



SMARTER

SMEs

Strategic Mindsets and Redesigned
Technological Environments Regenerate

TUTORING AND TRAINING KIT

KIT DI TUTORAGGIO E FORMAZIONE

**MANUALE DEL TUTOR
PER LA
TRASFORMAZIONE
DIGITALE**



Project number 2023-1-IT01-KA220-VET-000156018
with support from the European Commission.



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

Project Partners



Abruzzo



MANUALE DI SUPPORTO ALL'IMPLEMENTAZIONE DEL KIT DI TUTORAGGIO E FORMAZIONE

INTRODUZIONE

Il Kit di Tutoraggio e Formazione o T&T Kit è stato sviluppato come quadro pratico per sostenere la trasformazione digitale delle piccole e medie imprese (PMI) e degli imprenditori. Questo manuale per tutor funge da guida completa per i tutor responsabili dell'implementazione del T&T Kit, offrendo passaggi strutturati, strumenti metodologici e buone pratiche per garantire una fornitura di servizi coerente e di grande impatto.

La trasformazione digitale non rappresenta solo l'adozione di nuove tecnologie, ma anche un profondo cambiamento nel modo in cui le aziende creano valore, interagiscono con i clienti e organizzano i propri processi interni. Molte PMI hanno difficoltà a capire da dove iniziare, come stabilire le priorità degli investimenti e come allineare il cambiamento tecnologico alla loro strategia complessiva. Il T&T Kit risponde a questa esigenza fornendo un approccio strutturato e incentrato sull'uomo che collega consapevolezza, analisi, pianificazione, implementazione e valutazione in un ciclo di miglioramento continuo.

SCOPO DEL MANUALE

Lo scopo di questo manuale è guidare tutor, facilitatori e formatori attraverso ogni fase della metodologia del Kit T&T. Descrive, passo dopo passo, come avvicinare le PMI, valutare la loro maturità digitale, definire strategie su misura e supportare l'implementazione di soluzioni innovative. Ogni fase del processo include attività dettagliate, raccomandazioni ed esempi che i tutor possono adattare al contesto locale.

Oltre a fornire istruzioni, il manuale mira a promuovere una cultura della collaborazione e dell'apprendimento. I tutor sono incoraggiati ad agire come mediatori tra fornitori di tecnologia, imprenditori e istituzioni, garantendo che la digitalizzazione diventi un processo sostenibile e inclusivo. Combinando la comprensione tecnica con l'empatia e le capacità di comunicazione, i tutor possono costruire fiducia e creare partnership a lungo termine con le PMI.

Struttura del Manuale



Il manuale è suddiviso in cinque fasi principali che seguono il flusso naturale del percorso di trasformazione digitale:

Fase 1 - Sensibilizzazione

Creare consapevolezza, interesse e motivazione tra le PMI sui vantaggi della digitalizzazione. Questa fase si concentra sulla sensibilizzazione circa l'importanza e lo scopo del processo di tutoraggio. Comprende la motivazione dei partecipanti, il chiarimento delle aspettative e la creazione di un ambiente sicuro e aperto. L'obiettivo è quello di gettare solide basi di comprensione e impegno da parte di tutte le parti coinvolte.

Fase 2 - Analisi dei bisogni

Identificazione delle sfide specifiche, delle opportunità e del livello di maturità digitale di ciascuna azienda. In questa fase, le esigenze specifiche dell'allievo vengono identificate attraverso strumenti quali interviste, sondaggi o osservazioni. Ciò contribuisce a scoprire punti di forza, punti deboli, obiettivi e potenziali ostacoli. Questa analisi garantisce che il processo di tutoraggio sia adattato alle esigenze reali e individuali dello studente.

Fase 3 - Definizione della strategia

Trasformare le intuizioni in una strategia di trasformazione digitale strutturata con obiettivi e azioni chiari. Sulla base delle esigenze individuate, vengono fissati obiettivi chiari e sviluppato un piano d'azione strutturato. Ciò include la definizione dei metodi, la selezione delle risorse, la definizione delle tempistiche e l'assegnazione dei ruoli. Una strategia ben definita garantisce che il processo di tutoraggio sia mirato e in linea con i risultati desiderati.

Fase 4 - Implementazione

Supportare l'esecuzione dei progetti pilota, monitorare i progressi e garantire risultati concreti. Questa è la fase di esecuzione del processo di tutoraggio. I tutor e gli allievi partecipano a sessioni pianificate, attività e cicli di feedback. La partecipazione attiva, il monitoraggio e gli adeguamenti continui sono fondamentali per garantire i progressi e mantenere la pertinenza durante tutto il processo.

Fase 5 - Lezioni apprese

Consolidamento delle lezioni apprese, celebrazione dei risultati raggiunti e pianificazione del miglioramento continuo. Al termine del processo, i risultati vengono valutati rispetto agli obiettivi iniziali. Vengono documentati i punti chiave, le migliori pratiche e le aree di miglioramento. Questa fase è essenziale per il miglioramento continuo e per orientare le pratiche e le strategie di tutoraggio future.

Allegato

- Opportunità di finanziamento dell'UE



FASE 1

SENSIBILIZZAZIONE

La fase di sensibilizzazione si concentra sulla presentazione dei servizi del Kit di tutoraggio e formazione agli imprenditori e alle PMI. Questa fase è pensata per promuovere la comprensione, la fiducia e l'impegno nei confronti delle opportunità offerte dalla trasformazione digitale. Aiuta i tutor a identificare i modi più efficaci per raggiungere le imprese locali e comunicare i vantaggi dell'adozione del digitale. Le attività di sensibilizzazione di successo creano le basi per un processo collaborativo e motivano le PMI a partecipare attivamente.



Attività 1.1 Ampliamento della strategia

La promozione del servizio deve essere integrata anche nella strategia di comunicazione del tutor. Ciò include la creazione di messaggi concisi e accattivanti che spieghino in che modo il servizio di tutoraggio e formazione sostiene la competitività delle imprese. I post sui social media, le newsletter e le partnership con le istituzioni locali sono strumenti di diffusione fondamentali.

La Tube Story, disponibile sulla pagina web del progetto, dovrebbe essere inclusa nella strategia del tutor per promuovere la consapevolezza e il coinvolgimento dell'imprenditore e delle PMI nelle prime fasi del processo di T&T. Link alla Tube Story : <https://www.smartermes.eu/it/videos/>

Attività 1.2 Scelta dei canali di comunicazione e diffusione

La scelta dei canali di comunicazione adeguati dipende dall'ecosistema delle PMI. I canali online come LinkedIn e le campagne e-mail sono ideali per raggiungere i professionisti, mentre i media o gli eventi locali potrebbero essere più adatti alle imprese più piccole o tradizionali. L'obiettivo è quello di bilanciare la visibilità digitale con la presenza locale. Ogni canale dovrebbe avere un messaggio chiaro e un obiettivo misurabile.

Le buone pratiche suggeriscono che i messaggi devono essere coerenti e utilizzare un linguaggio semplice e non tecnico. Casi di studio o testimonianze di altre PMI che hanno beneficiato della trasformazione digitale possono aumentare la credibilità. Aggiornamenti regolari aiutano a mantenere l'interesse e a stabilire la fiducia nel tempo.

Attività 1.3 Organizzazione del workshop (facoltativo)

I workshop offrono uno spazio per l'interazione diretta e la creazione di fiducia. Consentono alle PMI di condividere esperienze e acquisire conoscenze pratiche sulle opportunità digitali. I tutor dovrebbero progettare sessioni interattive, combinando brevi presentazioni con discussioni di gruppo o dimostrazioni dal vivo di strumenti digitali.

L'organizzazione dei workshop svolge un ruolo cruciale nella creazione e nel rafforzamento delle reti professionali. I workshop riuniscono individui e organizzazioni con competenze, esperienze e prospettive diverse, creando un ambiente naturale per la collaborazione e lo scambio. Attraverso sessioni interattive, discussioni e risoluzione congiunta dei problemi, i partecipanti hanno l'opportunità di entrare in contatto sia a livello professionale che personale, gettando le basi per partnership durature. Al di là dei risultati immediati dell'apprendimento, workshop ben organizzati promuovono un senso di comunità e di scopo condiviso, consentendo ai partecipanti di identificare sinergie, esplorare future collaborazioni e sostenersi a vicenda nella crescita anche molto tempo dopo la fine dell'evento.

È consigliabile invitare come relatori persone di successo locali o esperti del settore. Ciò aumenta il coinvolgimento e conferisce credibilità all'iniziativa. Dopo il workshop, è opportuno raccogliere feedback per migliorare gli eventi futuri e rafforzare i rapporti con i partecipanti. In questa fase si consiglia di utilizzare materiali come i fogli "Tecnologia" e "Storie di successo" per aumentare la consapevolezza sull'importanza dell'attuazione di una strategia di trasformazione digitale.

FASE 2

ANALISI DEI BISOGNI

La fase di analisi delle esigenze mira a identificare le sfide e le opportunità specifiche che ogni PMI deve affrontare nel proprio percorso di digitalizzazione. Attraverso conversazioni strutturate e l'uso di strumenti analitici, i tutor possono valutare il livello di maturità digitale e definire le aree di miglioramento. Il processo deve essere personalizzato e rispettare i tempi e le risorse della PMI.

Attività 2.1 Incontro individuale con l'imprenditore e il consulente digitale

Un incontro personalizzato tra la PMI e il consulente digitale è il fondamento dell'analisi. Durante questa sessione, il consulente aiuta l'imprenditore a riflettere sulle attuali pratiche aziendali, sulle capacità digitali e sugli obiettivi. Domande aperte e capacità di ascolto sono fondamentali per identificare le esigenze reali piuttosto che i problemi percepiti.

L'incontro dovrebbe concludersi con un elenco preliminare delle priorità digitali, classificate in base all'urgenza e al potenziale impatto. Il consulente può proporre azioni a breve termine per rafforzare la fiducia e dimostrare risultati rapidi, preparando la PMI a passi di trasformazione più profondi.

Attività 2.2 Supporto con strumenti: PESTEL, GAP e CANVAS (facoltativo)

Strumenti analitici complementari possono aiutare a chiarire la posizione della PMI nel proprio ecosistema. Un'analisi PESTEL identifica i fattori esterni che influenzano il contesto imprenditoriale, mentre un'analisi GAP evidenzia la differenza tra lo stato attuale e quello desiderato. Il Business Model Canvas consente di visualizzare le proposte di valore, le relazioni con i clienti e le attività chiave, incoraggiando il pensiero strategico.

Questi strumenti sono facoltativi, ma altamente raccomandati per i tutor che desiderano fornire un supporto strutturato e visivo. I risultati dovrebbero essere discussi in modo collaborativo, aiutando l'imprenditore a prendere decisioni informate. L'obiettivo principale è allineare la strategia aziendale con le possibilità di innovazione digitale. Ulteriori informazioni sull'uso di questi strumenti sono incluse nell'unità didattica del corso MOOC al seguente link: <https://www.smartersmes.eu>



FASE 3

DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA

Una volta chiarite le esigenze, il passo successivo consiste nel definire una strategia di trasformazione digitale coerente e realistica. Questa fase trasforma l'analisi in piani attuabili, garantendo che le iniziative digitali siano in linea con gli obiettivi a lungo termine delle PMI. I tutor svolgono un ruolo chiave come facilitatori, guidando l'imprenditore attraverso una riflessione strutturata e la definizione delle priorità.

Prima di iniziare con la definizione della strategia, è possibile trovare alcuni esempi di strategie di trasformazione digitale delle PMI:

ESEMPIO DI STRATEGIA DI TRASFORMAZIONE DIGITALE PICCOLE E MEDIE IMPRESE

Esempio 1



Settore: Produzione di mobili su misura

Dipendenti: 15

Fatturato annuo: 1,4 milioni di euro

Clienti target: Architetti, interior designer, clienti privati

Punto di partenza: Artigianato tradizionale con strumenti digitali limitati (sito web di base, elaborazione manuale degli ordini)

1. VISIONE E OBIETTIVI STRATEGICI

“Vogliamo diventare un punto di riferimento online per mobili su misura di alta qualità, migliorando l'efficienza interna e offrendo ai clienti un'esperienza digitale personalizzata.”

Obiettivi a 12 mesi:

- Aumentare le richieste commerciali online del 30%
- Ridurre del 20% il tempo medio di preparazione dei preventivi
- Lanciare un configuratore di prodotti online per mobili su misura
- Digitalizzare i processi di gestione degli ordini e di fatturazione

2. VALUTAZIONE DELLA MATURITÀ DIGITALE (STRUMENTO DI SCANSIONE RAPIDA)

Punti di forza:

- Team affiatato, proprietario aperto al cambiamento
- Presenza online di base già attiva

Punti deboli:

- Scarsa integrazione tra produzione, vendite e amministrazione.
- Assenza di attività strutturate di marketing digitale.
- Conoscenza limitata delle tecnologie digitali abilitanti.

3. PRIORITÀ STRATEGICHE (FAST STRAT TOOL + TUTORING)

Aree di intervento::

- Web & Digital Marketing: riprogettazione del sito web + SEO + presenza sui social media
- Digitalizzazione interna: introduzione di sistemi ERP e CRM leggeri
- Innovazione dell'offerta: sviluppo di un configuratore 3D per l'uso da parte dei clienti
- Formazione del personale: formazione di base sulle competenze digitali per i dipendenti
- Accesso agli incentivi: utilizzo dei buoni per la digitalizzazione della Camera di Commercio locale

4. PIANO OPERATIVO SINTETICO

Azion	Responsabile	Tempistica	Risorse
Riprogettazione del sito web + SEO	Agenzia esterna	2 mesi	€5,000
Implementazione del sistema ERP	Proprietario + fornitore di software	3 mesi	€7,000
Configurazione dei social media + newsletter	Personale interno qualificato	1 mese	Interno
Formazione sulle competenze digitali di base	Tutor + consulente esterno	2 giorni	SMARTER SMEs
Sviluppo configuratore 3D	Team freelance UX + falegnameria	4 mesi	€10,000
Richiesta voucher digitalizzazione	Proprietario + Associazione delle PMI (CNA)	1 mese	Assistenza gratuita

5. KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPI) – INDICATORI CHIAVE DI PRESTAZIONE

- Numero di richieste di preventivo tramite sito web
- Tempo medio necessario per preparare un preventivo
- Follower sui social media e tasso di coinvolgimento
- Percentuale di ordini elaborati digitalmente
- Numero di dipendenti formati all'uso degli strumenti digitali

6. PIANO DI MIGLIORAMENTO CONTINUO

- Monitoraggio trimestrale dei KPI con tutor
- Riunioni interne di revisione dei progressi strategici
- Espansione del sistema ERP ad altri processi
- Analisi costi-benefici per l'integrazione della gestione del magazzino

7. LEADERSHIP IMPRENDITORIALE

- Ha partecipato ai workshop SMARTER SMEs
- Utilizza quotidianamente strumenti cloud, e-mail e piattaforme collaborative
- Promuove attivamente la trasformazione all'interno dell'azienda
- Ha assunto un giovane professionista per supportare il marketing digitale e la creazione di contenuti

8. DELIVERABLE TUTORAGGIO

- Report Digital Advisor
- Strategia personalizzata convalidata con il tutor
- Piano operativo condiviso con il team interno
- Dashboard KPI semplificata (Excel)
- Lettere di intenti con fornitori di soluzioni digitali
- Bozza di piano per il cofinanziamento con programmi di sostegno pubblico

Questa strategia esemplificativa riflette un approccio pragmatico, modulare e sostenibile, incentrato su risultati misurabili e che consente un percorso di trasformazione digitale solido e graduale.

Esempio 2

MECCATRONICA B.G. SRL

Settore: Subfornitura meccanica di precisione

Dipendenti: 27

Fatturato annuo: 3,2 milioni di euro

Clienti tipici: OEM nei settori automobilistico, dell'imballaggio e dei macchinari

Punto di partenza: Digitalizzazione parziale (uso avanzato di CAD-CAM e CNC, ma integrazione dei processi limitata)

1. VISIONE E OBIETTIVI STRATEGICI

“Digitalizzare i processi chiave per migliorare l'efficienza produttiva e la tracciabilità, rafforzare la competitività e attrarre nuovi clienti nei settori automobilistico e dell'Industria 4.0”.

Obiettivi a 12 mesi::

- Ridurre i tempi di consegna degli ordini del 25%
- Automatizzare almeno 3 processi amministrativi ripetitivi
- Implementare la tracciabilità digitale dei lotti di produzione
- Creare dashboard di monitoraggio della produzione in tempo reale

2. VALUTAZIONE DELLA MATURITÀ DIGITALE)

Punti di forza:

- Solido know-how tecnico
- Uso avanzato dei sistemi CAD-CAM e CNC
- Il proprietario è orientato all'innovazione

Punti deboli:

- La produzione è ancora gestita con Excel e sistemi cartacei
- Non sono in uso sistemi CRM, ERP o MES
- Scarsa integrazione tra i reparti tecnico, commerciale e produttivo

3. LEVE STRATEGICHE (FAST STRAT TOOL + TUTORING)

Aree di interesse:

- Integrazione dei sistemi (introduzione di ERP e MES leggeri)
- Tracciabilità e raccolta dei dati delle macchine (IoT)
- Digitalizzazione dei documenti e automazione dei flussi di lavoro
- Formazione del personale e sviluppo dei ruoli digitali

4. PIANO OPERATIVO

Azione	Obiettivo	Risorse	Timeline	Note
Selezione e configurazione ERP	Integrare acquisti, produzione, logistica	Fornitore di software locale + team interno	3 mesi	Integrazione basica
Installazione di sensori per macchine (IoT)	Dati in tempo reale da 3 CNC	Fornitore IoT + ruolo ICT interno	2 mesi	Integrazione MES pianificata
Ordine e consegna della digitalizzazione dei documenti	Flusso di lavoro senza carta e tracciabilità	Strumento per il management di documenti interni	1 mese	Automazione usando template
Adozione dei CRM	Management delle relazioni con clienti e potenziali clienti	Consulente marketing + staff delle vendite	2 mesi	Legato al sito web
Training dello staff	Strumenti digitali di base + cybersecurity	Partner locali di formazione	2 giorni di formazione	Sessioni pratiche incluse

5. KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPIs)

- Tempo medio per processare un ordine
- Numero di documenti digitalizzati al mese
- Percentuale di ordini tracciati digitalmente
- Numero di visite di clienti gestite tramite CRM
- Valutazione di utilizzo effettivo del sistema ERP

6. PIANO DI MIGLIORAMENTO COSTANTE

- Revisione dei KPI mensile con l'imprenditore e il contatto digitale qualificato
- Aggiustamento della strategia ogni 3 mesi
- Espansione graduale di IoT ad altri processi
- Valutazione di utilizzo effettivo del sistema ERP

7. RUOLO DELL'IMPRENDITORE

- Partecipa attivamente ai workshop di SMARTER SMEs
- Nomina un membro dello staff junior come referente digitale
- Supporta gli investimenti anche senza ritorno immediato
- Si rapporta con compagnie simili per condividere risultati ed esperienze

8. OUTPUT DEL TUTORING

- Report sul consigliere digital
- Strategia fatta su misura co-sviluppata con il tutor
- Piano operativo condiviso
- lettera di intenti per gli investimenti con voucher digitali (o crediti per l'Industria 4.0)

Questa strategia è basata su un approccio realistico e step-by-step, con lo scopo di migliorare l'efficienza interna, facendo leva sul know-how tecnico, e rispondendo alle crescenti richieste sul digitale nel settore meccanico.

Esempio 3



Settore: Produzione e confezionamento conto terzi di cosmetici naturali

Dipendenti: 18

Turnover annuale: €1.8 million

Clienti: Brand emergenti, farmacie, venditori online

Livello di digitalizzazione iniziale: Limitata a strumenti di contabilità base e gestione degli ordini tramite email; tracciamento di produzione ancora manuale

1. VISIONE E OBIETTIVI STRATEGICI

"Il nostro scopo è diventare una PMI digitale, capace di interazioni smart con i clienti, tracciamento digitale della produzione, facendo vedere la qualità dei nostri processi ed aprendo nuovi canali commerciali attraverso la visibilità online."

Obiettivi a 12 mesi:

- Implementare lotti digitali e tracciabilità della consegna (conforme a ISO e GMP)
- Automatizzare almeno 3 attività amministrative (ordini, fatture, database dei clienti)
- Migliorare la presenza online ed attivare un canale digitale di lead generation B2B
- Formare almeno 5 dipendenti sulle skill digitali di base e la cybersecurity

2. DIGITAL READINESS ASSESSMENT (STRUMENTO FAST SCAN)

Forze:

- Proprietario motivato con un interesse forte nella digitalizzazione
- Processi di produzione ben strutturati
- Solida reputazione regionale del brand

Debolezze:

- Non c'è un sistema di gestione integrato
- Sito datato, no SEO o canali social attivi
- Documentazione sulla produzione basata sulla carta
- No CRM per gestire i clienti attuali e futuri

3. LEVE STRATEGICHE (STRUMENTO FAST STRAT + TUTORING)

Azioni selezionate:

- Introduzione del software ERP fatto su misura per le aziende cosmetiche (gestione dei lotti, inventario, ordini)
- Redesign del sito con contenuti B2B, SEO, e catalogo digitale
- Adozione di un CRM basato sul cloud per gestire relazioni sia B2B che B2C
- Formazione dello staff su strumenti digitali, gestione degli ordini e sicurezza IT
- Raccolta del feedback dei clienti tramite strumenti digitali semplici dopo le consegne

4. PIANO OPERATIVO

Azione	Obiettivo	Risorse	Tempistiche	Note
Implementazione ERP per cosmetici	Tracciabilità e conformità automatizzata	Software ERP verticale + personale interno	3 mesi	Collegato ai dati dei materiali dei fornitori
Restyling del sito web + catalogo digitale	Aumentare i lead B2B	Agenzia web specializzata	2 mesi	Include casi di studio e moduli di contatto
Attivazione CRM	Gestione clienti e comunicazione	CRM cloud-based + personale interno	1 mese	Integrato con newsletter e promozioni
Formazione sulle competenze digitali	Alfabetizzazione digitale operativa	Tutor SMARTER SMEs + formatore esterno	2 giornate di formazione	Include esercitazioni pratiche
Raccolta del feedback dei clienti	Miglioramento del servizio	Google Forms + integrazione con il CRM	1 mese	Inviato dopo ogni consegna completata

5. INDICATORI CHIAVE DI PRESTAZIONE (KPI)

- % di lotti tracciati digitalmente
- Numero di ordini ricevuti via sito web
- Tasso di riacquisto clienti (B2C)
- Riduzione errori di magazzino
- Numero di dipendenti formati con esito positivo

6. MECCANISMO DI MIGLIORAMENTO CONTINUO

- Incontri mensili con referente digitale e tutor
- Revisione semestrale di contenuti web e performance e-commerce
- Raccolta e analisi sistematica dei feedback clienti
- Monitoraggio continuo delle opportunità di finanziamento (voucher digitali, fondi rurali, piani nazionali)

7. RUOLO DELL'IMPRENDITORE

- Guida attivamente il processo di cambiamento, con forte propensione all'apprendimento
- Nomina un giovane collaboratore come "digital champion" interno
- Partecipa ad eventi e corsi sulla digitalizzazione d'impresa
- Promuove una cultura dell'innovazione graduale, condivisa e sostenibile

8. OUTPUT DEL TUTORAGGIO

- Report del Digital Advisor
- Strategia digitale personalizzata validata con il tutor
- Piano operativo condiviso
- Dashboard KPI semplice (Excel o Google Sheets)
- Documentazione per l'implementazione di ERP, CRM ed e-commerce
- Lettera di intenti per la richiesta di buoni per la digitalizzazione

9. ROADMAP STRATEGICA A 12 MESI

Trimestre	Azioni Principali
T1	Formazione del personale + avvio ERP
T2	Lancio sito e CRM + SEO + attivazione profilo LinkedIn aziendale
T3	Raccolta feedback clienti + audit interno sui processi
T4	Potenziamento marketing digitale + valutazione linea B2C e-commerce

Questa strategia permette all'impresa di:

- Rafforzare la conformità e la qualità interna
- Raggiungere nuovi clienti grazie alla maggiore visibilità digitale
- Semplificare la gestione operativa e la comunicazione con i clienti
- Promuovere un percorso di trasformazione digitale realistico, partecipato e sostenibile

Esempio 4



Settore: Produzione artigianale di formaggi stagionati e confezionati

Dipendenti: 22

Fatturato annuo: €2,5 milioni

Segmenti di clientela: Grande distribuzione locale, ristorazione, negozi specializzati, vendita diretta

Livello iniziale di digitalizzazione: Limitato a software contabile di base; tracciabilità e gestione ordini ancora manuali

1. VISIONE E OBIETTIVI STRATEGICI

"Vogliamo coniugare tradizione e innovazione, utilizzando strumenti digitali per migliorare la tracciabilità, potenziare la comunicazione con i clienti e ampliare la presenza sui mercati attraverso la vendita diretta e una maggiore visibilità online."

Obiettivi a 12 mesi:

- Implementare la tracciabilità digitale dei lotti di produzione e spedizione
- Incrementare del 20% le vendite dirette tramite e-commerce
- Migliorare le relazioni B2B attraverso l'adozione di un sistema CRM
- Formare almeno 5 dipendenti sulle competenze digitali di base e sulla sicurezza informatica

2. VALUTAZIONE DELLA MATURITÀ DIGITALE (FAST SCAN TOOL)

Punti di forza:

- Imprenditore con mentalità aperta alla digitalizzazione
- Processi produttivi ben definiti e standardizzati
- Reputazione solida e clientela fidelizzata

Debolezze:

- Assenza di un sistema gestionale integrato
- Sito web obsoleto, privo di SEO e canali social attivi
- Tracciabilità dei lotti gestita completamente in modo manuale
- Mancanza di un CRM per la gestione dei rapporti con i clienti

3. PRIORITÀ STRATEGICHE (FAST STRAT TOOL + TUTORAGGIO)

Azioni strategiche individuate:

- Digitalizzazione della tracciabilità dei lotti e della documentazione HACCP
- Restyling del sito web con integrazione e-commerce
- Adozione di un sistema CRM per la gestione dei rapporti B2B e B2C
- Formazione del personale su strumenti digitali, gestione ordini e cybersicurezza
- Implementazione di un ERP leggero con modulo di gestione magazzino

4. PIANO OPERATIVO SEMPLIFICATO

Azione	Obiettivo	Risorse	Tempistiche	Note
Installazione software per tracciabilità	Conformità normativa e automazione dei processi	ERP per il settore alimentare + team interno	3 mesi	Integrato con piano HACCP
Restyling sito web + e-commerce	Aumentare le vendite dirette e la visibilità del marchio	Agenzia web specializzata nel food	2 mesi	Basato su Shopify + storytelling dei prodotti
Adozione CRM	Gestione e tracciamento relazioni con clienti e prospect	CRM open-source + personale commerciale formato	1 mese	Collegato a newsletter e strumenti promozionali
Implementazione ERP	Digitalizzazione operativa interna	Fornitore ERP + consulente contabile	4 mesi	Soluzione leggera e scalabile
Formazione digitale del personale	Alfabetizzazione digitale per le attività quotidiane	Tutor SMARTER SMEs + formatore esterno	2 sessioni	Include moduli base di cybersicurezza

5. Indicatori Chiave di Prestazione (KPI)

- % di lotti tracciati digitalmente
- Numero di ordini online
- Tasso di riacquisto clienti B2C
- Tasso di errore nella gestione del magazzino
- Numero di dipendenti formati con successo

6. MECCANISMO DI MIGLIORAMENTO CONTINUO

- Riunioni mensili di monitoraggio con il referente digitale e il tutor
- Aggiornamento semestrale dei contenuti del sito web e dell'e-commerce
- Analisi dei feedback di soddisfazione clienti online
- Revisione costante delle opportunità di finanziamento (voucher digitali, PSR, PNRR, bandi regionali)

7. RUOLO DELL'IMPRENDITORE

- Guida personalmente il processo di trasformazione digitale
- Ha nominato una figura junior interna come digital champion
- Partecipa a fiere e workshop sull'innovazione digitale nel settore agroalimentare
- Promuove un atteggiamento positivo verso il cambiamento tra i collaboratori

8. OUTPUT DEL TUTORAGGIO

- Report del Digital Advisor
- Strategia digitale personalizzata validata con il tutor
- Piano operativo condiviso con il team
- Dashboard KPI semplificata (Excel o Google Sheets)
- Documentazione per l'implementazione di ERP, CRM ed e-commerce
- Lettera d'intenti per la richiesta di voucher o contributi per la digitalizzazione

9. ROADMAP STRATEGICA – 12 MESI

Trimestre	Azioni principali
T1	Formazione del personale + avvio software di tracciabilità
T2	Messa online del sito e-commerce e CRM + SEO + attivazione social media
T3	Raccolta feedback clienti + audit interno dei processi
T4	Potenziamento marketing digitale + studio di fattibilità per linea B2C

Questa strategia consente all'impresa di:

- Rafforzare la conformità alle normative sulla sicurezza alimentare grazie agli strumenti digitali
- Aprire nuovi canali di vendita attraverso e-commerce e migliori relazioni B2B
- Snellire i processi operativi e la gestione documentale
- Costruire una cultura digitale interna solida, sostenibile e orientata ai risultati pratici



Attività 3.1 Produzione del Primo Draft

Il draft della Strategia di Trasformazione Digitale deve includere elementi chiave: Visione e Obiettivi Strategici, Valutazione della Maturità Digitale, Priorità Strategiche e Piano Operativo. La visione stabilisce la direzione e l'impatto desiderato della trasformazione, mentre la valutazione della maturità fornisce un punto di partenza per misurare i progressi. Le priorità strategiche possono riguardare ambiti come operazioni, marketing, gestione clienti e cybersicurezza.

Il Piano Operativo traduce le intenzioni strategiche in azioni concrete. Ogni attività deve definire responsabilità, tempistiche e risorse, essere realizzabile, misurabile e adattabile. I tutor devono chiarire alle PMI che la strategia è un documento dinamico, che evolve man mano che l'azienda apprende e cresce.

→ Per sviluppare il primo draft, il T&T KIT propone il seguente prompt da eseguire su un'Intelligenza Artificiale Generativa (come ChatGPT, Gemini, ecc.):

Assumere il ruolo di consulente esperto di Trasformazione Digitale con l'obiettivo di definire una Strategia di Trasformazione Digitale per una PMI. Una strategia digitale è una roadmap completa che ridefinisce il modo in cui un'organizzazione opera, compete e crea valore attraverso tecnologia, dati e cultura. Inizia con una diagnosi dello stato attuale—valutando maturità digitale, infrastrutture, processi e cultura—per individuare gap e opportunità. Da questa base si definisce una visione chiara, traducendo le intenzioni strategiche in obiettivi misurabili come aumento dell'efficienza, automazione dei flussi di lavoro o miglioramento dell'esperienza cliente. La governance è stabilita attraverso una struttura dedicata (es. comitato digitale o Chief Digital Officer) per garantire allineamento, responsabilità e gestione del cambiamento, supportata da programmi di comunicazione e formazione che favoriscono la cultura digitale. La strategia si sviluppa poi su pilastri chiave: ridisegno e automazione dei processi, modernizzazione tecnologica (cloud, AI, cybersicurezza), data intelligence, customer experience e sviluppo delle persone. L'implementazione segue un approccio graduale—pianificazione e valutazione, sviluppo delle capacità, esecuzione tramite progetti pilota e scaling delle iniziative di successo. Scrivere due paragrafi per ciascuna fase della Strategia di Trasformazione Digitale, organizzando il documento nei seguenti capitoli: Visione e Obiettivi Strategici, Valutazione della Maturità Digitale, Priorità Strategiche, Piano Operativo Semplificato e Leadership Imprenditoriale. Alla fine del Piano Operativo inserire una tabella con: Azione, Obiettivo, Risorse, Tempistiche e Note. I progetti pilota sono fondamentali: piccoli esperimenti in aree ad alto impatto usati per testare tecnologie, raccogliere feedback e validare risultati prima del rollout su larga scala. Oltre alla strategia, è necessario definire un progetto pilota per implementare la tecnologia più promettente considerando la situazione della PMI, motivando la scelta del pilota, definendone ambito, target e principali 3 rischi (riassunti in due paragrafi). Indicazione importante: non inventare informazioni non presenti nel prompt. La strategia deve essere adattata in base al livello di maturità digitale dell'azienda. Le PMI con maturità digitale più bassa riceveranno una strategia più semplice e con un raggio d'azione più limitato. Per sviluppare l'intera strategia di trasformazione digitale, considera il seguente livello di maturità digitale dell'azienda: 'XXXXX'.

→ Nel punto "XXXXX" va inserito il risultato del Digital Advisor e tutte le informazioni aggiuntive per rendere il feedback dell'IA più accurato. Le strategie settoriali principali devono essere lette per verificare che la strategia proposta sia allineata al framework di riferimento del settore.

Attività 3.2 Invio del Draftt

Dopo aver completato il primo draft, il tutor lo invia alla PMI tramite email. Il messaggio deve essere chiaro, invitando l'imprenditore a leggere il contenuto e fornire eventuali commenti. Una breve spiegazione di ogni sezione aiuta il destinatario a orientarsi nel documento. È utile fissare una scadenza per il feedback per favorire l'impegno e accelerare i progressi.

Attività 3.3 Riunione di Feedback

La riunione di feedback serve a validare il draft e identificare la priorità del progetto pilota. Durante l'incontro, tutor e PMI discutono fattibilità, risorse disponibili e benefici attesi. L'obiettivo principale è raggiungere un accordo condiviso su dove iniziare la trasformazione digitale. Questo passaggio collaborativo rafforza la fiducia e la proprietà condivisa del processo.

Nota per i tutor: eventuali parti troppo tecniche dei progetti pilota o di altre sezioni devono essere semplificate o rimosse. In questo modo, il tutor mantiene il controllo dei contenuti e della conversazione durante la riunione.



FASE 4

IMPLEMENTAZIONE

La fase di implementazione trasforma le idee strategiche in azioni concrete. Si concentra sulla sperimentazione, la valutazione e l'apprendimento derivanti dall'applicazione reale delle soluzioni digitali. I tutor agiscono come facilitatori e coordinatori, garantendo che le PMI ricevano un adeguato supporto tecnico e organizzativo.

Attività 4.1 Selezionare il fornitore tecnologico

La scelta del fornitore giusto è fondamentale per il successo. Le PMI dovrebbero privilegiare partner che comprendano la loro dimensione, i loro vincoli e il loro settore. I criteri di selezione possono includere l'esperienza, le referenze dei clienti, l'assistenza post-vendita e la capacità di offrire soluzioni scalabili. I tutor possono supportare le PMI preparando matrici di confronto o fornendo modelli di valutazione.

Attività 4.2 Definire l'ambito specifico del test pilota

Definire l'ambito del pilota assicura che le aspettative siano chiare e che le risorse siano gestite in modo efficace. Il pilota dovrebbe essere sufficientemente ridotto per mantenere sotto controllo i rischi, ma abbastanza ampio da generare informazioni significative. Prima dell'avvio, è necessario concordare indicatori chiave di prestazione (KPI), così da permettere a entrambe le parti di misurare i progressi in modo oggettivo.

Attività 4.3 Esecuzione

Durante l'esecuzione, è essenziale un monitoraggio costante. I tutor dovrebbero verificare regolarmente i progressi, documentare gli ostacoli e raccogliere le lezioni apprese. La comunicazione tra la PMI e il fornitore deve rimanere aperta e trasparente. Flessibilità e capacità di adattamento sono fondamentali, poiché i test pilota richiedono spesso aggiustamenti in corso d'opera.

Strumento: Linee guida pratiche per la trasformazione digitale delle PMI

Per poter implementare la Strategia di Trasformazione Digitale

Finalità, introduzione e struttura delle linee guida

Lo scopo delle linee guida è fornire ai leader delle PMI un supporto chiaro e pratico nella fase di implementazione della loro strategia di trasformazione digitale. Queste linee guida traducono la strategia in azioni concrete, suggerimenti operativi e strumenti gestibili, scritti con un linguaggio accessibile e orientati ai risultati.

Le linee guida sono organizzate in 7 sezioni, ciascuna allineata alle principali aree della strategia digitale sviluppata (in coerenza con il Fast Strat Tool e con gli esiti delle attività di tutoraggio).



Diagramma di flusso a 7 fasi

Le varie sezioni sono strutturate per aiutare gli imprenditori delle PMI a implementare la loro strategia di trasformazione digitale. Di seguito un riepilogo dei contenuti di ogni fase e dei risultati attesi.

1. Avvio Operativo: Dalla Strategia all'Azione

I contenuti principali riguardano:

- Come rivedere la strategia e identificare le priorità attuabili;
- Come costruire una mini-roadmap mensile (3–6–12 mesi);
- Come definire i ruoli operativi: imprenditore, referente interno, fornitori esterni;
- Modello semplice di piano operativo (azione – responsabile – tempistiche – costi).

I risultati attesi sono:

- il piano operativo iniziale;
- un calendario condiviso.

2. Selezione e Gestione dei Fornitori Digitali

I contenuti principali riguardano:

- Criteri per scegliere i fornitori digitali più adatti a una piccola impresa;
- Checklist per valutare soluzioni software semplici e scalabili;
- Come negoziare contratti equi e chiari (evitare lock-in e costi nascosti);
- Come costruire un rapporto collaborativo e di lungo periodo con i provider.

I risultati attesi sono:

- La scheda di confronto dei fornitori;
- la bozza di contratto di servizio.

3. Attivazione Progressiva delle Leve Strategiche

I contenuti principali riguardano:

- Suggerimenti pratici per ogni leva strategica (es.: CRM, e-commerce, automazione dei processi, marketing digitale);
- Partire in piccolo (azioni pilota), testare, poi scalare;
- Strumenti per documentare i progressi (Excel, Google Docs, dashboard).

I risultati attesi sono:

- la lista delle azioni;
- i report della fase di test;
- i risultati documentati.

4. Coinvolgimento del Team e Cambiamento Culturale

I contenuti principali riguardano:

- Come spiegare al team l'obiettivo della trasformazione;
- Come identificare e formare un "referente digitale" interno;
- Approcci alla formazione interna (microlearning, mentoring, video tutorial);
- Come gestire le resistenze e stimolare la partecipazione.

I risultati attesi sono:

- il piano di coinvolgimento del personale;
- la mappa delle competenze digitali.

5. Sicurezza, Privacy e Continuità Operativa

I contenuti principali riguardano:

- Checklist di base sulla cybersecurity per le PMI;
- Buone pratiche per backup dei dati e protezione dei dispositivi;
- Elementi essenziali di GDPR e gestione dei dati;
- Piano di risposta alle emergenze in caso di incidenti digitali.

I risultati attesi sono:

- la checklist di sicurezza;
- il modello di informativa sulla privacy;
- il piano di continuità operativa.

6. Misurazione dei Risultati e Miglioramento Continuo

I contenuti principali riguardano:

- Come scegliere KPI significativi per i progressi digitali;
- Come costruire una dashboard semplice (Excel o Google Sheets);
- Come e quando rivedere i risultati e adeguare la strategia.

I risultati attesi sono:

- la dashboard dei KPI;
- i modelli dei report interni;
- il registro decisionale.

7. Evoluzione Futura e Sostenibilità

I contenuti principali riguardano:

- Come estendere la strategia oltre i primi 12 mesi;
- Come monitorare i cambiamenti del mercato e le tendenze digitali;
- Dove trovare supporto (formazione, finanziamenti, reti di pari).

Risultati Attesi:

- Roadmap a 12–24 mesi
- Previsione del budget digitale
- Collegamento con ecosistemi di supporto

Indicazioni pratiche per i partner

Formato dello Strumento

- Versione PDF interattiva (navigazione per sezioni)
- Modelli modificabili Word/Excel per l'uso operativo (piani, dashboard, checklist)
- Versione breve stampabile (executive summary di 5 pagine)
- Disponibile tramite la piattaforma web del progetto SMARTER SMEs

Partners must decide the format

Utenti Target

- Imprenditori di PMI che hanno completato il percorso di tutoring
- Referenti digitali interni o consulenti che supportano l'implementazione

Ruolo del Tutor

- Presentare e spiegare le linee guida al termine del percorso di tutoring
- Aiutare l'imprenditore ad adattare i modelli alla propria strategia specifica
- Offrire supporto di follow-up durante i primi 2–3 mesi di implementazione

Le Sezioni

Le linee guida sono state concepite come uno strumento operativo da portare con sé, che gli imprenditori delle PMI possono utilizzare durante l'implementazione della strategia digitale.

Le principali componenti descrittive incluse nella sezione sono:

- Obiettivo
- Attività da implementare
- Suggerimenti relativi ad azioni, metodi, strumenti e ruoli roles.
- Risultati attesi dettagliati

La descrizione è molto schematica, pensata per essere pratica e facile da utilizzare.

1. Avvio Operativo: Come Passare dalla Strategia all'Azione

Obiettivo

Trasformare la strategia digitale, sviluppata con il supporto del tutor, in **un piano d'azione concreto**, con compiti chiari, responsabilità definite e un calendario condiviso per avviare il percorso di trasformazione digitale.

1.1 Come Rivedere la Strategia e Identificare le Priorità Chiave

Azioni da svolgere con l'imprenditore:

- Rivedere insieme la strategia digitale finalizzata (basata sul Fast Strat Tool e sulle sessioni di tutoring).
- Evidenziare:
 - o Le azioni più urgenti (es.: migliorare la gestione degli ordini)
 - o I quick wins (es.: aprire una pagina aziendale LinkedIn)
 - o Le azioni a maggiore impatto nel breve periodo (es.: digitalizzare i processi di preventivazione)

Strumento di supporto:

Un foglio di "priorità strategiche" per classificare le azioni in:

- *Immediately feasible*
- *Mid-term feasible*
- *To be planned later*

1.2 Come Creare una Mini-Roadmap Mensile (3–6–12 Mesi)

Metodo consigliato:

- comporre le azioni pianificate in tre periodi temporali:
 - o Fase 1 (0–3 mesi): Quick wins e attività di base (es.: attivare il CRM, aggiornare il sito web)
 - o Fase 2 (4–6 mesi): Azioni di media complessità (es.: gestione digitale dei documenti)
 - o Fase 3 (7–12 mesi): Azioni strutturali o strategiche (es.: ERP, e-commerce, IoT)

Strumenti di supporto:

- Tabella timeline
- Calendario condiviso (Google Calendar, Outlook) con promemoria

1.3 Come Definire i Ruoli Operativi

Ruoli minimi da assegnare:

- Imprenditore: supervisiona la trasformazione e partecipa attivamente alle fasi iniziali
- Referente interno (anche junior): coordina i passi operativi, aggiorna il piano e si interfaccia con i fornitori
- Fornitori esterni: realizzano gli interventi tecnici (software, sito web, consulenza)

Attività consigliata:

Creare una “mappa dei ruoli” (su carta o in uno strumento condiviso) con:

- nomi
- responsabilità
- canale di comunicazione preferito (es.: email, WhatsApp, cartella condivisa)

1.4 Template di un piano operativo semplice

Azione	Responsabile	Scadenza (esempio)
Attivare un CRM gratis basato sul cloud	Referente IT	Entro il 15 Ottobre 2025
Formazione di strumenti internet di base	Tutor e formatore esterno	10 Ottobre 2025
Redesign della landing page del sito	Agenzia web	Novembre 2025
Configurazione automatica del backup dei dati dell’admin	Capo del dipartimento dell’admin	Ottobre 2025

Consiglio: Usa questo stesso formato su Excel o Google Fogli per tracciare le attività mensili attuali

1.5 Output attesi

- ✓ Un piano operativo di base con almeno 4-6 operazioni chiare, assegnate e programmate
- ✓ Un calendario condiviso con reminder automatici per compiti ed incontri
- ✓ Una mappa dei ruoli aggiornata visibile per tutto il team coinvolto
- ✓ Una strategia digitale non più “su carta”, ma già tradotta in azione

2. Selezionare e gestire i fornitori digitali

Obiettivi

Supportare il capo della PMI nel selezionare e gestire efficacemente i fornitori di servizi digitali (fornitori di software, consulenti ICT, agenzie web, sviluppatori ed integratori di sistemi), evitando errori comuni, costi non necessari o dipendenze insostenibili.

2.1 Come selezionare fornitori affidabili ed adatti

1. Definire chiaramente di cosa hai bisogno

- Inizia dal tuo piano operativo: cosa vuoi rendere digitale? Con quale obiettivo? Con quale budget?

- Esempio: “Vogliamo gestire meglio le relazioni con i clienti” → hai bisogno di un CRM di base con funzioni di contatto, appuntamento e tracciamento di comunicazioni.

2. Compara almeno 2 o 3 fornitori

- Richiedi almeno 2 quote comparabili
- Scegli fornitori con esperienza nel lavorare con PMI nel tuo campo o di dimensioni simili alla tua
- Controlla la loro reputazione online: recensioni, portfolio, presenza su piattaforme professionali.

3. Fai le domande giuste

- Questa soluzione è scalabile? Posso iniziare in piccolo e poi aumentare?
- Sarò capace di usare il sistema da solo dopo l’installazione?
- I costi sono a pagamento unico, ricorrenti o basati sull’utilizzo?
- Qual è il tempo di risposta medio per il supporto?

2.2 Checklist per comparare i competitor

Criteri di valutazione	Supplier A	Supplier B
Esperienze con PMI nel mio settore industriale	✓/✗	✓/✗
Prezzo sostenibile e trasparente	€	€
Periodo di prova gratuito	✓/✗	✓/✗
Scalabilità del prodotto	✓/✗	✓/✗
Supporto post-vendita ed assistenza	✓/✗	✓/✗
Compatibilità con gli strumenti attuali	✓/✗	✓/✗

2.3 Cosa evitare

- Strumenti che sono troppo complicati o sono troppo per la tua PMI
- Contratti rigidi o clausole non chiare
- Fornitori senza supporto o tempi di risposta molto lunghi
- Dipendenza da un singolo sviluppatore o un professionista non rimpiazzabile

2.4 Come costruire una buona relazione lavorativa

- Pianifica una call iniziale di allineamento per chiarificare gli obiettivi e le aspettative
- Assegna un referente interno per ogni fornitore esterno
- Accordare un mini piano di lavoro con scadenze e controlli chiari
- Tieni un registro interno (email, minuti) delle decisioni, cambiamenti e costi.

2.5 Tools utili

- Template Excel per confrontare i fornitori
- Contratti leggeri o template di accordo per il servizio, incluso:
 - Scopo di lavoro
 - Timelines
 - Costi

- Responsabilità mutue
- Termini di uscite e condizioni

2.6 Output attesi

- Almeno un fornitore allineato e selezionato con le strategie delle PMI
- Un contratto o accordo di servizio chiaro e sostenibile
- Un piano di lavoro condiviso tra la PMI ed il fornitore
- Implementazione iniziale di una azione chiave (ad esempio CRM, sito, software gestionale))

3. Implementazione progressiva di leve strategiche

Obiettivi

Supporta la PMI nell'attivazione progressiva delle leve strategiche definite nel piano di trasformazione digitale, iniziando con piccoli passi gestibili che permettono di testare, implementare e scalare gradualmente.

3.1 Quali sono le leve strategiche?

Sono le aree chiave di intervento identificate nella strategia che contribuisce alla trasformazione dell'impresa. Gli esempi includono:

- Introduzione di un sistema CRM
- Lancio di un canale di e-commerce
- Digitalizzazione di processi produttivi o amministrativi interni
- Attivazione di una strategia di marketing digitale
- Uso di IoT e sistemi di tracciabilità
- Adozione di strumenti di collaborazione per comunicazioni interne

3.2 Come implementarli step by step

1. Inizia in piccolo

- Scegli una o due leve che sono semplici, economici e di grande impatto.
- Esempio: inizia con un CRM con prova gratuita o crea una presenza di base su LinkedIn

2. Testa e adatta al tuo utilizzo

- Decidi un periodo di test limitato (ad esempio 30 o 60 giorni)
- Osserva l'utilizzo, raccogli feedback e valuta i benefici
- Adatta gli strumenti e le procedure basandosi sui reali bisogni

3. Documenta cosa funziona

- Tieni un registro semplice delle azioni digitali (Excel o Google Fogli)
- Evidenzia: cosa è stato fatto, cosa ha funzionato, cosa no e cosa può essere migliorato.

4. Espandi gradualmente

- Se il testo pilota funziona, scalalo: applica lo strumento ad altre aree o coinvolgi i loro impiegati
- Esempio: estendi l'uso degli strumenti di condivisione dei documenti dall'amministrazione alla logistica fino ad arrivare alle vendite.

3.3 Strumenti di supporto

- Template delle azioni digitali
- Template del piano pilota (obiettivi-strumenti-durata-responsabile-risultati)
- Form per un feedback interno
- Fare una dashboard per i progressi (con indicatori colorati per chiarezza)

3.4 Consigli per PMI

- Non provare a fare tutto in una volta: dai delle priorità
- Coinvolgi il team nei test e nei feedback
- Prima di acquistare degli strumenti prova a massimizzare quelli che hai già
- Se uno strumento non funziona cambia velocemente direzione

3.5 Output attesi

- Attivare da 1 a 3 leve strategiche nei primi 3-6 mesi
- Risultati documentati dei test pilota
- Formazione interna e miglioramenti condivisi
- Aumentare la fiducia e il coinvolgimento dei membri del team

4. Ingaggio del team e cambio culturale

Obiettivi

Supportare la PMI nel coinvolgere il suo team e incoraggiare un cambio culturale che integra la trasformazione digitale nelle operazioni quotidiane, superando le resistenze, riconoscendo il potenziale interno e incoraggiando l'utilizzo di nuovi strumenti.

4.1 Come spiegare il “perchè” dietro il cambiamento

Attività consigliata: organizza un meeting di partenza (30-60 minuti) condotto dall'imprenditore o da un tutor in cui condividere con il team:

- perché l'impresa sta facendo una trasformazione digitale
- quali sono gli obiettivi (ad esempio lavorare in maniera più efficiente, ridurre gli errori, offrire nuovi servizi)
- quali strumenti saranno introdotti e quando
- come ogni persona può contribuire al processo

Supporto pratico: usa una semplice slide, lavagna o un foglio stampato con 3 semplici domande:

1. Cosa cambierà nel mio lavoro nei prossimi 3 mesi?
2. Cosa posso imparare o migliorare?
3. Di cosa ho bisogno per affrontare il cambiamento?

4.2 Come nominare un referente interno digitale

Chi può essere il referente interno digitale?

- Un dipendente più giovane o con maggiori abilità informatiche
- Un membro del team amministrativo con attitudine organizzativa
- Persino un membro con poca esperienza o un apprendista con volontà di imparare

Responsabilità del referente:

- Fungi da ponte tra l'imprenditore, il team e i fornitori
- Segui il piano operativo e aggiorna i progressi
- Supporta l'utilizzo giornaliero dei nuovi strumenti (CRM, cloud, software di gestione)

Attività utili: *definisci* chiaramente i compiti, allocazione del tempo e strumenti di comunicazione (ad esempio checklist settimanali, gruppi whatsapp e cartelle condivise)

4.3 Come organizzare la formazione dello staff

Metodi consigliati:

- *Micro-sessioni di formazione:* piccole sessioni (30-60 minuti) durante le ore di lavoro
- *Imparare sul lavoro:* impara usando direttamente lo strumento
- *Mini video tutorial o guide:* create dal tutor o direttamente trovate online (Youtube, piattaforme pubbliche)
- *Supporto dei colleghi:* staff con più esperienza può aiutare colleghi meno esperti

Esempi pratici di tutorial:

- Come fare log-in ed usare una piattaforma di cloud
- Come creare un preventivo digitale
- Come gestire le password e proteggere i dati dell'azienda

4.4 Come superare le resistenze

Tipi comuni di resistenze

- Paura di non essere capace
- Credere che "non sia necessario" o "ora non è il momento"
- Percezione che i mezzi digitali implicano più lavoro o più confusione

Come rispondere

- Coinvolgere gradualmente
- Ascoltare le preoccupazioni e celebrare le piccole vittorie
- Mostrare benefici tangibili come meno errori, meno carta e più tempo per compiti più importanti

4.5 Output attesi

- Incontri di partenza con almeno il 60% del team presente
- Identificare un referente digitale con responsabilità chiare
- Almeno una attività di formazione completata (formale o informale)
- Feedback raccolto sulle percezioni dell'impiegato (formale o informale)
- Clima del posto di lavoro migliorato riguardo argomenti digitali

5. Sicurezza, privacy e continuità dell'attività

Obiettivi

Aiutare le PMI ad adottare pratiche di base di sicurezza e privacy digitale, assicurando la protezione dei dati, la resilienza del sistema, e continuità dell'azienda in caso di eventi inaspettati o incidenti cyber.

5.1 Checklist di base per la cybersecurity

Ogni PMI dovrebbe avere adottare un set di misure di sicurezza minimo, anche con risorse limitate:

Misure di sicurezza	Strumento/consiglio consigliato
Usare password diverse e sicure	Usa un password manager (ad esempio Bitwarden, Last Pass)
Backup regolare di dati chiave dell'azienda	Programma backup automatici settimanali (drive esterno o cloud)
Antivirus o firewall installati su ogni dispositivo	Anche le soluzioni gratis sono sufficienti se aggiornate regolarmente
Abilita l'autenticazione a 2 fattori (2FA)	Specialmente per email, banking e piattaforma cloud
Limitare l'accesso ai file sensibili	Solo il personale autorizzato può accedere ai file sensibili

Ruolo del tutor: verificare con la PMI se questi elementi sono attuati; aiuta a creare una checklist semplice se non lo sono.

5.2 Privacy e GDPR essenziali

Cosa dovrebbe sapere ogni PMI:

- Se l'azienda conserva i dati di dipendenti, clienti e fornitori il GDPR viene applicato
- è necessario:
 - o Informare gli utenti riguardo come vengono usati i propri dati (informativa privacy)
 - o Conservare i dati in modo sicuro e solo fino a quando necessario
 - o Dare ad una persona la responsabilità del mantenimento dei dati, anche in modo informale
 - o Mantenere un registro di attività di processamento dei dati (un semplice file Excel può essere sufficiente)

Aree comuni da revisionare::

- Form di contatto del sito
- Liste di email di clienti
- Fatture e contratti archiviati
- Cloud storage e politiche di accesso

Strumenti suggeriti:

- Template di base delle politiche di privacy (disponibile dalle associazioni di rappresentanza locale o la camera di commercio)
- Video di formazione sul GDPR per le micro-imprese (disponibile online, anche nella lingua del posto)

5.3 Piano di continuità dell'azienda

Eventi inaspettati (ad esempio perdita di corrente, attacchi hacker, perdita di dati) possono interrompere le operazioni. Un semplice piano di continuità può aiutare la PMI a riprendersi velocemente.

Elementi chiave di un piano di base:

- Cosa fare in caso di perdita di internet o di accesso al server
- Chi contattare (fornitore IT, persona di contatto per internet)
- Dove sono conservati i backup dei dati e come accedervi
- Quali attività possono continuare manualmente o offline
- Come comunicare il problema ai clienti o fornitori se necessario

Output di supporto: compila il template con

- Lista di contatti di emergenza
- Descrizione delle chiavi di sistema
- Guida step-by-step per riprendere le operazioni
- Protocollo di comunicazione interno.

5.4 Output attesi:

- Checklist sulla privacy e sulla sicurezza completati
- Identificazione interna del responsabile per i dati e i backup
- Politica sulla privacy corrente o aggiornata
- Piano di continuità aziendale abbozzato in un formato semplice e chiaro

6. Measuring Results and Continuous Improvement

Obiettivi:

Permettere ai leader della PMI di valutare l'impatto reale dei loro sforzi per la trasformazione digitale, identificare i problemi, celebrare le vittorie ed adattare la strategia con il tempo tramite un processo di miglioramento continuativo che è accessibile anche per una piccola impresa.

6.1 Cosa vuol dire "misurare" per la digitalizzazione della PMI

- Non c'è bisogno di sistemi complessi: alcuni indicatori semplici, periodici e chiari sono sufficienti
- Le misurazioni devono essere orientate ai dettagli: se una azione non porta ai risultati, deve essere modificata, messa in pausa o rimpiazzata
- Le misurazioni dovrebbero coinvolgere le persone che svolgono il lavoro: staff, referenti interni e consulenti

6.2 Come scegliere i giusti indicatori (KPI)

1. Allineati con i tuoi obiettivi strategici

Esempi:

- Obiettivo: migliorare i rapporti con il cliente→KPI: numero dei follow-up mensili tramite i CRM
- Obiettivo: aumentare le vendite online→KPI: ordini mensili sull'e-commerce
- Obiettivo: ridurre gli errori→KPI: numero di errori nelle note di consegna o dei resi

2. Assicurarsi che siano misurabili con gli strumenti a disposizione

- CRM: numero di contatti gestiti
- Website: traffic, form submissions (via Google Analytics)
- ERP: media del tempo impiegato per completare un ordine, numero degli ordini automatizzati
- Excel o indagini: soddisfazione dei clienti o feedback del team

Esempi dei KPI minimi per le PMI

Area	KPI di esempio	Frequenza
Relazioni con i clienti (CRM)	Numero di nuovi contatti gestiti	Mensile
Vendite & marketing	Indagini sul sito tramite i form	Mensile
Operazioni (ERP)	Media del tempo speso per processare un ordine	Quadrimestrale
Controllo qualità	Numero di errori nei documenti di consegna	Mensile
Sviluppo dello staff	Numero di dipendenti formati digitalmente	Quadrimestrale

6.3 Come costruire una dashboard semplice

- Usa Excel o Google Fogli
- Crea una tabella con: KPI/Valore dei target/Valore reale/Gap/Note
- Aggiungì delle etichette colorate: verde=completato/giallo=vicino al completamento/rosso=non iniziato
- Aggiorna regolarmente (ogni mese o ogni 2 mesi)

6.4 Processo di miglioramento continuo

1. Imposta intervalli di revisione

- Mensilmente: aggiornamenti operativi
- Quadrimestrale: revisione strategica con un tutor o un referente digitale

2. Compara risultati attesi con risultati effettivi

- Se una azione funziona: consolida ed espandila
- Se non funziona: capisci il motivo (design dello strumento, gap di formazione, problema del processo) e aggiusta

3. Documenta ciò che si impara

- Mantieni traccia delle sfide, soluzioni e delle best practices
- Coinvolgi lo staff: raggruppa i feedback su cosa funziona e cosa potrebbe funzionare meglio

6.5 Output attesi

- Cruscotto KPI aggiornato almeno ogni due mesi
- Adeguamenti della strategia basati sui dati
- Un rapporto semplificato (va bene anche in formato tabella) dei risultati e delle decisioni prese

7. Evoluzioni future e sostenibilità della trasformazione digitale

Obiettivo: Aiutare i leader delle PMI ad estendere la trasformazione digitale oltre il primo anno, rendendolo un processo continuativo e sostenibile allineato con gli sviluppi futuri, sviluppo del mercato ed opportunità di finanziamento e di sviluppo

7.1 Come guardare oltre i 12 mesi

Dopo la prima fase di implementazione, la compagnia dovrebbe chiedersi:

- Quale parte della trasformazione può essere estesa o approfondita?
- Quali nuovi bisogni o opportunità sono emersi durante il processo?
- Quali azioni possono diventare parte di una visione digitale di 3 anni?

Esempi:

- Se il CRM sta funzionando → collegalo agli strumenti marketing dell'email
- Se l'ERP ha migliorato le operazioni → espandilo alle logistiche e alle fatturazioni
- Se l'e-commerce è attivo → sviluppa uno storytelling digitale o strategie di export

7.2 Come assicurare la sostenibilità a lungo termine

Una trasformazione è sostenibile quando:

- L'azienda sviluppa skill interne digitali, anche basiche
- L'imprenditore o il referente digitale monitora i cambiamenti nella tecnologia e nel mercato
- Il budget è allocato annualmente all'innovazione digitale (anche piccolo)
- Le partnership con i fornitori digitali e i network sono mantenuti nel tempo

Attività di supporto: creare una semplice checklist "continuità digitale":

- Almeno una persona rimane aggiornata (eventi, newsletter)
- Budget annuale per investimenti digitali (anche €1000-3000)
- Almeno una azione per anno per rafforzare o espandere cosa è stato fatto
- Partecipazione ad un network (associazioni, incubatori, cluster)

7.3 Dove trovare sostegno e finanziamenti

Esempi di opportunità da monitorare:

- Voucher digitali nazionali e regionali
- Incentivi delle camere di commercio per innovazione e formazione
- Call europee e progetti di cooperazione (ad esempio Erasmus+, Horizon)
- Partnerships pubblico-privato (ad esempio con ITS, università o hub digitali)

Strumenti:

- Iscrivere a newsletter che si occupano di innovazione digitale per le PMI (ad esempio DIH, PID)
- Seguire siti di associazioni di imprese locali
- Richiedere supporto da broker o consulenti locali sull'innovazione

7.4 Creare una roadmap a medio termine

Crea una roadmap a 12-24 mesi (una pagina è sufficiente), con:

- Direzioni strategiche (ad esempio "migliorare l'automazione B2B", "Rafforzare la cybersicurezza")
- Azioni pianificate
- Ruoli e possibili fonti di finanziamento
- Momenti di revisione periodica (ad esempio ogni 6 mesi)

7.5 Output atteso

- Un piano base per la continuità post-progetto (2025-2026)
- Almeno 2 azioni future identificate e programmate
- Una stima di budget per il digitale
- Connessioni con almeno una fonte di supporto o finanziamento



CHAPTER 5

Lezioni imparate

La fase finale si focalizza sul consolidare i risultati, individuare le lezioni imparate e assicurare la sostenibilità. Chiudere in maniera appropriata il processo aiuta a costruire la fiducia e prepara il terreno per miglioramenti continui. I tutor dovrebbero facilitare le riflessioni e incoraggiare le PMI a celebrare i successi

Attività 5.1 Raggruppare e documentare le storie di successo

Ogni viaggio di trasformazione digitale fornisce informazioni utili preziose. Documentare le storie di successo aiuta ad ispirare altre PMI e mostrare l'efficacia del tutoring e del training kit. La storia dovrebbe includere le difficoltà iniziali, le soluzioni implementate e i risultati misurabili. Le foto o le testimonianze possono arricchire la narrativa e renderla più verosimile.

Attività 5.2 Miglioramento continuo

La trasformazione digitale è un processo in corso. Le PMI dovrebbero periodicamente revisionare le loro strategie ed adattarle alle nuove tecnologie e alle condizioni del mercato. I tutor possono offrire sessioni di follow-up per riesaminare i progressi, identificare nuove opportunità e supportare ulteriori innovazioni.

Attività 5.3 Feedback dalle PMI/dagli imprenditori

Alla fine, raccogliendo feedback strutturati dalle PMI e dagli imprenditori assicura il miglioramento continuo del Tutoring e del Training kit. Questionari brevi o interviste possono rivelare gli aspetti più preziosi del servizio e delle aree che necessitano miglioramenti. Questo loop di feedback garantisce che iterazioni future rimangano rilevanti ed efficaci.

ALLEGATO 1

OPPORTUNITÀ DI FINANZIAMENTO DELL'UE

Per sostenere la priorità dei progetti pilota e trovare opportunità di finanziamento, il T&T KIT fornisce informazioni sui seguenti bandi nazionali e internazionali:

ITALIA

BANDO	DESCRIZIONE E CONDIZIONI	FREQUENZA	TIPO	LINK
Fondo per la Transizione Digitale (PNRR)	Fondo a supporto di startup e PMI innovative per investimenti in tecnologie digitali (IA, cybersecurity, ERP, cloud). Scadenza: 30 giugno 2026 (CSMT).	Una tantum	Contributo a fondo perduto + Investimento in equity	https://www.csmt.it/it/bandi
Transizione Digitale SIMEST (PNRR)	Finanziamenti agevolati e a fondo perduto per trasformazione digitale di PMI e PMI innovative. Fino esaurimento risorse	Continuativo	Prestito + Sovvenzione	https://www.simest.it/.../transizione-digitale/
Invitalia – Trasformazione Digitale	Finanziamenti agevolati e a fondo perduto per trasformazione digitale di PMI e PMI innovative. Fino esaurimento risorse	Continuativo	Prestito + Sovvenzione	https://www.invitalia.it
FESR – Fondi di Coesione 2021-2027	Risorse per digitalizzazione PMI tramite programmi regionali FESR, cofinanziamento UE, importo variabile	Multi-annuale	Sovvenzioni e EU	Vedi portali regionali FESR

PORTUGAL

BANDO	DESCRIZIONE E CONDIZIONI	FREQUENZA	TIPO	LINK
Acelerar o Norte (PRR)	Progetto che prevede una valutazione del livello di maturità digitale delle PMI e offre voucher per supportarle nel processo di digitalizzazione	Continuativo	Voucher digitali regionali	https://aceleraronorte.pt
Bairros Comerciais Digitais	Iniziativa volta a creare una piattaforma di e-commerce che riunisca le piccole imprese, consentendo loro di avere un negozio online condiviso	Continuativo	iscritti alla piattaforma	Registrarsi presso l'ente AEBRAGA
Emprego+digital	Empowering entrepreneurs and employees			https://aebraga.pt/formacao-emprego-digital/



BANDO	DESCRIZIONE E CONDIZIONI	FREQUENZA	TIPO	LINK
HA ZITEK	Sostegno alla realizzazione di Progetti di Ricerca Industriale o Sviluppo Sperimentale, sia di natura competitiva che strategica, nel settore imprenditoriale della Comunità Autonoma dei Paesi Baschi, e negli ambiti di specializzazione inclusi nel nuovo Piano per la Scienza e la Tecnologia dei Paesi Baschi 2030 (PCTI 2030).	Gennaio (annuale)	Personale e Materiali	Hazitek 2025. Apoyo a la I+D Empresarial - Ayudas SPRI
ELKARTEK	Sostegno alla realizzazione di Ricerca Collaborativa, svolta dagli Enti di Ricerca, Sviluppo e Innovazione integrati nella Rete Basca di Scienza, Tecnologia e Innovazione dei Paesi Baschi, negli ambiti di specializzazione inclusi nel Piano per la Scienza, la Tecnologia e l'Innovazione dei Paesi Baschi 2030.	Gennaio (annuale)	Personale e Materiali	Elkartek 2025. Apoyo a la investigación colaborativa - Ayudas SPRI
Fast Track Innobideak	Sostegno alla realizzazione di progetti di innovazione negli ambiti di specializzazione inclusi nel Piano per la Scienza, la Tecnologia e l'Innovazione dei Paesi Baschi 2030 e/o alla realizzazione di azioni complementari chiave per la promozione dell'innovazione.	Gennaio (annuale)	Personale e Materiali	https://www.spri.eus/es/ayudas/fast-track-innobideak/
AEI - Aggregazioni Imprenditoriali Innovative	Il programma di sostegno alle Aggregazioni Imprenditoriali Innovative (AEI) ha come obiettivo quello di migliorare la competitività delle piccole e medie imprese. Sovvenziona i progetti e le azioni volte alla realizzazione di studi di fattibilità tecnica, sia individualmente da parte dell'aggregazione imprenditoriale innovativa sia mediante collaborazione tra diverse aggregazioni imprenditoriali innovative; e lo sviluppo di progetti di Tecnologie Digitali innovative mediante collaborazione tra diverse aggregazioni imprenditoriali innovative.	Luglio (annuale)	Spese per il personale	Portal de Ayudas del Ministerio de Industria y Turismo
BDIH Konexio	Sostegno all'incorporazione di tecnologie digitali e sostenibili nella progettazione e sviluppo di prodotti e servizi delle aziende manifatturiere mediante progetti di analisi di fattibilità, consulenza e accompagnamento tecnico sugli asset che compongono il Basque Digital Innovation Hub (BDIH) negli ambiti di robotica flessibile e collaborativa, fabbricazione additiva, cybersicurezza, macchine connesse, materiali avanzati, dispositivi medici e salute digitale e reti elettriche digitali.	Gennaio (annuale)	Subappalto di servizi di centri tecnologici	https://www.spri.eus/es/ayudas/bdih-konexio/

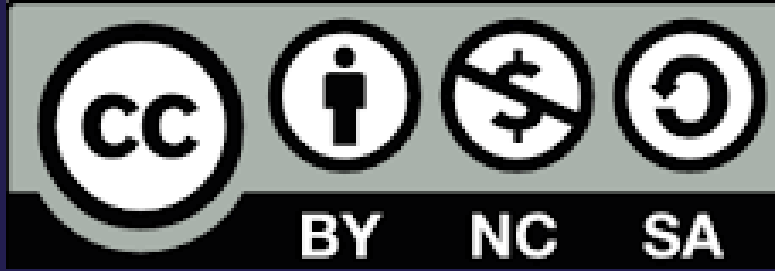
BANDO	DESCRIZIONE E CONDIZIONI	FREQUENZA	TIPO	LINK
Department of Enterprise, Tourism and Employment (DETE)	Il Dipartimento per l'Impresa, il Commercio e l'Occupazione (DETE) finanzia e promuove l'innovazione guidata dalle imprese attraverso una serie di programmi e incentivi, gestiti da diverse agenzie irlandesi. Offre inoltre il Grow Digital Portal , che illustra le opportunità offerte dagli strumenti e dalle tecnologie digitali, fornendo consulenza e informazioni su potenziali forme di supporto, formazione e finanziamento.			
Enterprise Ireland	Agenzia governativa per lo sviluppo delle imprese irlandesi, che investe e sostiene la crescita delle aziende di proprietà irlandese. Nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (finanziato dall'UE), il Digital Transition Fund promuove la trasformazione digitale delle imprese, in particolare delle PMI, supportandole in tutte le fasi del percorso di digitalizzazione			
Enterprise Ireland	Enterprise Ireland è l'agenzia irlandese per lo sviluppo delle imprese, che investe e sostiene la crescita delle aziende di proprietà irlandese nel loro percorso verso un ampliamento della scala operativa e il raggiungimento di una leadership globale nel proprio settore. Enterprise Ireland offre il Digital Discovery Grant , che ha l'obiettivo di incentivare e supportare le aziende nell'introduzione di nuove tecnologie e soluzioni digitali all'interno delle loro operazioni.			
Local Enterprise Offices (LEOs)	Rete di 31 uffici locali situati presso le autorità municipali, che fungono da primo punto di contatto per le imprese in cerca di sostegno e consulenza. Il Grow Digital Voucher offre alle PMI con fino a 50 dipendenti un contributo finanziario per adottare tecnologie digitali. È richiesto un Digital for Business Project Report completato negli ultimi due anni.			
Local Enterprise Offices (LEOs)	Le LEO offrono anche strumenti digitali, formazione e l'iniziativa Digital for Business , che aiuta le imprese ad analizzare e migliorare i propri sistemi digitali esistenti.			

GERMANIA

BANDO	DESCRIZIONE E CONDIZIONI	FREQUENZA	TIPO	LINK
DigiWohl (Europäischer Sozialfonds Plus (ESF+))	Un programma di finanziamento sostiene gli enti no-profit del settore tedesco dell'assistenza sociale nello sviluppo e nella sperimentazione di soluzioni digitali per l'erogazione dei servizi sociali. L'obiettivo è integrare più efficacemente gli approcci digitali nel lavoro diretto con i clienti. Devono essere considerate sia le esigenze degli utenti che le condizioni per il personale, per garantire la sostenibilità a lungo termine dei servizi sociali.	Nuovo bando previsto per l'Estate	Personale e Materiali	https://www.esf.de/portal/DE/ESF-Plus-2021-2027/Foerderprogramme/bmfsfj/digiwohl.html
INQA-Coaching	Il programma INQA Coaching, gestito dal Ministero Federale del Lavoro e degli Affari Sociali (BMAS), sostiene organizzazioni e aziende nel prepararsi per il futuro. In particolare, assiste nella digitalizzazione e modernizzazione dei processi di lavoro. Le opportunità di finanziamento per iniziative digitali includono, tra l'altro, un'analisi della situazione iniziale e lo sviluppo di piani d'azione concreti per la trasformazione digitale, tutti supportati da coach esterni.	In qualsiasi momento	Finanziamento delle spese di consulenza	https://www.esf.de/portal/DE/ESF-Plus-2021-2027/Foerderprogramme/bmas/inqa-coaching.html

EUROPE

BANDO	DESCRIZIONE E CONDIZIONI	FREQUENZA	TIPO	LINK
Erasmus+	È il principale programma dell'Unione Europea dedicato all'istruzione, alla formazione, alla gioventù e allo sport. Con un budget complessivo di 26,5 miliardi di euro fino al 2027, sostiene progetti nei settori dell'istruzione generale e professionale. Tra le varie iniziative, Erasmus+ finanzia progetti che promuovono l'uso delle tecnologie digitali nell'istruzione e il potenziamento delle competenze digitali.	2021-2027		Formazione / Finanziamento UE per competenze digitali
Programma Digital Europe	Il programma di finanziamento è stato istituito di recente per il periodo 2021-2027 e dispone di un budget di circa 7,6 miliardi di euro. L'obiettivo del programma è sostenere la trasformazione digitale dell'economia e della società in Europa. Tra le priorità specifiche di finanziamento rientrano l'ampliamento dell'informatica ad alte prestazioni, lo sviluppo e il rafforzamento dell'intelligenza artificiale, la cybersicurezza e i progetti volti a migliorare le competenze digitali nelle imprese e nelle pubbliche amministrazioni. Per maggiori informazioni sul Programma Europa Digitale, visita il sito web della Commissione europea.			Digital Europe



Project number 2023-1-IT01-KA220-VET-000156018
with support from the European Commission.



Project Partners



Abruzzo



CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ARAGUA



ADVANCED MANUFACTURING CLUSTER OF METAL INDUSTRY IN ASTURIAS





SMARTER

SMEs

Strategic Mindsets and Redesigned
Technological Environments Regenerate