaonicu higijenskih proizvoda, stilistički obrt i zadrugu iz socijalnog sektora koja pomaže obiteljima djece s autizmom.

Od samog početka, ove nove zadruge aktivno koriste društvene mreže za povezivanje s širom publikom. Platforme poput Meta i Instagrama pokazale su se ključnima za angažman korisnica — među njima i stilistica koja je prikupila preko 800 pratitelja na Instagramu.

Što su rekle korisnice?

U naknadnim intervjuima sa 17 sudionica iz pet zadruga koje su prošle cijeli DIGISCOOP program, istaknuta je jasna poruka: program je uvelike oblikovao njihove poslovne ideje i ojačao njihovo samopouzdanje. Sudionice su dosljedno isticale koliko je važno izgraditi samopouzdanje — osobito za žene — te su mnoge izrazile potrebu za dodatnom podrškom i ohrabrenjem kroz cijeli poduzetnički proces, što je i COOPFIN potvrdio kao ključnu točku.

Nakon završetka online tečaja, 28 sudionica dalo je povratne informacije o dijelovima u kojima žele više sadržaja. Samo su četiri komentara bila izravno vezana za kvalitetu tečaja:

- Lekcije su bile jasne i zanimljive, s neformalnim pristupom koji je podsjećao na edukaciju uživo
- Neka su pitanja u testovima su se ponavljala
- Sadržaj je bio informativan i dobro strukturiran, iako se ponegdje ponavljao.
- Sve u svemu, tečajevi su bili zadovoljavajući, zanimljivi i obuhvatili su inovativne teme.

Uspjesi



Čimbenici uspjeha

Uspjeh projekta u privlačenju sudionica temelji se na dinamičnoj kampanji na društvenim mrežama, posebno putem Meta i Instagrama. Iako je tim premašio očekivanja i značajno povećao broj prijava, COOPFIN napominje da su prijave preko društvenih mreža često bile slabijeg intenziteta — mnoge su iskazale interes, ali se na kraju nisu upisale.

Na kraju, eksperiment je ostvario svoj cilj: testirati rješenje za unaprijeđenje poduzetničkih vještina sudionica. Od ukupno 80 zadanih ciljeva, 75 ih je ostvareno, što pokazuje da je projekt bio uspješan — iako motivirati žene da pokreću ženske zadruge i dalje ostaje širi izazov izvan okvira ovog projekta. U sklopu ovog projekta pokrenute su tri nove ženske zadruge, a dvije postojeće su ojačane. Na taj je način otključano 170,000 € mikrokredita i izravno podržano 17 radnih mjesta. Iako je glavni cilj projekta bio razvoj vještina, ove nove zadruge bile su dodatna vrijednost.

Prema mišljenju COOPFIN-ovog tima, glavni čimbenici uspjeha uključuju:

- Besplatan pristup platformi DIGISCOOP, s integriranim modulima i testovima, što je značajno povećalo znanje i spremnost za osnivanje zadruga.
- Kombinacija online i edukacije uživo.
- Povratne informacije na polovici projekta, koje su omogućile pravovremenu prilagodbu modula.
- Aktivna podrška mentora, koja je poticala sudjelovanje i pomagala u rješavanju pitanja.
- Uključivanje šire skupine dionika — osobito udruga — u promociju projekta.



Što nije funkcioniralo?

Unatoč snažnoj kampanji na društvenim mrežama, privlačenje kandidatkinja bilo je izazovnije nego što se očekivalo. Dvije kampanje došle su do preko 63,000 osoba, ciljajući žene u ruralnim područjima koje traže posao i zanimaju se za lokalne djelatnosti. Ipak, zabilježeno je samo 134 iskaza interesa i 75 sudionica tečaja — znatno manje od COOPFIN-ovih ciljeva (200 i 80).

Ciljana skupina — žene iz ruralnih područja koje su otvorene prema zadružnom poduzetništvu — bila je teško dostupna putem društvenih mreža, gdje kratkotrajna pažnja i složene poruke otežavaju komunikaciju. Potaknuti žene da pokrenu vlastiti posao pokazalo se mnogo izazovnijim nego promovirati potrošačke usluge poput frizerskih salona ili online prodaje rukotvorina. Ključna lekcija: digitalni marketing sam po sebi nije dovoljan za ovako specifično ciljano uključivanje.

Nadalje, nije se pokazalo točnim očekivanje da će polaznice, nakon završenog online tečaja, edukacije uživo i mentorske podrške, automatski biti spremne za osnivanje zadruge. Većina sudionica nije bila zainteresirana za osnivanje zadruge, već su radije birale opcije poput samostalnog poduzetništva ili drugih pravnih oblika.

Izazovi



COOPFIN, ITALIJA

Za osnivanje zadruga potrebne su najmanje tri osobe i mali početni kapital od 25 €, dok je za d.o.o. potrebno oko 10,000 €. To čini zadruga pristupačnima, ali također zahtijeva zajednički trud i povjerenje među članovima. Sudionicama će trebati vremena da identificiraju i uključe druge članice svojih budućih zadruga — što nadilazi vremenski okvir ovog projekta.

Neke se kandidatkinje nisu odmah uključile u edukaciju — oko 20 ih je trebalo dodatno ohrabrenje kako bi se registrirale i započele Kampanja na društvenim mrežama pokrenuta je prije nego što je DIGISCOOP platforma bila spremna;

edukacija je započela tek u lipnju, nakon što je platforma dovršena krajem svibnja — što znači da neke sudionice nisu uspjele završiti program unutar planiranog roka.

Mnogim je sudionicama trebalo podsjetnike kako bi nastavile s učenjem između modula, jer su ih često ometale obaveze kod kuće ili druge odgovornosti. Osobni kontakt, a ne samo digitalni podsjetnici, pokazao se ključnim za održavanje kontinuiteta — osobito kad su se bližili rokovi i postavljeni ciljevi.



COOPFIN pruža podršku zadrugama sa sjedištem na Sardiniji kroz financiranje i savjetovanje kako bi poticao njihov poduzetnički razvoj.

Od 1998. godine, COOPFIN je financirao oko 1,000 zadruga putem zajmova i vlasničkog kapitala. Krajem 2016., nakon reforme talijanskog bankarskog sustava, COOPFIN je priznala Talijanska središnja banka kao mikrofinancijska institucija.

Unatoč krizama posljednjih desetljeća, zadružni sektor na Sardiniji i dalje pokazuje pozitivne trendove, a vidljiv je i porast u osnivanju novih zadruga.

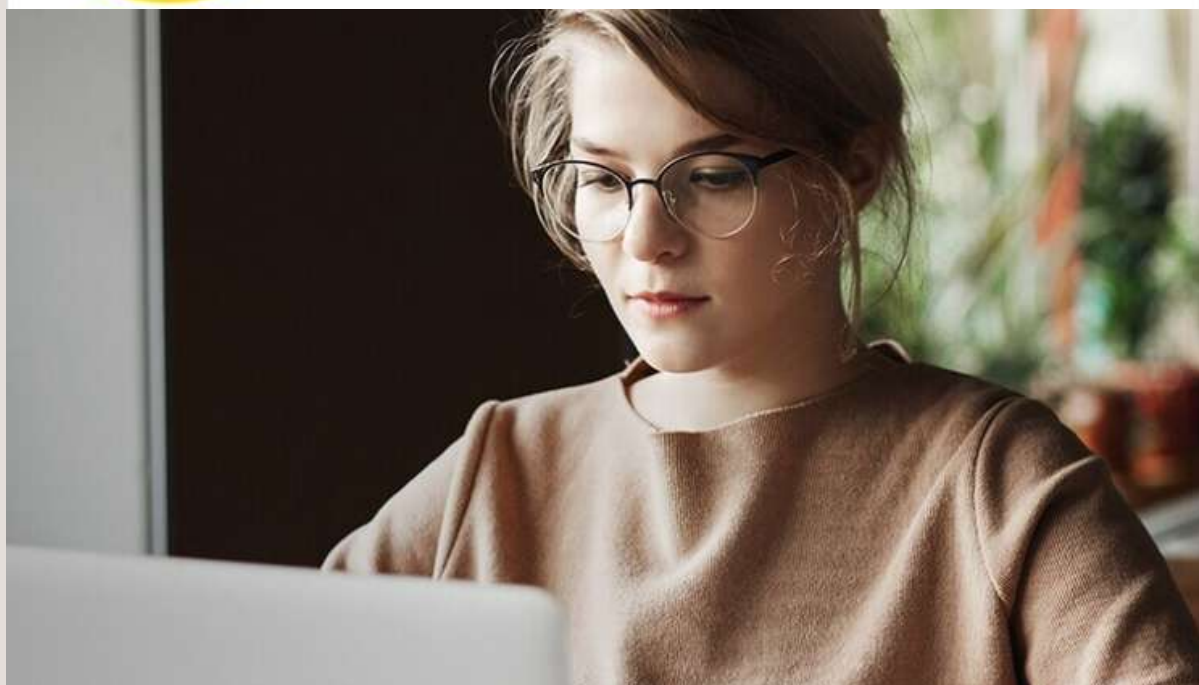
DIGISCOOP platforma



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/>

 ANTEPRIMA DEL CORSO	La digitalizzazione e il social media marketing Principiante 8 lezioni Gratis
 ANTEPRIMA DEL CORSO	Le cooperative: come funzionano, la gestione finanziaria e il marketing cooperativo Principiante 17 lezioni Gratis
 ANTEPRIMA DEL CORSO	Corso DigisCoop Parte 2 Principiante 14 lezioni Solo per i membri
 ANTEPRIMA DEL CORSO	Corso DigisCoop Parte 1 Principiante 19 lezioni Solo per i membri

Rješenje

Toolkit N°1

1. Kombinirana obuka za podršku zelenim i digitalnim vještinama korak po korak



2. Vođenje mikropoduzetnika u odabiru zelenih rješenja za svoje poslovanje putem online platformi



Uključiva zelena tranzicija

OSNAŽIVANJE PODUZETNIKA U FRANCUSKOJ

PROBLEM

Za ranjive klijente, snalaženje u velikim promjenama koje se trenutno događaju u okviru europske zelene tranzicije može biti izazovno, što ih ostavlja nesigurnima kako se učinkovito prilagoditi.

RJEŠENJE

Platforma za obuku i podršku koja poduzetnicima pruža informacije potrebne za uspješnu provedbu zelenih inovacija.

Nadolazeći val zelene ekonomije

U cijeloj Europi zamah zelene tranzicije ubrzava, a propisi mijenjaju način na koji zajednice pristupaju održivosti. U Francuskoj, gradovi uvode strože mjere poput ograničenja prometovanja za vozila s visokim emisijama i provođenja novih zakona o recikliranju i gospodarenju otpadom od hrane. Adie vjeruje da je zelena tranzicija odgovornost svih i da pravednost mora biti temelj na kojem gradimo novi društveni model u vezi s proizvodnjom, potrošnjom i načinom na koji radimo.

Nedavno Adiejevo istraživanje pokazalo je da šest od deset njegovih klijenata želi doprinijeti zelenoj tranziciji. Međutim, gotovo polovica teško dolazi do informacija potrebnih za uspješnu provedbu novih zelenih praksi

Iako Adie stalno razvija svoje edukativne alate kako bi bolje odgovorio na izazove s kojima se klijenti suočavaju u promjenjivom kontekstu zelene tranzicije, prepoznaje da te usluge nisu svima dostupne – uglavnom zbog manjka edukatora, što ograničava provedbu, osobito u ruralnim područjima gdje je putovanje skupo i nepraktično za klijente.

Adie želi osnažiti sve poduzetnike – bilo da su njihovi klijenti ili ne – da u svoje poslovanje integriraju održiva rješenja. Ova inicijativa usklađena je s Adiejevom strateškom vizijom da stavi ekološku odgovornost u središte svog djelovanja kako bi uklonio prepreke poduzetništvu i pomogao poslovanjima da uspiju.

Pregled



|| ADIE, FRANCUSKA

Promjene u propisima i potrošačkim preferencijama stvaraju pritisak na poduzetnike da se prilagode kako bi opstali. Prihvatanje ekoloških praksi više nije samo nužnost — to je prilika za smanjenje troškova, inovacije i pristup novim tržištima. Adiejev inovativan model potpore uključuje:

Online tečaj: Adie je pokrenuo snimljeni webinar koji je kratak, jednostavan za razumijevanje i osmišljen tako da ostavi snažan dojam — čak i za one koji se prethodno nisu susreli s temama vezanima uz zaštitu okoliša. Cilj je učiniti zelenu tranziciju ne samo mogućom, već i korisnom. Webinar ne samo da podiže svijest, već nudi praktičan, na rješenja usmjeren alat sa snažnom porukom: prihvatanje ekološkog pristupa može smanjiti troškove, otvoriti nova tržišta i ojačati prepoznatljivost brenda.

Dinamičan i sveobuhvatan centar resursa: Adiejev online centar resursa oprema osoblje bogatom i ažuriranom bazom podataka ekološki osviještenih rješenja koja mogu koristiti za usmjeravanje klijenata, a istovremeno omogućuje samostalno istraživanje i primjenu održivih praksi koje mogu povećati otpornost i rast poslovanja.

Individualne coaching sesije: Ove individualne sesije* temelje se na iskustvu vanjskog specijalista za zelenu transformaciju malih poduzeća. Coaching program ne podržava samo Adiejeve klijente kojima je potrebna personalizirana i prilagođena podrška u snalaženju u zelenoj tranziciji, već i omogućuje Adiejevim volonterima i savjetnicima da razviju vlastite vještine promatrajući te coaching sesije.



Razumijevanje potreba poduzetnika

Kako bi bolje razumio potrebe svojih klijenata, Adie je proveo detaljno slušanje kroz razgovore s osobljem i klijentima iz različitih profesija — uključujući trgovce, obrtnike, ugostitelje i radnike u uslužnim djelatnostima. Adie je također promatrao coaching sesije i rad osoblja u poslovnica. U tom procesu, tim je ustanovio da klijenti spadaju u tri različite skupine:

- **Pioniri:** Poduzetnici koji su već posvećeni i provode zelene prakse.
- **Težitelji:** Cijene održivost okoliša, ali još nisu počeli uvoditi promjene u svoje poslovanje.
- **Skeptici:** Odupiru se ideji zelene tranzicije ili smatraju da njihovi poslovni modeli nisu kompatibilni s njom.

Vježba slušanja pomogla je Adieju da odluči razviti svoj edukacijski i podršku paket imajući na umu upravo skupinu težitelja. I dok većina njegovih klijenata spada u ovu kategoriju, istina je i da druge potrebe često imaju prednost pred zelenim inicijativama:

- **Financijske:** Borba za opstanak uslijed rasta fiksnih troškova poput energije, sirovina i najamnina.
- **Komercijalne:** Neprestana težnja za širenjem baze kupaca i jačanjem tržišne pozicije.
- **Administrativne:** Upravljanje svakodnevnim poslovanjem kao „samostalni poduzetnici” koji su pod pritiskom da budu izvrsni u svakom segmentu poslovanja.

Razvoj



|| ADIE, FRANCUSKA

Adie je također otkrio da neki klijenti nesvjesno provode održive prakse zbog stvarnih okolnosti – financijskog položaja ili razine obrazovanja – ili zato što su bili prisiljeni poštovati novi zakonski propis. Drugi su suzdržani u naglašavanju zelenih aspekata svojeg poslovanja, bojeći se da će njihovi kupci to doživjeti kao nevažno ili nelegitimno.

Općenito, ova vježba slušanja potvrdila je Adieju potrebu za prilagođenim i primjenjivim smjernicama u vezi sa sljedećim:

- **Isplative alternative** za smanjenje troškova i olakšavanje zelene tranzicije
- **Stručno savjetovanje** o praktičnim strategijama umjesto nejasnih ideja
- **Podrška u kreiranju komunikacije prema klijentima** kojom se njihovo poslovanje pozicionira kao ekološki odgovorno.

Istovremeno, to je Adieju pomoglo da zaključi kako će poduzetnici uvijek biti zainteresirani za razvoj svog poslovanja i da zelene inicijative moraju biti usklađene s njihovim komercijalnim interesima. Nadalje, s obzirom na nedostatak vremena i stručnosti kod poduzetnika i Adiejevog osoblja, svaki sadržaj mora biti jednostavan za razumijevanje i nuditi spremna, “ključ u ruke” rješenja.

Na kraju, Adie je proveo dubinsku analizu postojećih alata kako bi razumio njihovu moguću primjenu i utvrdio da nijedan pojedinačni alat ne ispunjava sve kriterije koje je smatrao „bitnima“. Ti kriteriji uključuju: besplatnu dostupnost; prilagođenost mikropoduzetnicima; sveobuhvatnost i međusobnu povezanost radi samostalnog učenja; usmjerenost na stvaranje ekonomsko-ekoloških koristi; i temeljenje na životnom ciklusu projekta.



Izgradnja centra resursa

Tim od pet osoba imao je zadatak sukreirati platformu; kao polazište uzeli su ključnu vrijednost koju žele pružiti: omogućiti poduzetnicima razvoj poslovanja i smanjenje troškova jednostavnom i učinkovitom primjenom ekoloških rješenja. Iako je alat dostupan široj javnosti, Adie se nada da će u budućnosti uvesti pogodnosti isključivo za klijente, omogućujući im, primjerice, pristup posebnim popustima kod preporučenih dobavljača.

Kako bi ostvario ovu viziju, voditelj projekta pokrenuo je niz važnih aktivnosti, uključujući radionice ideja i mapiranje ključnih funkcionalnosti platforme te izradu detaljnih dizajnerskih skica.

S tom strukturom na umu, Adie je pozvao tehničke partnere da izrade prvu verziju koristeći Ksaaar, no-code platformu. Ova odluka omogućila je dvije ključne prednosti: potpunu slobodu za ažuriranje sadržaja bez oslanjanja na IT odjel i mogućnost izrade više verzija — jedne za širu javnost i druge za Adiejeve klijente s dodatnim sadržajima, ekskluzivnim ponudama i slično.

Za razvoj sadržaja, Adie je blisko surađivao sa svojim stručnjakom za ekološku tranziciju te s pouzdanim izvorima kao što je Ademe. Na temelju brze online ankete među poduzetnicima, tim je sastavio popis od 25 održivih aktivnosti u 5 različitih područja (dobavljači/oprema i strojevi/transport/energija/otpad), koji su činili jezgru savjeta uključenih u alat.

Nakon nekoliko krugova testiranja – provedenih uz podršku Adiejevih savjetnika i stručnjaka za zelene politike – Adie je dorađivao dizajn i sadržaj alata na temelju povratnih informacija. Nakon što je finaliziran, alat je odobrila komunikacijska ekipa i objavljen je na Adiejevom web-mjestu. Službeno predstavljanje uključivalo je internu promociju svim zaposlenicima te vanjsku konferenciju na kojoj je sudjelovalo više od 200 poduzetnika.



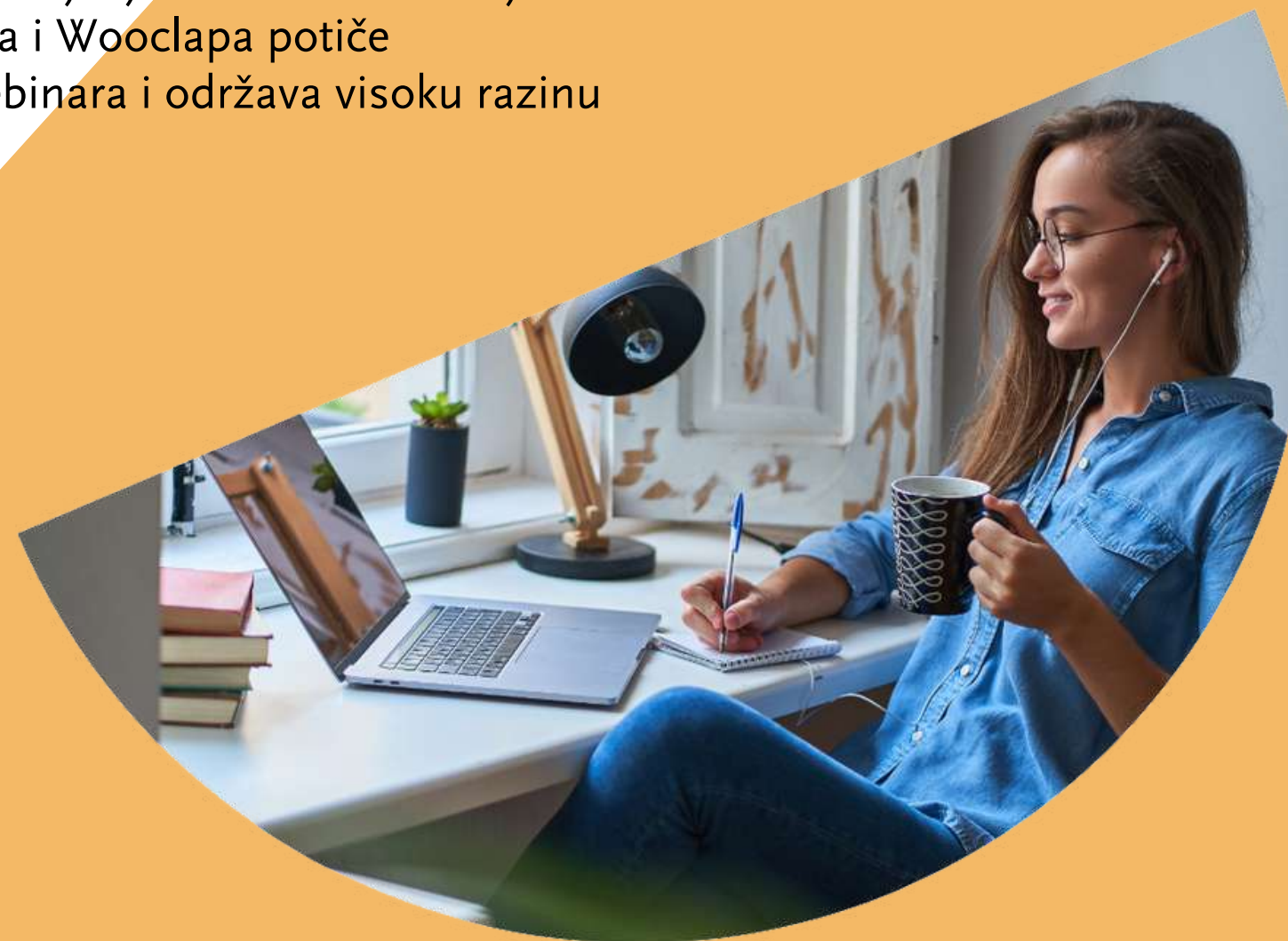
Razvoj webinar o zelenoj tranziciji

Adiejev webinar o zelenoj tranziciji osmišljen je s dva jasna cilja: pomoći sudionicima da shvate kako i sami mogu napraviti razliku, te pokazati da i male promjene mogu donijeti mjerljive koristi za okoliš — ali i druge pogodnosti poput smanjenja troškova, povećanja dobiti i jačanja prepoznatljivosti brenda. Radionica se sastoji od tri dijela:

Poslovne operacije: Nudi novu perspektivu na životni ciklus poslovanja, uključujući faze kao što su nabava, proizvodnja, distribucija, komunikacija i drugo. U svakoj fazi, sudionici istražuju mogućnosti za stvaranje ekoloških i financijskih koristi.

Studija slučaja: Detaljno se analizira jedan segment poslovnog ciklusa — konkretno, oprema i strojevi. Ova interaktivna sekcija potiče sudionike da promisle o vlastitom poslovanju i razmotre koja bi rješenja (najam, popravak, kupnja rabljenog) mogla biti primjenjiva na njihove aktivnosti.

Sljedeći koraci: Sudionicima se daje uvid u razne oblike podrške koje Adie nudi (popusti, posebne ponude s lokalnim dobavljačima) kao i u vanjske resurse. Cilj je potaknuti sudionike da naprave sljedeći korak i primijene ono što su naučili tijekom radionice. Kako bi webinar bio što pristupačniji i zanimljiviji, Adie se odlučio za format od 45 minuta — dovoljno kratak da se uklopi u dan zauzetog poduzetnika, ali dovoljno dug da pruži korisne i primjenjive uvide. Korištenje alata poput Mentimetera i Wooclapa potiče sudjelovanje tijekom webinar a održava visoku razinu angažmana.



Što je funkcioniralo?

Strateško usmjeravanje prema ciljanim korisnicima: Adie smatra da je mudra strategija usmjeriti usluge na zelene "težitelje" umjesto na "pionire" (koji već imaju motivaciju i informacije potrebne za uspjeh) i "skeptike" (koje treba dodatno motivirati da se uključe u temu). Ipak, u budućnosti planira razviti ciljanije resurse za skeptičniju publiku: alat s konkretnim radnjama koje se mogu primijeniti u svakom od ključnih sektora. U teoriji, pružanje "brze pobjede" skepticima — koja daje mjerljive rezultate (osobito financijske) — moglo bi povećati motivaciju za nastavak provedbe ekološki prihvatljivih praksi.

Osnaživanje zaposlenika obučavanjem: Obuka koju vode stručnjaci ne samo da unapređuje vještine zaposlenika, već ih osnažuje da dugoročno samostalno i s pouzdanjem preuzmu odgovornost za provedbu inicijativa.

Stvaranje kulture suradnje: Redoviti interni sastanci omogućuju zaposlenicima koji su uključeni u projekt da razmjenjuju iskustva, osiguravajući da uvidi oblikuju smjer inicijative — čineći ih aktivnim sudionicima, a ne samo pasivnim promatračima.

Pametna partnerstva s vanjskim partnerima: Adie smatra da je mudra strategija usmjeriti usluge na zelene "težitelje" umjesto na "pionire" (koji već imaju motivaciju i informacije potrebne za uspjeh) i "skeptike" (koje treba dodatno motivirati da se uključe u temu).

Uspjesi



Povratne informacije o centru za resurse

Postoje ohrabrujući pokazatelji da poduzetnici koji su koristili resursni centar smatraju da je koristan i relevantan. Više od tri osobe koristi ga svakodnevno, a više od 100 korisnika izrazilo je interes za provedbu barem jedne održive aktivnosti u svom poslovanju. Korisnici koji su preuzeli vodič „moje održivo poslovanje” u prosjeku mu se vraćaju 2,2 puta — što snažno ukazuje na korisnost ovog resursa.

Čini se da je interes ravnomjerno raspoređen za četiri od pet trenutno pokrivenih tema (otpad, energija, oprema i dobavljači), dok sekcija “transport” bilježi manji interes.

Povratne informacije korisnika do sada upućuju na niz mogućih poboljšanja, uključujući: manji broj i jednostavnija pitanja, sadržaj prilagođen prema vrsti poslovanja, interaktivnu mapu s lokalnim pružateljima usluga i partnerima te više praktičnih savjeta i ponuda od strane Adieja.

Povratne informacije o zelenom webinaru

Tijekom pet sesija, 166 osoba se registriralo i sudjelovalo, a činjenica da je vrlo mali broj sudionika odustao prije završetka pokazuje velik interes za ovu temu.

Na skali od 1 do 5, sudionici su sesijama dali sljedeće ocjene:

- Opće zadovoljstvo radionicom: 4.47
- Vođenje radionice: 4.6
- Relevantnost teme za potrebe sudionika: 3.7
- Spremnost za daljnje učenje o zelenoj tranziciji: 4



Kvalitativne povratne informacije o sesijama uključuju:

- Jasno i dinamično vođenje
- Dobra ravnoteža između informacija i sudjelovanja
- Cijeni se kratak format
- Jak interes za savjete i konkretne primjere.

Prijedlozi su uključivali:

- „Vrlo jasno objašnjeno, samo bi trebalo malo više vremena.”
- „Bilo bi dobro bolje razdvojiti teme.”

Povratne informacije o coachingu

Coaching program obuhvatio je 42 klijentice i educirao devet volonterki. Povratne informacije su bile uglavnom pozitivne — klijenti su uslugu ocijenili s prosječnih 5,6 od mogućih 6.

Tijekom provedbe, organizacija je prilagodila strategiju kako bi osigurala da coaching usluge dođu do pravih korisnika. Isprva se Adie oslonio na svoju mrežu (volontere i savjetnike) kako bi uputili klijente koji bi mogli biti zainteresirani za mentorstvo, no to nije dalo željene rezultate. Zatim je poslana ciljana e-pošta na bazu od oko 500 osoba koje su financirane 2024. i iskazale interes za održivost.

Unatoč tome, kao što je često slučaj s besplatnim uslugama, Adie se suočio s velikim brojem „nepojavljivanja”: iako je inicijalno zakazano 80 sesija, održane su samo 42.

One koje su sudjelovale bile su visoko angažirane — 100 % njih izrazilo je želju za još coaching sesija u budućnosti, a 64 % navelo je da im je sesija potaknula dodatne ideje za zelenu tranziciju.



Što nije funkcioniralo?

Adie se suočio s nizom izazova, uključujući:

- Korištenje “no code” platforme rezultiralo je izradom resursnog centra koji nije bio dovoljno prilagođen korisnicima, a vizualno nije bio na razini ADIE-jevog glavnog web-mjesta.
- Početna namjera tima bila je razviti 40–50 konkretnih rješenja, ali su se na kraju fokusirali na 25 širih prijedloga koji su primjenjiviji i potiču širi krug poduzetnika.
- Korisnike web-mjesta odbili su predugi tekstovi, pa je tim morao sažeti kompleksne teme u ključnu statistiku (npr.: „42 % ljudi koji žive unutar 1 km od svog poslovanja i dalje koristi automobil”) uz kratko objašnjenje i poveznicu na dodatne informacije.
- Pojam „ekološka tranzicija” nosi emocionalno opterećenje: kod nekih izaziva motivaciju za djelovanje, a kod drugih želju za povlačenjem. Kako bi izbjegao ovu zamku, Adie je svoj program formuirao kao ekološki prihvatljive aktivnosti koje poboljšavaju financijski učinak poslovanja.



Izazovi

adie

Adie je mikrofinancijska institucija (MFI) koja pruža podršku ranjivim poduzetnicima u Francuskoj. Također nudi mikrokredite i socijalni leasing kako bi poduprla socijalnu mobilnost. S druge strane, Adie je snažno posvećen pružanju nefinancijskih usluga i edukacija kojima odgovara na potrebe svojih klijenata: administrativna podrška, razvoj poslovanja, digitalni marketing i poduzetničke vještine. Adie svojim klijentima nudi i individualnu podršku kroz coaching, administrativnu pomoć i telefonsku liniju za odgovore na pitanja. Tijekom posljednjih 35 godina, njegova mreža stručnjaka (trenutno 902 zaposlenika i 1176 volontera) pruža financiranje i podršku poduzetnicima s ciljem razvoja društveno odgovornijeg gospodarstva u kontinentalnoj Francuskoj i njezinim prekomorskim teritorijima.

Moje održivo poduzeće

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 studije slučaja



Rješenje



Hermína Chatbot

DIGITALNI KOPILOT ZA ZELENÍJA POSLOVANJA

PROBLEM

Online informacije o zelenim i održivim poslovnim taktikama su raspršene, previše stručne, teško razumljive – i rijetko na vašem lokalnom jeziku.

RJEŠENJE

AI chatbot koji pregledava ogromne količine web stranica i dokumenata kako bi korisnicima odmah pružio relevantne i jednostavne informacije.

Unapređivanje zelenog znanja poduzetnika

Hermina je AI chatbot temeljen na velikom jezičnom modelu (LLM) na OMRO-ovoj platformi za financijske usluge (Filbo) koji podučava male poduzetnike kako zelena i održiva ulaganja mogu koristiti njihovom poslovanju. Pojednostavljuje složene ideje, propise i strategije u jasna objašnjenja te komunicira na prijateljski, razgovorni način. Hermina se također prilagođava po potrebi, na primjer prelaskom na engleski jezik.

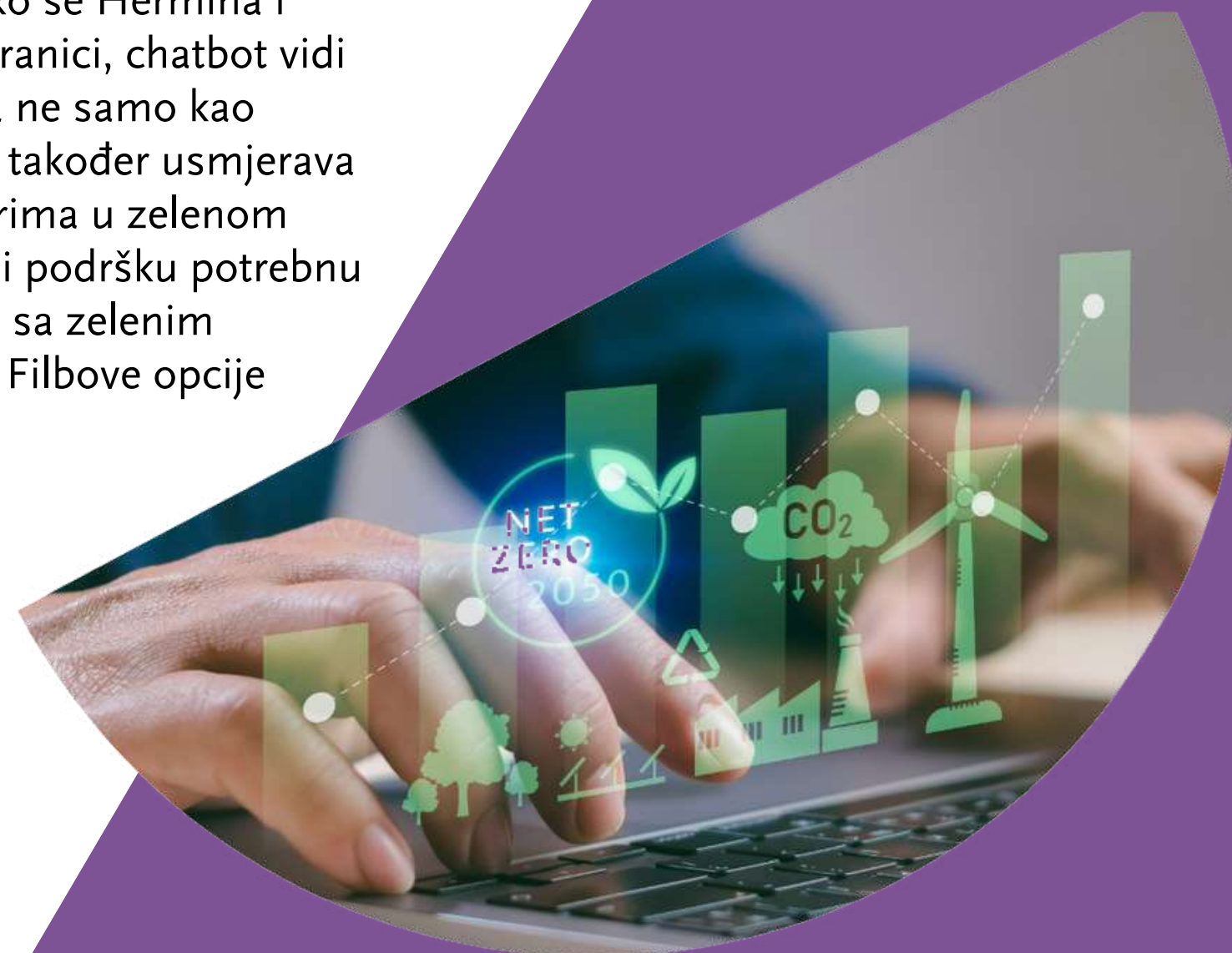
Ovaj chatbot temeljen na oblaku razvijen je korištenjem najnovijih tehnologija: ChatGPT 4.0, Azure Bot Service, OpenAI i Azure Cloud — treniran je na velikoj količini podataka, uključujući članke o održivosti s službenih stranica, EU taksonomiju i ESG okvire.

Korisnici mogu dobiti odgovore u stvarnom vremenu na pitanja o zelenim i održivim ulaganjima, saznati više o novim tehnologijama i dobiti povratne informacije u stvarnom vremenu

o svojim poslovnim idejama. Također mogu saznati više o potencijalnim koristima (financijskim i drugim) Filbo Zelenog zajma. Zeleni zajam (do 120K) temelj je Filbovog zelenog portfelja; financira energetske učinkovitost, obnovljive izvore energije i usklađenost s emisijskim standardima (uz nižu kamatnu stopu od ostalih Filbovih proizvoda).

Ipak, Filbo jasno naglašava da, iako se Hermina i Zeleni zajam pojavljuju na istoj stranici, chatbot vidi prvenstveno kao edukativni alat, a ne samo kao prodajni alat. Zbog toga Hermina također usmjerava klijente prema pouzdanim partnerima u zelenom sektoru kako bi im ponudila alate i podršku potrebnu za usklađivanje njihovih projekata sa zelenim ciljevima, a istovremeno istražuje Filbove opcije zelenog kredita

Pregled



Istraživanje i osmišljavanje chatbota

OMRO-ov vlastiti IT tim imao je tehničku stručnost potrebnu za vođenje razvoja, koji je započeo ulaganjem značajnog vremena u temeljito testiranje i usporedbu dostupnih tehnologija (uključujući Azure Bot Service, OpenAI, ChatFast i Azure Cloud). Kada se Hermina bila napravila tim se suočio s izazovom kako učinkovito konfigurirati i upravljati chatbotom u okruženju u oblaku.

Što se tiče sadržaja, tim je najprije definirao biblioteku informacija (iz javnog, privatnog i civilnog sektora) pomoću koje će trenirati Herminu. Također su identificirali koje zelene projekte promovirati i osigurali da Hermina može predložiti različite opcije klijentima koji nemaju konkretan projekt na umu, ovisno o području njihove djelatnosti.

OMRO je proveo anketu među klijentima i utvrdio da su zainteresirani za prelazak na održivost, ali im nedostaje znanje i smjernice kako to učiniti. Tim je prikupio povratne informacije od prodajnih predstavnika kako bi razumjeli njihove potrebe i perspektive. Tim je dosegnuo fazu Minimalno održivog proizvoda (MVP) unutar šest mjeseci i nastavio s testiranjem modela i finim podešavanjem kroz duboku suradnju s prodajnim predstavnicima, klijentima, stručnjacima za zelene projekte i lokalnim pružateljima zelenih usluga.

Istraživanje zelenih partnerstava

Rano u razvoju, tim je želio shvatiti može li se Herminina korisnost proširiti tako da pruži primjere i savjete o zelenim projektima izvan onih koje Filbo sam podržava kroz svoj Zeleni zajam. Na primjer, Filbo ne može pomoći klijentima da recikliraju stare mobitele, ali klijentima koji traže ideje za projekte Hermina može govoriti o važnosti kružnog gospodarstva i uputiti ih na Flip, rumunjsku tvrtku koja popravlja i preprodaje korištene i pokvarene mobitele. Hermina također pruža klijentima informacije o FAER-u, OMRO-ovom partneru iz Transilvanije. Ova preporuka će potencijalno pokazati klijentima da Filbova posvećenost zelenim inicijativama nadilazi samu prodaju svog proizvoda Zeleni zajam.

Razvoj

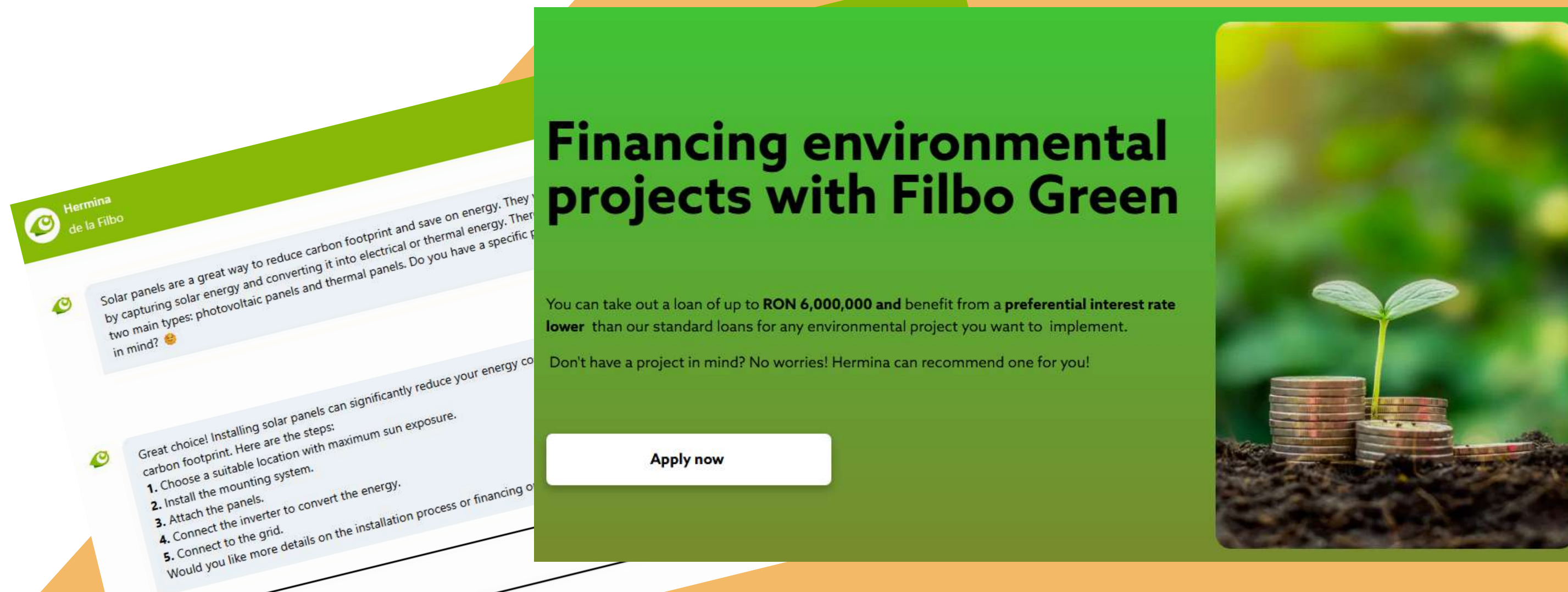


Pokretanje Zelenog zajma

Filbo je napravio posebnu stranicu na svojoj web stranici za Zeleni zajam i chatbota Herminu. Stranica navodi značajke zajma, objašnjava tko ima pravo na njega i kako se prijaviti, nudi jednostavan kalkulator zajma i poveznice na aplikaciju za zajam. Chatbot Hermina spreman je odgovoriti na sva pitanja klijenata o zelenim projektima koje Filbo podržava financiranjem ili općenito o zelenim temama.

Privlačenje interesa javnosti

Filbo je osmislio tri nove reklamne kampanje za promociju Hermine i generiranje upita za Zeleni zajam. S obzirom na relativno slab interes za teme održivosti u Rumunjskoj, Filbov marketinški tim odlučio se za inovativan i eksperimentalan pristup Privlačenje pažnje na temu s kojom se mnogi još nisu aktivno susreli donijelo je izazove, ali tim je to vidio kao priliku za učenje i prilagodbu — testirajući nove formate i kreativne stilove poruka kako bi utvrdili što najbolje odjekuje kod ciljane publike.



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](#)

Hermina de la Filbo

Solar panels are a great way to reduce carbon footprint and save on energy. They can be installed on your roof or in a field. 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 costs 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?

Što se dogodilo?

Između kolovoza 2024. i svibnja 2025., Hermina je imala 312 razgovora. Zanimljivo, više od polovice tih razgovora bilo je s klijentima koji nisu imali konkretan projekt na umu. Među onima koji jesu, najpopularnije teme bile su ugradnja solarnih panela, električni automobili i ekološki prihvatljiva rješenja u poljoprivredi, poput sustava za navodnjavanje i održivih poljoprivrednih inputa.

Kada klijent iskaže interes za Zeleni zajam, Hermina pojednostavljuje proces nudeći jednostavan obrazac za unos podataka, koji se odmah prosljeđuje prodajnom predstavniku.

Uspjesi

Što klijenti misle?

Filbo je prikupio povratne informacije od klijenata putem ankete, koja je pokazala da, iako su klijenti zainteresirani za prelazak na održivost, nedostaju im znanje i smjernice kako to ostvariti. To je ukazalo na značajnu priliku za pružanje edukativnih resursa i podrške.





Što je upalilo?

Jedna od istaknutih strategija bila je kreiranje kratkog oglasnog sadržaja, posebno reelsa kraćih od jedne minute, u skladu s aktualnim trendovima. Prikazivanje stvarne osobe koja govori izravno pred kamerom dodalo je osobnu notu, povećavajući osjećaj bliskosti i povjerenja, čime je publika bila učinkovitije angažirana. Reel je osmišljen kako bi odgovorio na ključna pitanja:

- Što definira održivu tvrtku?
- Zašto je rumunjskim poduzetnicima izazovno usvojiti održive prakse?
- Tko je Hermina i koju ulogu ima u održivosti?
- Kako se mogu financirati zelene ideje?

Strukturiranjem sadržaja oko tih ključnih pitanja, poruka je ostala jasna, sažeta, zanimljiva i informativna. Ovakav pristup potaknuo je znatiželju uz rješavanje lokalnih potreba, predstavljajući održivost na pristupačan i blizak način. Za veći doseg, reel je dijeljen putem Facebooka, Instagrama i LinkedIna (iskorištavajući platforme na kojima je publika najaktivnija i najprijemčivija) i ciljano je dosegnuo osobe u dobi od 25 do 65 godina zainteresirane za male tvrtke, startupe, financijske usluge, poslovanje, poduzetništvo i poslovnu administraciju.

Rezultat je bio zapažen doseg — 33,456 prikaza, 18,376 jedinstvenih korisnika i 1,175 klikova gdje su korisnici sami odlučili započeti razgovor s Herminom.

Herminin program informiranja

Filbo je u početku prevideo stotine mjesečnih interakcija i više zajmova mjesečno, no ta su očekivanja bila preambiciozna (34 razgovora i 0,66 zajmova mjesečno tijekom prvih 9 mjeseci). Unatoč intenzivnoj promociji, angažman je zaostajao za predviđanjima.

Tema održivosti, koja je u Rumunjskoj još u povojima, mogla bi biti glavni razlog. Na to su dodatno utjecali vanjski faktori, poput rata u Ukrajini, otkazivanja predsjedničkih izbora i porasta ekstremne politike koja je poremetila gospodarstvo, povisila cijene i odgodila zelenu tranziciju za mnoge male tvrtke.

Nakon promišljanja, OMRO je prepoznao potrebu za većom edukacijom o održivosti u Rumunjskoj. Kako bi odgovorili na to, Hermina je razvijena da pruži sveobuhvatnu bazu resursa. Povratne informacije pokazale su da očekivana ušteda troškova i dalje ostaje ključni motiv za male tvrtke koje razmatraju zelene inicijative. Kao odgovor, OMRO je dodatno unaprijedio Herminu, omogućujući klijentima precizan uvid u moguće uštede, čime se jača njihova motivacija za usvajanje održivih praksi.



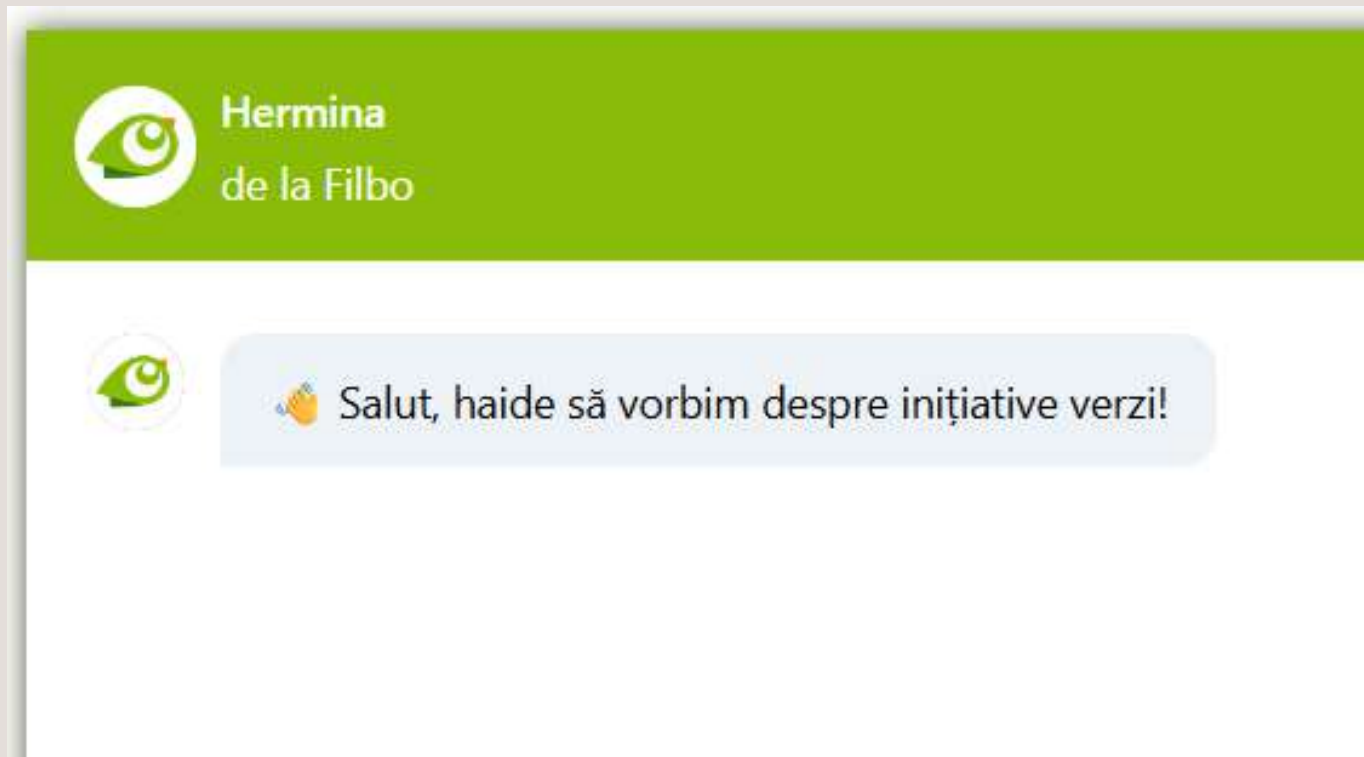
Filbo, registrirani zaštitni znak OMRO-a (nebankarske financijske institucije), nudi jednostavno digitalno financijsko rješenje s najbržim odobravanjem na tržištu i misijom da pomogne malim poduzetnicima da svoje poslovanje podignu na višu razinu.

OMRO-va vizija je pridonijeti društvu u kojem svi ljudi imaju priliku izgraditi ispunjen život s dostojanstvom i svrhom. Cilj mu je postati vodeća neovisna platforma za mikrofinanciranje u Rumunjskoj. Cilj mu je postati vodeća neovisna platforma za mikrofinanciranje u Rumunjskoj.

OMRO pruža financijska sredstva i podršku ranjivim i financijski isključenim osobama kako bi transformirali svoj život, budućnost svoje djece i svoje zajednice.

Izazovi

Hermina Chatbot

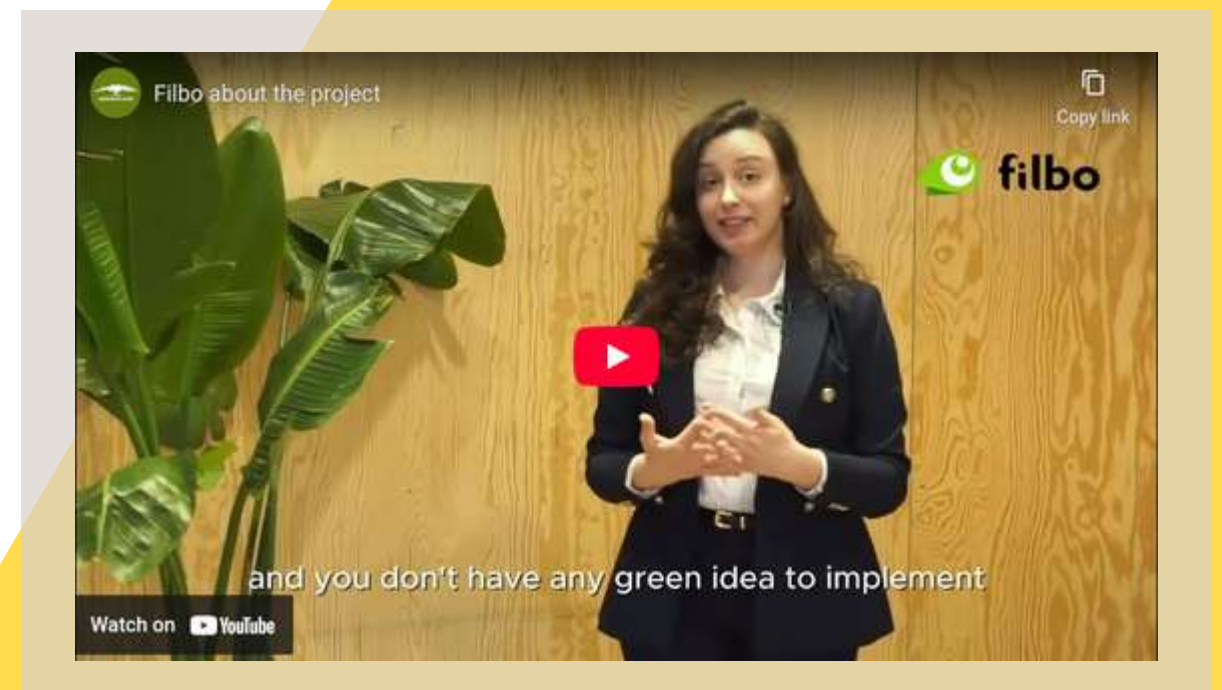


<https://filbo.ro/finantare-proiecte-meniu/>

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

Rješenje

Web stranica studije slučaja & video





Naučene lekcije

Ključni uspjesi

- **Održivi alati:** Nekoliko partnera razvilo je trajna rješenja kao što su digitalne platforme, interna obuka za osoblje i ugrađena obuka za klijente unutar operativnih procesa (npr. tijekom isplate zajma).
- **Hibridna isporuka:** Webinar i su se pokazali učinkovitima za informiranje, ali interakcija licem u lice ostala je ključna za uključivanje i održivi angažman.
- **Opipljive koristi potiču angažman:** Korisnici su vjerojatnije usvojili nove vještine ili alate kada su vidjeli jasne financijske ili operativne dobitke, potencijalno podijeljene s konkretnim primjerima kolega.

Utvrđeni izazovi

- **Vremenska ograničenja:** 12-mjesečni projektni ciklus često je bio prekratak da bi se izgradila čvrsta potpora za zelenu ili digitalnu tranziciju ili da bi se u potpunosti razvila i proširila inovativna rješenja (npr. chatbotovi ili platforme za e-učenje).
- **Povjerenje i povjerenje:** Mnogi klijenti, posebno žene i poduzetnici u ruralnim područjima, nisu imali digitalno povjerenje i bili su oprezni prema online sustavima, posebno za financijske zadatke. Istraživanje 3Bank pokazalo je da 54% poljoprivrednika ne može potpisati digitalne ugovore bez osobne pomoći.
- **Zadržavanje i doseg:** Samo digitalni kanali doveli su do napuštanja školovanja; ljudski kontakt (putem terenskih posjeta ili WhatsApp grupa) bio je ključan za zadržavanje.
- **Nedostatak informacija:** ograničeno iskustvo i niska svijest o beneficijama ili mogućnostima financiranja usporili su usvajanje.

Preporukama

- **Rano podignite svijest:** koristite pouzdano osoblje (npr. kreditne službenike) i društvene medije (npr. FDPA Facebook stranica) i primjere iz stvarnog života za edukaciju i motiviranje.
- **Kombinirajte digitalne alate s ljudskom podrškom:** podučavanje na licu mjesta, grupe vršnjaka i mentorstvo grade povjerenje i samopouzdanje.
- **Segmentirajte publiku i prilagodite pristupe:** utvrdite razine spremnosti i prilagodite se u skladu s tim.
- **Pokažite učinak:** upotrijebite primjere i poticaje iz stvarnog života kako biste pokazali vrijednost.
- **Pratite i prilagođavajte:** pratite angažman, prikupljajte povratne informacije (OMRO je objavio vodič kao nagradu za odgovaranje na ankete o zadovoljstvu) i kontinuirano usavršavati strategije (MicroLab i Coopfin prilagodili su svoje nastavne planove i programe usred projekta na temelju doprinosa sudionika).

Projekt Transform Together Fund je sufinanciran sredstvima Europske unije. Stavovi i mišljenja izneseni u ovom dokumentu isključivo su stavovi autora i ne odražavaju nužno stavove Europske unije ili Europske komisije. Ni Europska unija ni Europska komisija ne mogu biti odgovorne za njih.



Co-funded by
the European Union

