

Intellectual Output 03

Guida al modello didattico del gioco Social Seducement

SEZIONE 3. MANUALE DELLE REGOLE E DEI RUOLI DEL GIOCO

Control Sheet

Titolo del progetto	Social Seducement
Programma	Erasmus+
Convenzione n°	2014-1-UK01-KA200-001830
Intellectual Output	03
Autori	Stefania Aceto, Daniel Burgos, Silvia Francario, Renate Goergen Kerstin Junge, Natalia Padilla, Daniel R. Parente.
Contatti	Stefania.aceto@unir.net
Contributi	Cristina Castellanos, Erdmuthe Klaer, Luigi Martignetti, Antonio Zurino
Data di pubblicazione	31.05.2016
Riassunto	Questo documento è parte dell'IO3 che delinea il modello pedagogico alla base del gioco Social Seducement, oltre alla strategia di valutazione e alla struttura del gioco. E' una versione separata del compendio "Le regole e I ruoli del gioco", che complementa la documentazione del gioco. Queste linee guida sono altresì include nell'IO3.
Approvazione	Approvato
Diffusione	Pubblico
Pubblicazione on-line	www.socialseducement.net
Peer Reviewer	Kerstin Junge and Silvia Francario

Document Log

Versione	Data	Commenti	Autori
1.0	10.04.2016	Prima versione del documento	Natalia Padilla
2.0	10.05.2016	Struttura generale del document o con suddivisione dei compiti per la redazione tra 1 vari partner Bozza del contenuto della Sezione 1	Stefania Aceto
3.0	25.05.2016	Chapter 3 of part 1 revised	Natalia Padilla
4.0	27.05.2016	Capitolo 3 integrato con I commenti di TIHR, materiale didattico da aggiungere	Stefania Aceto
5.0	30.05.2016	Capitolo 4, Sezione 1 aggiunto; Sezione 2 e 3 aggiunte	Stefania Aceto, Silvia Francario, Renate Goergen, Erdmuthe Klaer, Natalia Padilla.
6.0	01.06.2016	Integrazione dei commenti dei partner	Stefania Aceto, Joachim Keim, Daniel Parente, Renate Goergen.
7.0	15.06.2016	Revisioni ai capitoli 3 e 4, Sezione 1 come indicato dal Coordinatore di progetto.	Stefania Aceto
8.0	28.06.2016	Integrazioni sulla base della peer review	Stefania Aceto, Renate Goergen
Final version	30.06.2016	Versione finale del documento	Stefania Aceto

Il progetto Social Seducement

Il progetto Social Seducement è cofinanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma Erasmus + per la durata di tre anni (Settembre 2014 – Agosto 2017).

Il progetto ha l'obiettivo di sviluppare le competenze chiave di adulti svantaggiati, con particolare riferimento ad adulti in stato di disoccupazione, al fine di accompagnarli nell'avvio di un'impresa collaborativa.

L'approccio del partenariato di Social Seducement è incentrato sulla definizione di un processo educativo in grado di scoprire le capacità inespresse della persona attraverso un percorso di consapevolezza e empowerment.

Questo percorso è stato realizzato tramite:

- **la creazione di un gioco di ruolo online** dal nome **SocialPlaNet** per sviluppare, migliorare e promuovere competenze sociali e imprenditoriali;
- **la facilitazione della collaborazione tra centri di formazione, agenzie per l'impiego, imprese di economia sociale** che hanno sperimentato il gioco di ruolo online Social Seducement;
- **la creazione di una Rete europea dei facilitatori** con la mission di a) orientare gli allievi nell'uso del gioco, sostenere e mediare il loro processo di apprendimento, e b) promuovere l'uso del gioco Social Seducement in Europa per incoraggiare l'acquisizione di competenze imprenditoriali in un modo innovativo;

Con Social Seducement ci siamo posti l'obiettivo di rafforzare la cooperazione tra educazione e formazione, lavoro ed economia sociale, non profit volontariato, in una dimensione europea.

Per saperne di più sul progetto, è disponibile il sito web: www.socialseducement.net

1. Introduzione

Questo documento rappresenta il Compendio delle regole e dei ruoli del gioco SocialPlaNet così come sviluppato dal progetto Social Seducement. Il Compendio, destinato ai giocatori e ai facilitatori, serve a comprendere le regole del gioco.

Il Compendio rappresenta le basi del gioco SocialPlaNet. Partecipare al gioco implica l'accettazione di una serie di regole, che permettono ai giocatori di condividere un linguaggio che a sua volta li aiuta nella comprensione reciproca. Il Compendio contiene tutte le regole dettagliate sia per i giocatori che per chi gestisce i gruppi. Insieme al Manuale del facilitatore, questa guida è parte essenziale della documentazione del gioco.

Il Compendio è composto da tre sezioni:

- una descrizione delle principali regole del gioco e delle loro funzionalità;
- una descrizione delle regole chiave su cui si basa il gioco;
- questioni pratiche legate al gioco, quali le licenze e il copyright.

2. The Role and Rules Gamebook

PARTE 1 **1** BENVENUTI NEL gioco di ruolo online SocialPlaNet

Benvenuti!

SocialPlaNet è un serious game, un gioco di ruolo rivolto a coloro che sperimentano situazioni di svantaggio nel mercato del lavoro e finalizzato all'avvio di un'impresa sociale collettiva.

Un gruppo di persone si incontra in un caffè e viene incoraggiata da un "personaggio magico" a ritrovarsi insieme per iniziare un proprio progetto di impresa sociale. In seguito all'incontro casuale nel caffè della città, i giocatori scopriranno le numerose opportunità che li circondano, le innate risorse si sveleranno a loro stessi per affrontare le sfide che si presenteranno!

Durante il gioco, ai partecipanti sarà assegnato in modo casuale il ruolo di leader in diversi step del gioco. I giocatori potranno decidere di volta in volta se mantenere il leader o rassegnare il ruolo ad un giocatore diverso. Nei diversi livelli del gioco, saranno anche invitati a simulare differenti ruoli tipici all'interno dell'impresa per scoprire e potenziare le capacità e i talenti di ognuno.

La finalità del gioco è quella di lavorare assieme alla costruzione di un modello di business fino ad arrivare alla predisposizione di un business plan.

Durante il gioco i partecipanti saranno accompagnati da un facilitatore, coinvolto anche nella valutazione degli apprendimenti. I giocatori apprendono giocando in gruppo, esaminando casi reali di imprese sociali esistenti e attraverso l'esplorazione di tematiche rilevanti per mezzo di link a risorse esterne.

Il gioco SocialPlaNet è stato sviluppato per accompagnare in modo divertente i giocatori nella pianificazione di attività economiche, nello sviluppo della propria idea di impresa sociale e quindi nel potenziare le capacità di ognuno nel reinserimento professionale e nell'impegno sociale.

Gli autori del gioco sono professionisti esperti nella formazione imprenditoriale con un focus sull'impresa sociale, nella consulenza e nel mentoring per lo sviluppo di progetti di impresa sociale, nella creazione di opportunità professionali inclusive e ovviamente nello sviluppo di giochi.

Gli autori lavorano in paesi e contesti differenti. Il gioco è il risultato di lunghi confronti e studi, di raccolte e sperimentazioni di materiali di formazione sul tema e di analisi di storie ed esperienze di veri imprenditori sociali dei diversi paesi coinvolti.

Il partenariato ha sviluppato il gioco come uno strumento di formazione, invita i potenziali partecipanti a esercitarsi nella pianificazione, nel guardare al futuro confrontandosi nel gruppo e correggendo i piani prima di avviare la propria impresa sociale. Invita altresì i giocatori a comprendere e a formarsi nella cultura d'impresa e a sviluppare il proprio progetto definendone anche l'impatto sociale. Prima di avviare una vera impresa (sociale), è preferibile apprendere come calcolare e gestire i rischi d'impresa; affrontare paure

ingiustificate; abbandonare le idee inopportune per evitare di saltare senza il paracadute! Il partenariato è convinto che la modalità ludica faciliti l'apprendimento e lo renda maggiormente efficace.

Il gioco guiderà i partecipanti, passo dopo passo, nei processi di pianificazione e di apprendimento. Durante il percorso i giocatori incontreranno imprenditori sociali reali che racconteranno le loro storie ed esperienze. Gli autori sono convinti che uno dei migliori modi per imparare sia "copiare" dalle idee, dai successi e dalle difficoltà di chi, prima di loro, si è cimentato in questo percorso. Le storie sono casi di studio reali, raccolte attraverso interviste a imprenditori sociali. Sarà un'opportunità seguirli nei loro percorsi. Connessi alle storie, numerosi set di materiali di apprendimento per poter approfondire ulteriormente.

Il facilitatore rappresenta il game master, l'ancora di sicurezza per i giocatori che potranno sentirsi spaesati o non adeguati. Successivamente il manuale spiegherà meglio il ruolo del facilitatore.

Prima di iniziare, è importante sapere la durata del gioco. Dipende davvero da ogni gruppo: quanto viene approfondita ogni argomento, quanto spesso i partecipanti giocano, e per quanto tempo e infine anche in base a quanto in dettaglio si vuole pianificare l'attività. In ogni caso il tempo massimo di gioco è di 2 mesi. Nel capitolo successivo si definiscono le regole e i ruoli.

PARTE 2 STRUTTURA DEL GIOCO

Il gioco è articolato in diverse sezioni che si susseguono. E' però possibile tornare indietro per approfondire o ripetere un esercizio o anche semplicemente se il gruppo ha cambiato idea rispetto ad una specifica questione. Arrivati alla conclusione, i giocatori potranno salvare e stampare il business plan della propria idea. Sarà anche possibile giocare di nuovo!

Il gioco è organizzato in più livelli e scene in diversi spazi: appartamenti, café, magazzino, municipio. I giocatori sono guidati negli spostamenti. Se i compiti assegnati ai giocatori non sono portati a termine, non sarà possibile proseguire e sarà necessario seguire le istruzioni.

- Prima occorre registrarsi e autenticarsi. Quando la registrazione per l'intero gruppo (tutti i giocatori) è conclusa, il gioco può iniziare; clickando sul tasto di avvio i giocatori si troveranno in una schermata con rappresentati degli edifici.
- In questa fase ognuno deve scegliere il proprio avatar. Per farlo ogni giocatore sarà guidato nell'edificio dove poterli scoprire. Una volta che tutti i componenti avranno fatto la loro scelta si potrà passare allo step successivo.
- I giocatori entreranno ora in un caffè per conoscersi meglio. Si presenteranno attraverso alcune domande. Anche questo è uno step obbligatorio per tutti i componenti al fine di poter proseguire con il gioco.
- Nel caffè il gruppo incontrerà il facilitatore, il personaggio magico, che li accompagnerà nella scoperta di una storia su di un'impresa sociale.
- Dopo aver familiarizzato con la tematica dell'impresa sociale attraverso le testimonianze narrate, il facilitatore incoraggia il gruppo a discutere della propria idea d'impresa. Per far questo, e per poter procedere con il gioco, sarà necessario organizzare una riunione. Uno dei componenti del gruppo sarà il leader / portavoce (può essere mantenuto quello assegnato dal gioco o può essere il gruppo a identificare il proprio portavoce).
- Nel magazzino il gruppo troverà uno spazio da scoprire e una lavagna per poter avviare il lavoro sulla propria idea d'impresa. Nel caso vi sia bisogno di ispirazioni, la biblioteca è il luogo in cui recarsi per ascoltare esperienze e testimonianze di imprenditori sociali. Il leader / portavoce dovrà riportare i punti salienti della discussione sulla lavagna. Questa è un'attività necessaria per poter proseguire nel gioco. Questa attività è funzionale a far emergere le competenze di ognuno. Passo dopo passo il gruppo guadagnerà i crediti (punti) necessari per arredare l'ufficio. Alla fine di questo passaggio, e per poter passare a quello successivo, sarà necessaria una nuova riunione tra i gruppi e l'identificazione (o assegnazione automatica) del leader / portavoce.
- Una volta rientrati nell'ufficio, i vari componenti del gruppo avranno acquisito una maggiore chiarezza della loro idea d'impresa e sarà quindi il momento di avvicinarsi

al Modello di Business Canvas e ai suoi 9 blocchi che lo compongono e che nel gioco saranno organizzati in chunk (sezioni). Il gruppo potrà decidere da quale chunk iniziare a lavorare. E' IMPORTANTE USARE LA CHAT PER DISCUTERE TRA I VARI COMPONENTI DEL GRUPPO. Ancora una volta, nel caso di necessità di riferimenti di esperienze nella compilazione del Canvas, sarà possibile andare in biblioteca dove i partecipanti potranno trovare materiale utile. Alla fine di ogni discussione ci sarà un quiz a cui rispondere; ogni giocatore dovrà scegliere la risposta e la maggioranza determinerà la scelta.

- DA RICORDARE: occorre sempre organizzare una riunione tra i partecipanti prima di poter accedere al livello successivo. Alla fine di ogni livello ci saranno sempre dei quiz per verificare gli apprendimenti. La riunione potrà essere organizzata e confermata solo se tutte le attività previste per quel livello saranno state realizzate. Un messaggio popup avviserà il gruppo in tal senso. Una volta completato il livello sarà possibile accedere al successivo attraverso un passaggio nella piazza della città. Il sistema assegnerà automaticamente il leader / portavoce, ma il gruppo potrà in questa fase sempre decidere di identificare un'altra persona.
- A questo punto il lavoro si concentra sulla compilazione delle diverse parti del business model Canvas. Sono tre le sezioni (chunk) da cui iniziare e all'interno delle quali ci si può muovere.
 - Il CHUNK 1 raggruppa i **segmenti di clientela** che usufruiranno dei servizi e/o dei prodotti, le **proposte dei valori**, e i **flussi dei ricavi** che saranno generati.
 - Il CHUNK 2 si riferisce alle **relazioni con i clienti** e a come si identificano e fidelizzano e attraverso quali **canali** si raggiungeranno e come si comunicherà la proposta dei valori.
 - Il CHUNK 3 aiuta invece a descrivere le **attività chiave** (tutte le attività che permettono un buon funzionamento dell'organizzazione), le **risorse chiave** (gli asset necessari per offrire i servizi e / o i prodotti), e i **partner chiave** (fornitori e partner che portano risorse esterne e attività) e la **struttura dei costi** (descrizione di tutti i costi operativi).

La figura che segue rappresenta il business model canvas e l'articolazione in chunk e il passaggio al business plan, con l'aggiunta di una serie di documenti.

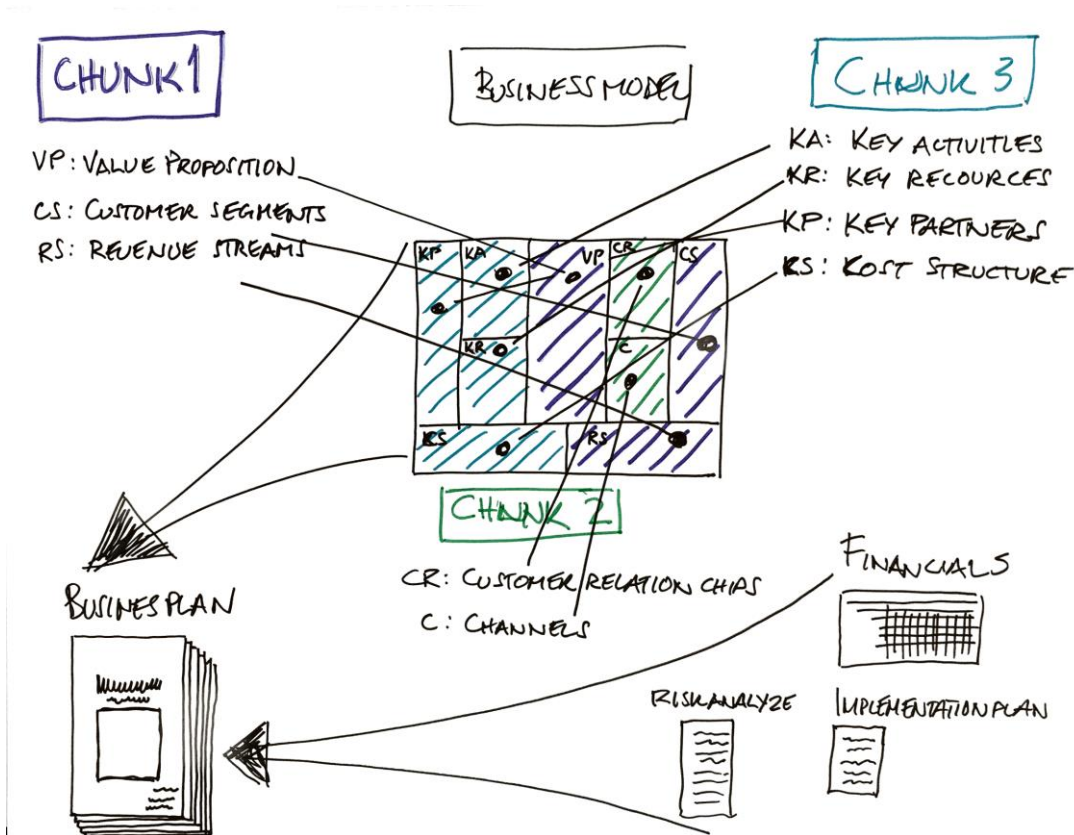


Figura 1: articolazione del business model canvas in chunk / sezioni.

- Quando i giocatori avranno completato questi livelli, il cuore del gioco sarà stato completato. A questo punto è possibile stampare il proprio business canvas e concludere il gioco, oppure giocare di nuovo o ancora procedere verso la definizione di un piano d'impresa per l'impresa collettiva ideata.

A SocialPlaNet si vince quando:

- si finisce il gioco come gruppo
- si completa il business model canvas per l'impresa collettiva ideata
- si è realizzato un buon bilanciamento tra le dimensioni sociale ed economica dell'impresa
- si sono accumulati punte che si sono spesi in modo saggio.

Parte 3 AVVIO: le regole del gioco SocialPlaNet

Ci sono tre principali tipologie di ruoli nel gioco SocialPlaNet:

- il **facilitatore** (game master o guida) – figura chiave, esperti in processi di apprendimento partecipativi, con la funzione di coordinamento e facilitazione del gioco;
- i **giocatori** – i partecipanti al gioco sono adulti con la prospettiva di diventare imprenditori sociali;
- il **super admin user** – che fornisce supporto tecnico rispetto a criticità che influenzano il gioco e che non possono essere risolte con la funzione “aiuto”.

SocialPlaNet è un gioco di gruppo, il facilitatore avrà il compito di formare il gruppo di giocatori. Ogni gruppo deve essere composto da non meno di 3 giocatori e non più di 6.

Per fare questo il facilitatore necessita degli indirizzi email dei giocatori. Con questi dettagli possono registrare i singoli giocatori sulla piattaforma e creare un gruppo.

Una volta registrati, i giocatori ricevono una notifica e scelgono un avatar, che sarà la rappresentazione grafica durante il gioco. Ogni avatar potrà essere assegnato ad un solo giocatore.

Ci sono anche due avatar per i facilitatori del gioco.

PARTE 3 I RUOLI

Social Seduction è un gioco di ruolo. Questo significa che ogni giocatore avrà la possibilità di sperimentare e simulare diversi ruoli, e in quanto giocatore simulerà il ruolo di un aspirante imprenditore sociale!

Per la simulazione dei diversi ruoli può essere utile scegliere dei vestiti adatti: “preferisci lavorare nell’area di produzione?” oppure “alla vendita?” “Ti piace la finanza o preferisci il marketing?” o ancora “vorresti essere il team leader, il manager o il presidente?”. Diverse funzioni che hanno bisogno di competenze diverse, non solo professionali, ma anche sociali.

Il gioco propone di simulare i diversi ruoli e di affrontare il percorso decisionale in modo serio, per sperimentarsi nelle diverse situazioni che si possono verificare nella costruzione di un progetto di impresa sociale. Un percorso che permetterà la scoperta delle proprie passioni e delle proprie competenze.

Come già detto SocialPlanet deve essere giocato in gruppo proprio perché l’impresa sociale è un’impresa collettiva: un gruppo di persone, prevalentemente disoccupate, a volte con qualche particolare difficoltà o bisogno decidono di mettersi insieme per promuovere un’attività di interesse per l’intera collettività; avviano un’impresa con l’obiettivo di realizzare un valore aggiunto, di creare occupazione, di offrire servizi e non semplicemente di creare un profitto personale. Questo spiega l’origine dell’impresa sociale, caratterizzata quindi da una gestione condivisa da parte di un gruppo di persone e da un’offerta di prodotti o servizi per il beneficio della collettività su cui insiste.

All’inizio del gioco sarà chiesto ai partecipanti di scegliere il proprio **Avatar**. Saranno disponibili diversi avatar che rappresentano i diversi ruoli, ma anche passioni, competenze che sono normalmente presenti all’interno di un gruppo. Ognuno può scegliere l’avatar per se stesso più rappresentativo o che più gli piace, che sia o meno riflesso di sé stesso!

Figura 2: Gli Avatar dei giocatori di SocialPlanet





L'avatr scelto rappresenterà il giocatore durante tutta la durata del gioco!

Un altro importante ruolo nel gioco è quello del **leader / portavoce**. Ogni giocatore deve avere la possibilità di essere il portavoce. Il leader / portavoce è automaticamente assegnato dal gioco, ma ogni gruppo ha la facoltà di cambiarlo e scegliere un altro membro del gruppo. Ogni step del gioco richiederà l'assegnazione di un leader / portavoce differente.

Verso la fine del gioco (Missione 5) ogni giocatore può scegliere il suo **ruolo professionale (business role)**. Ognuno può decidere di contribuire simulando uno dei ruoli che il giocatore insieme al gruppo avrà deciso per la propria impresa collettiva. Esempi di ruoli tipici dell'imprenditorialità sono riportati nell'Allegato 1 di questo compendio.

I giocatori dovranno negoziare l'attribuzione dei ruoli. Una volta scelto il ruolo, i contributi del giocatore saranno dalla prospettiva delle responsabilità che questo rappresenta.

PARTE 4 IL GIOCO e LE REGOLE

C'è un'altra figura importante nel gioco, il facilitatore (o **game master**), anche questo rappresentato da un Avatar.

Figura 3: Avatar del facilitatore di SocialPlaNet



Il facilitatore ha già esperienza con il gioco, il materiale didattico ed ha esperienza nell'ambito dell'economia sociale e del business modelling. Ogni giocatore può chiedere l'intervento del facilitatore.

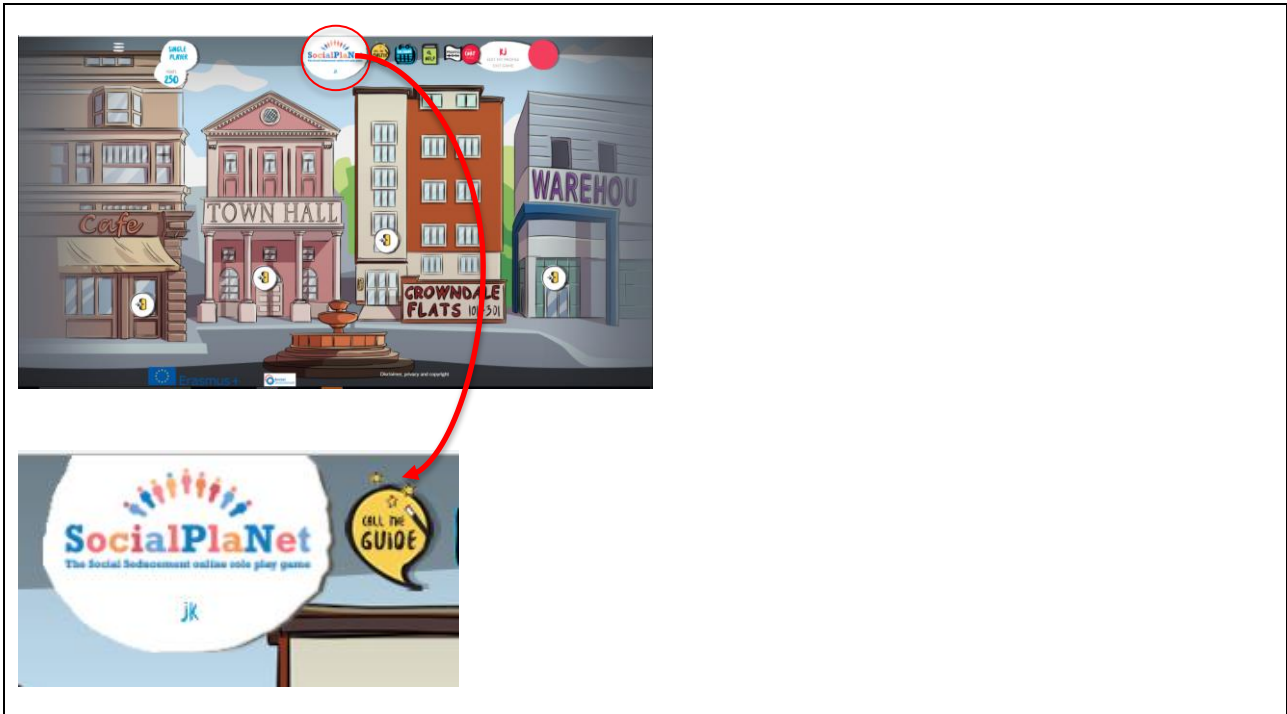
Il ruolo del facilitatore è quello di offrire supporto all'inizio del gioco, mano a mano che si prende confidenza con il gioco e quindi con il nuovo linguaggio e le nuove idee, con l'ambiente di SocialPlaNet e con il gruppo.

Durante il gioco, il facilitatore seguirà i giocatori, li aiuterà nei momenti di blocco e fornirà supporto in alcuni livelli del gioco che possono essere più difficili da completare. Il suo ruolo riguarda anche la gestione del lavoro di gruppo e assicurarsi che ognuno sia trattato equamente, che i giocatori si comportino con professionalità e infine anche la gestione dei conflitti. Tutto ciò avviene attraverso **la funzione "chat"**.

Le attività richieste al facilitatore / game master sono spiegate nel **Manuale del facilitatore**.

Il giocatore può richiedere aiuto e assistenza premendo il bottone giallo "chiama il master" che si trova in alto a destra sullo schermata di gioco.

Figura 4: Il bottone per chiamare il master



PARTE 5 IL RUOLO DEL SUPER ADMIN USER

I super Admin user sono gli utenti che può gestire tutto il sistema. Non si possono vedere nel gioco ma possono essere coinvolti dai facilitatori attraverso il team di Social Seducement per risolvere le questioni tecniche legate al gioco. Ne caso che un giocatore avesse bisogno dell'assistenza di un super admin user, l'indirizzo mail a cui scrivere è:
socialseducement@tavinstitute.org

PARTE 6 IL GIOCO E LE REGOLE

Il gioco accompagna il gruppo nello sviluppo dell'idea d'impresa identificata, nella pianificazione dell'impresa sociale fino ad arrivare alla redazione del business plan.

Obiettivi del gioco e regole generali

Ogni giocatore acquisirà competenze sull'impresa sociale, sulla loro modalità gestionale e organizzativa, sul significato e implicazioni dell'essere imprenditori "nell'interesse generale della collettività", ed approfondirà gli elementi del modello di business attraverso l'utilizzo del Business Model Canvas per passare dall'idea al Business Plan.

In particolare il gioco facilita l'esercizio delle capacità di pianificazione, del lavoro di squadra, del processo decisionale condiviso.

Quindi la **prima regola generale** è: armarsi di immaginazione, pazienza e desiderio di lavorare con gli altri giocatori. Questo è il primo aspetto su cui focalizzare l'attenzione: non si lavora da soli, ma in gruppo, ci si prepara per l'avvio di un progetto d'impresa collettiva. Occorre quindi imparare ad avere fiducia dei propri compagni di gioco, a sentirsi rafforzati all'interno del gruppo, a sostenersi vicendevolmente e ad prendersi responsabilità individuali e collettive.

La **seconda regola generale** è che il gioco non si vince da soli. Solo lavorando in gruppo e completando le diverse attività insieme, si raggiungeranno gli obiettivi del gioco verso la creazione dell'impresa sociale collettiva!

Quindi i giocatori saranno valutati prevalentemente come gruppo. Un punteggio sarà assegnato mano a mano che le attività saranno completate e le sfide proposte superate. **I punti guadagnati potranno essere utilizzati per ammobiliare l'ufficio del gruppo o per hyper commercial items o ancora per social items che caratterizzano l'impresa dal punto di vista sociale.** L'obiettivo è di arrivare alla fine del gioco con una combinazione di tutte e tre le componenti, nel caso in cui si dia troppo preponderanza ad una delle tre componenti, il punteggio sarà abbassato. Nel caso in cui si scelga solo una delle componenti, i giocatori possono essere richiamati per ripensare la loro scelta.

Le regole del gioco

Social Seduction è un gioco online e ogni giocatore sarà guidato in ogni singolo step del gioco. A volte potrà capitare di essere obbligati a intraprendere una qualche attività ma ci sono spazi e tempo dedicati per prendere una decisione insieme al proprio gruppo.

Di nuovo, la prima importante regola è che il gioco non può essere giocato individualmente!

In questa fase ognuno deve scegliere il proprio avatar. Per farlo ogni giocatore sarà guidato nell'edificio dove poterli scoprire. Una volta che tutti i componenti avranno fatto la loro scelta si potrà passare allo step successivo.

La maggior parte dei giocatori (due terzi) dovrà ritrovarsi per giocare all'ora stabilita insieme, per poter avviare le attività. Si può giocare anche al di fuori dell'orario scelto, ma occorrerà passare attraverso un quiz che riguarda le proprie competenze, rileggere le storie o esaminare altro materiale disponibile.

Ogni volta che un giocatore effettua il log in, viene assegnato in modo casuale ad uno dei giocatori il ruolo di portavoce, che può anche essere riassegnato. Nella missione 5 i giocatori dovranno anche scegliere un ruolo professionale per migliorare le proprie professionalità e competenze e scoprire i propri talenti.

Un'altra importante regola è che solo il portavoce ha la facoltà di far procedere il gruppo nei vari livelli di gioco, registrando le decisioni del gruppo nel sistema. I giocatori, in qualità di membri del gruppo possono contribuire alle discussioni usando la chat, ma non possono avanzare nei livelli di gioco.

Social PlaNet è innanzitutto un gioco didattico, i partecipanti apprenderanno due aspetti fondanti l'impresa sociale collettiva: le soft skills e le competenze più legate al fare impresa.

Durante il gioco saranno proposti diversi quiz con l'obiettivo di valutare i progressi in termini di comportamenti, attitudini e competenze.

Una terza regola definisce l'obbligatorietà dei quiz, mentre le missioni sono facoltative!

Occorre mettere insieme esperienze, conoscenze e competenze per poter rispondere alle domande insieme e dare il proprio meglio per accumulare i punti necessari. La chat agevola la condivisione e la discussione per rispondere al meglio. Si può rispondere alle stesse domande fino ad un massimo di due volte. Rispondendo correttamente ai quiz, i giocatori accumuleranno punti che potranno essere tenuti o spesi.

Quindi la quarta regola definisce che alle domande si risponde non individualmente, ma in gruppo!

Durante il gioco, il gruppo sarà supportato dal facilitatore o game master (la persona magica).

PARTE 7 COME COMPLETARE LE ATTIVITA' DI PIANIFICAZIONE OFF-LINE

Può verificarsi il caso in cui un singolo componente del gruppo voglia continuare a giocare anche offline per leggere il materiale o controllare l'avanzamento del proprio business plan. In linea generale è preferibile dedicare il tempo libero per piccole attività di ricerca nella comunità di riferimento della propria idea di business; cercare di applicare e testare ciò che si è appreso durante il gioco confrontandovi con la comunità di riferimento. Domande a cui rispondere possono essere: "dove troverò il denaro per finanziare l'attività?"; "Chi potrebbe aiutarmi?"; "Chi potrebbero essere i miei clienti e i miei partner?".

Un altro suggerimento riguarda la condivisione dei propri piani con i propri amici, l'uso dei social network per comunicare, cercare connessioni e eventuali sostenitori, identificare e confrontarsi con i potenziali clienti, chiedersi quali prodotti o servizi preferirebbero.

Il voler diventare un imprenditore sociale significa anche voler e saper comunicare con la collettività di riferimento, capire cosa sia necessario e come poter organizzare la produzione "nell'interesse generale della collettività". È importante non nascondere i propri piani e condividerli con la propria cerchia; cercare partner, stakeholder, e potenziali clienti. Questa attività non può essere fatta durante il gioco, ma è un'attività extra che accade al di fuori del gioco. Trovare il tempo e l'energia per continuare le attività di pianificazione nella vita reale significa confrontarsi continuamente e prendere anche in considerazione la possibilità di cambiare approccio rispetto a quello pianificato.

DA RICORDARE: più ogni giocatore si dedica all'attività di ricerca, analisi e pianificazione prima di avviare la propria impresa, minori saranno i rischi in cui si incorrerà. Per questo nel gioco sono inclusi esercizi da poter praticare offline.

PARTE 8 A CHI E' DESTINATO IL GIOCO E CHE TIPO DI AIUTO FORNISCE

Social PlaNet è un gioco che può essere usato in molte diverse situazioni, ma è importante enfatizzare che è un gioco di gruppo. Gruppi di non meno di 4 persone in cui sia presente un facilitatore (game master).

Social PlaNet può accompagnare aspiranti imprenditori nella messa a punto ed elaborazione del proprio business plan, ma può anche essere utilizzato da imprenditori già in essere che vogliono confrontarsi con le opportunità offerte dall'economia sociale e in particolare dal fare impresa sociale. La motivazione è quindi un fattore cruciale. Social PlaNet non è un gioco per il tempo libero, ma uno strumento di accompagnamento e apprendimento. Potrebbe essere necessario avere un supporto per poter avviare l'attività. I giocatori possono quindi cercare sostegno in imprese sociali esistenti, o agli uffici per l'impiego o ancora presso agenzie di formazione. E' anche possibile chiedere aiuto direttamente ai promotori del gioco!

I giocatori potrebbero avere bisogno di aiuto per ottimizzare la modalità di gioco. L'Helpdesk di Social PlaNet offre una molteplicità di opzioni a cui possono attingere i giocatori:

Assistenza nel gioco

Il gioco ha una serie di funzioni di aiuto che possono essere attivate durante le sessioni di gioco:

SocialPlaNet ha una funzionalità di aiuto interna che può essere attivata con il bottone in alto a destra sulla schermata. Una volta pigiato il bottone verde i giocatori avranno accesso a ulteriori materiali di gioco e a un set di FAQ.



Il bottone giallo "Chiama il facilitatore / game master" in alto a destra sulla schermata può essere attivato dal portavoce in qualsiasi momento. Attraverso questo bottone viene mandato un messaggio al facilitatore che contatterà il giocatore o il gruppo per sostenerlo nella gestione della criticità. I giocatori possono usare questa funzione se incontrano difficoltà con il gioco o se vi sono difficoltà all'interno del gruppo.



Il gioco ha anche una barra di avanzamento che aiuta i giocatori a capire quanto è stato fatto. Il bottone può essere premuto in qualsiasi momento durante il gioco.



La Web community dei giocatori di SocialPlaNet

I giocatori possono condividere la loro esperienza con altri giocatori o chiedere domande specifiche, entrando a far parte della community dei giocatori di Social PlaNet su facebook:

- Il gruppo facebook internazionale di Social PlaNet facebook group: una comunità di giocatori e facilitatori in Europa e non solo, disponibile a condividere problemi e soluzioni, esperienze e idee e in generale a imparare dall'esperienza degli altri:

[\[https://www.facebook.com/groups/731979850307772/\]](https://www.facebook.com/groups/731979850307772/)

- Il gruppo facebook italiano: una comunità di facilitatori e giocatori di SocialPlanet:

<https://www.facebook.com/SocSedIT/>

I giocatori possono anche pubblicare la loro esperienza di gioco sul blog di SocialPlaNet:

<http://www.socialseduction.net/social-seduction-blog>

Per farlo è necessario compilare il modulo alla fine della schermata per avvisare i responsabili della gestione del post.

Supporto per i facilitatori

I facilitatori di Social PlaNet hanno accesso alle seguenti risorse:

- Una dropbox che include la documentazione di gioco
- Un gruppo basecamp per condividere esperienze con altri facilitatori o per pianificare insieme agli altri delle attività
- La rete dei facilitatori di Social PlaNet
- Un video tutorial su youtube <https://www.youtube.com/watch?v=y4OxYdIQ0Fs> e il sito web di Social Seduction www.socialseduction.net

Coloro che fossero interessati a diventare dei facilitatori di Social PlaNet, debbono visitare la sezione "risorse del gioco" del sito web di Social Seduction per scaricare il pacchetto formativo e informativo. Inoltre, è possibile contattare i responsabili via mail per avere l'accesso alle varie risorse socialseduction@tavinstitute.org.

Altri tipi di aiuto disponibili

Altro tipo di sostegno è fornito da imprese sociali già esistenti sul territorio o da agenzie formative o ancora dai centri per l'impiego del territorio di riferimento.

ANNEX 1 – ESEMPI DI RUOLI PROFESSIONALI CHE POSSONO ESSERE SCELTI PER LA MISSIONE 5

Ruolo	Competenze e attitudini	
Gestione	Competenze amministrative	Estroversione
	Visione	Consapevolezza dei rischi
	Gestione	Pianificazione
	Socievolezza	Attenzione alle risorse (umane e materiali)
	Responsabilità	Organizzative
	Motivazione	Leadership
		Modellizzazione
Vendite	Competenze amministrative	Costanza
	Orientato al sociale	Resilienza
	Comunicativo	Estroversione
	Buon ascoltatore	Empatia
		Orientato al risultato
Marketing	Competenze amministrative	Visione
	Capacità di analisi	Comunicativo
	Creatività	Empatia
	Comprensione	Curiosità
	Desiderio di comprendere le dinamiche	Orientato al sociale
	Capacità di sviluppare (prodotti e servizi)	Estroversione
Finanza		Competenze matematiche
	Attenzione al dettaglio	Orientato al servizio
	Capacità di analisi	Responsabilità
	Fermezza	Precisione
	Controllo	Coerente
Produzione	Competenze amministrative	Accuratezza
	Pianificazione	Attenzione alla qualità
	Attenzione ai dettagli	Comunità

ANNEX 2 – IL MODELLO DI BUSINESS CANVAS¹

Il Business Model Canvas

Progettato per: _____ Progettato da: _____ Il: _____ Iterazione: _____

<p>Partner Chiave</p> <p>Chi sono i nostri Partner chiave? Chi sono i nostri fornitori chiave? Quali Risorse chiave stiamo acquisendo dai partner? Quali Attività chiave svolgono i partner?</p> <p>LA RELAZIONE Relazione di partner chiave Acquisizione di particolari risorse e attività</p>	<p>Attività Chiave</p> <p>Quali sono le attività chiave richieste dalle nostre Proposte di Valore? I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti? I ricavi?</p> <p>CANALI Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave</p>	<p>Proposte di Valore</p> <p>Che tipo di valore portiamo al cliente? Quali problemi del nostro cliente stiamo aiutando a risolvere? Quali pacchetti di prodotti e servizi offriamo al singolo Segmento di Clientela? Quali bisogni del cliente stiamo soddisfacendo?</p> <p>CANALIZZAZIONE Canali Proprietà Personalizzazione "Real-time" "Digital" "Mobile" "Social" "Prossimo" "Relazione di partner chiave" "Relazione di partner chiave" "Relazione di partner chiave"</p>	<p>Relazioni con i Clienti</p> <p>Che tipo di relazione ogni singolo Segmento di Clientela ci aspetta che stabiliamo e manteniamo? Quali relazioni abbiamo stabilito? Come sono integrate con il resto del nostro Business Model? Quanto costano?</p> <p>ESPERIENZE Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave</p>	<p>Segmenti di Clientela</p> <p>Per chi stiamo creando valore? Chi sono i nostri clienti più importanti?</p> <p>ESPERIENZE Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave</p>
<p>Risorse Chiave</p> <p>Quali sono le risorse chiave richieste dalle nostre Proposte di Valore? I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti? I ricavi?</p> <p>INTEGRAZIONE DI RISORSE Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave</p>	<p>Struttura dei Costi</p> <p>Quali sono i costi più importanti intrinseci al nostro modello di business? Quali delle Risorse chiave sono le più costose? Quali delle Attività chiave sono le più costose?</p> <p>LA RELAZIONE E IL PREZZO Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave</p>		<p>Canali</p> <p>Attraverso quali canali vogliono essere raggiunti i nostri Segmenti di Clientela? In che modo li stiamo raggiungendo ora? Come sono integrati i nostri canali? Quali funzionano meglio? Quali sono più efficienti, a livello di costi? Come li stiamo integrando con le abitudini dei clienti?</p> <p>PER IL CANALE 1. Conoscenza 2. Integrazione 3. Relazione 4. Canali 5. Canali 6. Canali 7. Canali 8. Canali 9. Canali 10. Canali</p>	<p>Flussi di Ricavi</p> <p>Per quale valore i nostri clienti vogliono veramente pagare? Per cosa pagano al momento? In che modo pagano al momento? Come preferiscono pagare?</p> <p>Quanto contribuisce ogni singolo flusso di ricavi ai ricavi totali?</p> <p>ESPERIENZE Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave Relazione di partner chiave</p>

DESEGNATO DA: Business Model Foundry AG
 I creatori di Business Model Generation e Strategyzer

Strategyzer
 strategyzer.com

Gli elementi del Business Model Canvas

Il business model di un'organizzazione può essere descritto con **9 elementi di base**:

- **Customer Segments** o **Segmenti di Clientela**;
- **Value Proposition**, ovvero il valore dei prodotti o servizi offerto per ogni segmento;
- **Channels**, ossia i canali attraverso i quali raggiungere il cliente;
- **Customer Relationships**, le relazioni che si instaurano con il cliente;
- **Revenue Streams**, i ricavi generati;
- **Key Resources**, le risorse chiave dell'azienda;
- **Key Activities**, le attività chiave per rendere effettivo il modello di business;
- **Key Partners**, i partner chiave con i quali l'impresa intende allearsi al fine di creare valore per il cliente;
- **Cost Structure**, la struttura dei costi per le risorse, le attività e i partner chiave.

¹ <http://www.businessmodelcanvas.it>

Customer Segments, la profilazione dei clienti

Il blocco dei **Segmenti di Clientela** descrive le **classi di persone e le organizzazioni a cui l'azienda si rivolge**. Un segmento di clientela può essere definito attraverso dati demografici (età, etnia, sesso, etc), o in relazione a fattori psicografici come abitudini di consumo, bisogni e interessi comuni.

La profilazione è un elemento chiave per pianificare l'[analisi di mercato](#) e, di conseguenza, per mettere a segno un business plan vincente: fare chiarezza sulle esigenze dei clienti permette di sviluppare un pacchetto di prodotti e servizi mirati, di individuare i canali di distribuzione più redditizi e di direzionare l'azienda verso il tipo di mercato all'interno del quale intende posizionarsi.

Value Proposition, proposta di valore

La **Value Proposition** è la **promessa realistica riguardo il valore dei prodotti e servizi, sulla base dei benefici tangibili per un determinato segmento di clienti**.

In breve, è la **motivazione** per cui il target dovrebbe preferire l'azienda rispetto alla concorrenza e, pertanto, ne determina la stessa forza di vendita. Non vi è un modo univoco per creare una buona proposta di valore.

Può trattarsi di un'innovazione, ossia di offrire ai clienti qualcosa di rivoluzionario, di un abbassamento di prezzo che determini un risparmio economico, oppure del miglioramento del design e delle performance di un prodotto. In ogni caso, è il cliente il vero protagonista, insieme al suo benessere e alla soddisfazione delle sue esigenze funzionali, emotive e sociali.

Channels, le strade che portano al cliente

Il blocco dei **Channels**, o Canali, sta ad indicare **l'insieme dei mezzi con cui la proposta di valore raggiunge il cliente, nelle fasi di comunicazione, distribuzione e vendita**.

Nel concreto, l'azienda sfrutta i canali per informare i potenziali acquirenti dell'esistenza e del valore dei suoi prodotti, per renderli accessibili e permetterne l'acquisto e per garantire un'adeguata assistenza post-vendita. I canali possono essere diretti, ossia di proprietà dell'azienda, oppure indiretti (ad esempio, distributori ufficiali e negozi partner).

Customer Relationships, dialogare con il target

Le **Customer Relationships** definiscono il tipo di **relazioni che l'azienda instaura con la sua clientela**. Questa forma comunicativa aiuta l'impresa ad acquisire nuovi clienti e a fidelizzare quelli già esistenti, ed è quindi parte essenziale di un business plan che funziona.

Interrogarsi sull'interazione con il proprio target aiuta a chiarire quale tipo di relazione si sta costruendo, a supportare l'esperienza del cliente e a rafforzare l'immagine dell'impresa sul mercato.

Revenue Streams, flussi di ricavi

Il blocco dei **Revenue Streams** descrive gli **incassi che l'azienda ottiene dalla vendita di prodotti o servizi a un determinato segmento di clientela.**

Le variabili da considerare sono i prezzi (fissi o dinamici) **e le modalità di pagamento**, due aspetti fondamentali per rendere il modello di business sostenibile. I flussi di ricavi possono essere di diversa natura ed essere generati da fonti altrettanto varie: dalla vendita di prodotti fisici al compenso di un canone d'uso, dalla cessione di una licenza alle commissioni di intermediazione. In questa fase, è possibile identificare il sistema di pagamento preferito dai clienti, così come il valore aggiunto per il quale il target è disposto a pagare.

Key Resources, il patrimonio dell'azienda

Le **Key Resources** sono tutte le **risorse chiave di cui un'impresa deve disporre per far funzionare il proprio business.** A formare il bagaglio degli assets strategici concorrono le **risorse umane** (forza lavoro), **fisiche** (punti vendita, impianti, macchinari), **intellettuale** (software, licenze d'uso, diritti d'autore) e **finanziarie** (prestiti, linee di credito, denaro contante). Lo scopo è quello di individuare le risorse più efficaci nella creazione di una specifica proposta di valore per un determinato segmento di clienti.

Key Activities: fare, vendere e supportare

Il blocco delle **Key Activities** comprende tutte le **attività necessarie per la creazione di una proposta di valore.** A queste, si affiancano i processi più efficienti per raggiungere il target, mantenere le relazioni con i clienti e, ovviamente, generare ricavi. Le attività chiave possono essere **distinte in tre tipologie: produttive, di problem solving, di manutenzione o sviluppo.**

Key Partners, le alleanze strategiche

A popolare il blocco dei **Key Partners** è la **rete di fornitori e partners con cui l'azienda collabora per creare valore da offrire al cliente.** Un'impresa, infatti, non è una struttura autosufficiente, quanto piuttosto un sistema che agisce all'interno di un contesto più ampio, supportato da attori esterni. Stringere alleanze strategiche risponde alle necessità aziendali di ridurre i costi, diminuire i rischi della concorrenza e acquisire particolari risorse ed attività.

Cost Structure, l'analisi dei costi fissi e variabili

Il blocco della **Costs Structure** definisce i **costi fissi e variabili che l'azienda deve sostenere per le risorse, le attività e i partner chiave.** Per alcuni tipi di attività, contenere le spese diventa un aspetto centrale, soprattutto se fra gli obiettivi del business plan vi è quello di mantenere i propri prezzi competitivi.

Nell'analisi della struttura dei costi, rientrano quelli fissi (ad esempio, affitti e stipendi) e quelli variabili, ovvero dipendenti dal volume di beni e servizi prodotti. In ogni caso, l'obiettivo centrale è quello di assicurarsi che i flussi di ricavi superino le spese: solo così l'attività può dirsi effettivamente sostenibile.