



Co-funded by  
the European Union



INNOVATIVE SKILLS FOR  
BENEFIT COMPANIES

## Piano di Marketing e Sostenibilità per il Progetto S4BC



Mancomunitat  
de la Ribera Alta



Capacity Ireland



INSTITUTO DE  
TÉCNICA  
E INOVAÇÃO

TECH-PARK  
KAUNAS

## Contenuto

Obiettivi e ambito di applicazione del presente piano .....	4
Strategia di marketing .....	5
Strategia di sostenibilità .....	6
<i>CHI SONO I GRUPPI TARGET? decisori, parti interessate e parti interessate</i> .....	6
<i>QUANDO? Definizione di un calendario di attività per la sostenibilità.</i> .....	6
<i>COME? Tecniche utilizzate per ottenere l'espansione della rete oltre il periodo del progetto</i> .....	6
Sostenibilità e attività di marketing previste: .....	7
Marketing commerciale .....	9
Idee aggiuntive .....	10

**S4BC Competenze Innovative per le Aziende Benefit**  
**Progetto n° 2021-1-IT01-KA220-VET-000034806**

*Il sostegno della Commissione Europea per la produzione di questo Documento non costituisce un'approvazione dei contenuti che riflettono solo le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in esso contenute.*

## Obiettivi e ambito di applicazione del presente piano

Questo piano fa parte del progetto S4BC e delinea come la consapevolezza e l'uso dei risultati di S4BC possano essere rafforzati al fine di sostenerne l'uso in futuro. In questa introduzione descriviamo di cosa tratta l'S4BC e perché deve essere commercializzato e sostenibile.

Il progetto ha avuto l'obiettivo di supportare l'elaborazione del modello di business delle Società Benefit, indicando con questa definizione complessiva un modello di business che coniuga l'obiettivo del profitto con quello di creare un impatto positivo per la società e l'ambiente.

Il principale risultato del progetto è stata la creazione e l'erogazione di un corso di formazione online **Expert in Benefit Business Management** coerente con il sistema ECVET organizzato in Unità di Formazione e suddiviso nei seguenti moduli.

1. Organizzazione aziendale di BC
2. Aspetti tecnici di BC
3. Aspetti giuridici delle BC nei diversi paesi
4. Aspetti strategici delle BC
5. Dimensione europea e internazionale

Nel seguente piano delineeremo 2 strategie: (1) creazione di una strategia di brand awareness e marketing e (2) strategia di sostenibilità e mainstreaming.

Questo piano è scritto con la consapevolezza che il marketing e la sostenibilità richiederanno un approccio diverso da parte di ciascun partner e per ogni paese e che alcuni aspetti potrebbero richiedere una cooperazione internazionale, mentre altri no. I suggerimenti dovrebbero quindi essere letti come ispirazione e idee che potrebbero essere riprese dai partner. Naturalmente, nella proposta abbiamo annunciato che avremmo fatto un piano di marketing, quindi sarebbe saggio se ogni partner decidesse di impegnarsi con almeno uno o due aspetti di questo piano e cercare di implementarlo nei prossimi mesi, o oltre la durata del progetto. Alcune delle azioni menzionate sono state discusse nell'ultimo incontro del progetto a Dublino e si è convenuto di cooperare come partenariato nelle azioni di follow-up.

## Strategia di marketing

1. **Posizionare il progetto S4BC come la principale iniziativa europea per lo sviluppo di competenze specialistiche per il fiorente settore delle Società Benefit.** Questo focalizza il messaggio di marketing sulla proposta di valore unica del progetto e sulla sua rilevanza diretta per un settore in crescita.
2. **Sottolineare la duplice attenzione del progetto alla sostenibilità ambientale e all'inclusione sociale, in linea con gli obiettivi sociali più ampi.** Ciò evidenzia l'impegno del progetto nell'affrontare questioni globali urgenti, rivolgendosi a un pubblico più ampio che apprezza questi principi.
3. **Sfrutta il marchio Erasmus+, il consorzio di partner europei e le reti per creare credibilità ed estendere la portata.** Ciò sfrutta la reputazione esistente e le reti di istituzioni consolidate per conferire credibilità al progetto e raggiungere un pubblico più ampio in tutta Europa.
4. **Manutenzione del sito web del progetto [www.skills4bc.eu](http://www.skills4bc.eu) e promozione e valorizzazione dei principali risultati del progetto **Corso Esperto in Gestione Aziendale Benefit****

## ACCESS TO THE FREE ONLINE COURSE



## **Strategia di sostenibilità**

### ***CHI SONO I GRUPPI TARGET? decisori, parti interessate e parti interessate***

È importante pensare al nostro pubblico in modo da poter indirizzare in modo appropriato le nostre attività di disseminazione e sostenibilità. Identifica coloro che trarranno vantaggio dalla conoscenza del nostro progetto. Ciò includerà gli utenti finali dei nostri prodotti, i responsabili delle decisioni, nonché altre parti interessate, organizzazioni e reti nello stesso settore e altre parti interessate.

Dobbiamo rivolgerci agli individui e alle organizzazioni a livello locale, regionale, nazionale ed europeo. Conserva i dettagli di contatto in un database o in un foglio di calcolo per facilitare la connessione con le persone.

### ***QUANDO? Definizione di un calendario di attività per la sostenibilità.***

Le attività di sostenibilità del progetto S4BC sono state supportate fin dall'inizio del Progetto grazie alle attività di disseminazione e coinvolgimento in rete locale attraverso la presentazione del Progetto in occasione di seminari, conferenze, incontri e social network.

Per quanto riguarda le risorse, i risultati e i prodotti di S4BC rientrano a pieno titolo nell'attività lavorativa quotidiana di tutti i partner coinvolti. Le risorse umane e le risorse economiche saranno costantemente investite da questo progetto al fine di portare avanti le iniziative di ricerca relative alle tematiche S4BC.

Per quanto riguarda la disponibilità dei prodotti, dopo la fine del progetto, sarà supportata dal sito web istituzionale di S4BC. [www.skills4bc.eu](http://www.skills4bc.eu)

### ***COME? Tecniche utilizzate per ottenere l'espansione della rete oltre il periodo del progetto***

- Ogni partner può rafforzarsi nei propri paesi utilizzando reti conosciute, partner, parti interessate.
- Il progetto rappresenta 5 paesi, al fine di diffondere questa rete il più ampiamente possibile, i partner possono attingere a reti conosciute e partner passati e presenti che avrebbero un reale interesse e necessità per il progetto S4BC.
- Si consiglia di utilizzare partner con i quali noi, come rete, abbiamo lavorato bene in passato/o raccomandazioni.
- Utile per guardare alla ricerca: quale paese in Europa ha il più alto tasso di penetrazione delle società benefit?
- I partner sono a conoscenza di ricerche nei propri paesi per le politiche e le migliori pratiche delle società benefit?
- Il piano di espansione dovrebbe incorporare la strategia online (social media, LinkedIn, sito web).

### Sostenibilità e attività di marketing previste:

Attività	Target	Impatto previsto	Canale/Medio	Linea temporale
<b>Consapevolezza del marchio</b>				
<b>S4BC dedicato Sito web e social media</b>	Tutti gli stakeholder	Hub centrale per informazioni, risorse, creazione di comunità e coinvolgimento.	Sito web, LinkedIn, ResearchGate, Academia.edu	Continuo
<b>Comunicati stampa e sensibilizzazione dei media</b>	Pubblico in generale, istituzioni educative, media	Aumentare la consapevolezza, attirare l'attenzione dei media, posizionare S4BC come leader di pensiero.	Comunicati stampa, articoli, interviste, podcast, pubblicazioni di settore rilevanti	Continuo
<b>Partecipazione a eventi di sostenibilità e impatto sociale</b>	Datori di lavoro, responsabili politici, investitori	Mostrare la proposta di valore di S4BC, fare rete con i principali stakeholder, promuovere le partnership.	Conferenze, workshop, webinar	Continuo
<b>"Settimana delle Società Benefit"</b>	Tutti gli stakeholder	Aumentare la consapevolezza sulle Società Benefit, condividere storie di successo, ospitare webinar e discussioni.	Social media, sito web, canali partner	Evento annual e
<b>Promozione attraverso le reti di partner</b>	Ricercatori, responsabili politici, istituzioni educative	Diffondere i risultati della ricerca, raggiungere un pubblico più ampio, promuovere l'approccio S4BC a una rete europea più ampia.	EFVET, EVBB, EVTA, ETUCE CHEE	Continuo
<b>Integrazione</b>				

<b>Integrazione nei curricula delle istituzioni partner</b>	Istituzioni educative, studenti	Garantisci la sostenibilità e la scalabilità della formazione S4BC, attira i futuri studenti.	Siti web partner, reti educative	Continuo
<b>Sviluppo di casi di studio e testimonianze coinvolgenti</b>	Datori di lavoro, responsabili politici, potenziali studenti	Mostra l'impatto della formazione S4BC su individui e organizzazioni, costruisci credibilità.	Sito web, pubblicazioni, social media	Continuo
<b>Policy Brief e attività di advocacy</b>	Responsabili politici	Influenzare le decisioni politiche relative alle Società Benefit e alle pratiche commerciali sostenibili.	Relazioni, documenti programmatici, consultazioni	Continuo
<b>Collaborazione con reti B Corp</b>	Datori di lavoro, investitori	Amplifica la portata, promuovi le partnership, attingi alle comunità esistenti appassionate di business sostenibile.	Eventi congiunti, webinar, condivisione di contenuti	Continuo
<b>"S4BC Rete di ex alunni"</b>	Corso di formazione post utenti S4BC	Promuovere il senso di comunità, facilitare la condivisione delle conoscenze, creare opportunità di collaborazione e crescita professionale.	Piattaforma online, eventi, gruppo LinkedIn	Post-formazione
<b>Incoraggiare l'adozione di S4BC- Ispirate alle scuole di formazione professionale e alle politiche istituzionali</b>	Scuole di formazione professionale, istituzioni educative	Promuovere l'integrazione dei principi S4BC nei contesti educativi e nella cultura organizzativa.	Seminari, consultazioni, orientamenti politici	Continuo

## Marketing commerciale

Il 'marketing' in senso commerciale può essere fatto sviluppando un piano commerciale per vendere il corso S4BC **Esperto in Benefit Business Management**. Questa strategia è adatta per la maggior parte delle organizzazioni partecipanti come fornitori di formazione. Se i partner sono disposti o in grado di impegnarsi nel marketing commerciale perché gli attuali partner ottengono i loro budget attraverso il finanziamento del progetto (e talvolta la formazione) ma non attraverso il marketing commerciale di un metodo. È anche discutibile se vogliono individuare il corso S4BC **Expert in Benefit Business Management** come marchio preferito e commercializzato, senza allo stesso tempo parlare di copyright e proprietà di esso. Quindi, prima di considerare le seguenti strategie, dobbiamo prendere una decisione sul principio del desiderio e della fattibilità del marketing commerciale per tutte le attività pianificate sopra menzionate.

Un piano più ambizioso sarebbe quello di professionalizzare il corso S4BC (sito web di marketing con negozio, riprogettazione e stampa dei materiali, creazione di versioni online per studenti e insegnanti, sviluppo di materiali di marketing come volantini pubblicitari e moduli per l'ordinazione). Per coprire i costi, potrebbe trattarsi di un nuovo progetto dell'UE.

La strategia più ambiziosa sarebbe quella di sviluppare un **nuovo schema di rete S4BC**, in cui gli attuali partner stabilirebbero un'associazione internazionale che offra ai titolari un marchio, materiali, formazione e coaching a pagamento. I membri devono pagare una quota in anticipo o ottenere un prestito dalla fondazione internazionale e pagare all'associazione una percentuale dei profitti. I profitti dovrebbero coprire minimamente la manutenzione e la revisione del metodo e dei prodotti e il supporto dei titolari del franchising.



## Idee aggiuntive

- **Podcast o serie di webinar S4BC:** con interviste a leader di Società Benefit, esperti di sostenibilità, educatori e tirocinanti S4BC.
- **"S4BC Challenge" o Competition:** Incoraggiare studenti o giovani professionisti a sviluppare soluzioni innovative per le Società Benefit o ad affrontare le sfide della sostenibilità.
- **Partnership con Brand Sostenibili:** Collaborare con note Società Benefit per offrire stage, mentorship o opportunità di progetto ai tirocinanti di S4BC.

Queste strategie posizionano collettivamente il progetto S4BC come leader nel settore, sottolineando il suo valore unico, la rilevanza per le tendenze attuali e l'ampio appeal per gli stakeholder interessati a pratiche commerciali sostenibili e socialmente responsabili.