



Contenuti

La formazione nel Regno Unito.....	1
La formazione in Spagna	1
La formazione in Grecia	2
La formazione in Italia.....	3

La formazione nel Regno Unito

Nonostante le sfide derivanti dai cambiamenti nelle abitudini degli studenti causati dall'impatto del COVID-19, la fase di formazione nel Regno Unito ha avuto successo.

Le organizzazioni partner nel Regno Unito hanno condiviso l'approccio per attirare gli utenti sulla piattaforma online. L'Associazione degli Editori si è concentrata sui social media, rivolgendosi al pubblico primario, mentre Capacity London si è concentrata sul marketing diretto attraverso e-mail rivolte agli studenti presenti nella loro banca dati.

Entrambe le strategie hanno avuto successo. L'uso della pubblicità a pagamento sui social media ha ottenuto ottimi risultati, con 104,6K di persone raggiunte, 9.461 visualizzazioni e 1.351 click.

Durante il periodo di blocco causato dall'emergenza COVID19, il corso ASAP è

diventato un'opportunità per quelle persone che improvvisamente avevano più tempo a disposizione per dedicarsi a corsi di formazione professionale online, in particolare per quelle interessate al settore editoriale.

Capacity London ha avuto successo anche grazie all'invio diretto di email al proprio database di studenti.

La formazione in Spagna

Durante l'esperienza di formazione in Spagna, gli sforzi sono stati divisi tra CEPYME e CECE. Si è rivelata un'esperienza positiva ma al tempo stesso impegnativa.

Poiché entrambe le organizzazioni sono confederazioni che dipendono dalle federazioni per raggiungere gli utenti principali destinatari di questa azione, esse hanno dovuto testare nuovi approcci non convenzionali per raggiungere il loro obiettivo. La strategia sviluppata si è incentrata su tre assi principali:

- 1) Social Media: Prima di iniziare l'esperienza di formazione, hanno creduto che i social media sarebbero stati una componente chiave per garantire l'impegno dei nuovi partecipanti. Il livello di impegno nella presentazione dei corsi è stato positivo. Hanno pubblicato i corsi sia su Facebook che su LinkedIn, ma hanno scoperto che però non si è rivelato l'approccio più efficace per



Progetto ASAP Aggiornamento, 5 | March 2020

ottenere l'adesione dei partecipanti all'esperienza di formazione.

- 2) Campagna di mailing: a medio e lungo termine si è rivelato lo strumento più importante per garantire un afflusso continuo di nuovi partecipanti ai corsi. Il fatto che sia CEPYME che CECE siano confederazioni rende la rete uno dei loro maggiori punti di forza. Hanno voluto sfruttare questa forza per potenziare l'esperienza di formazione. Per questo CEPYME, che è maggiormente incentrata sulle piccole e medie imprese, è riuscita a raggiungere più di 20 centri di formazione professionale attraverso una campagna di mailing. Dall'altro lato, CECE si è impegnata con la rete di centri che rappresenta. Per coinvolgere i centri hanno incluso l'offerta dei corsi gratuiti ASAP nella newsletter quotidiana che il team di comunicazione di CECE sviluppa per tutti i centri affiliati.
- 3) Contatto diretto con centri specifici: CEPYME ha contattato un centro di formazione professionale collegato al settore per la realizzazione dei diversi corsi. Questa si è rivelata l'azione di maggior successo nell'esperienza di formazione in Spagna. Diversi studenti hanno partecipato ai diversi corsi, tramite un percorso fornito dalla scuola. Anche CECE ha contattato un centro specializzato affiliato per fare lo stesso. Dopo l'epidemia di COVID-

19 in Spagna hanno dovuto riadattare il loro piano e ora offrono i diversi corsi ai centri, come possibile componente educativa online.

Rafforzando continuamente questi tre assi sono stati in grado di raggiungere l'obiettivo desiderato e prevedono di creare un percorso di replica dei corsi ASAP in Spagna.

La formazione in Grecia

Sono stati molti gli sforzi per riunire i partecipanti al corso online ASAP erogato attraverso la piattaforma ed EUROTraining ha cercato di raggiungere gli stakeholder del settore editoriale, utilizzando diversi metodi per promuovere l'utilizzo della piattaforma.

EUROTraining ha raggiunto le parti interessate come il settore della formazione professionale e le reti ECVET (European Credit System), le società editoriali, i centri di formazione al fine di raggiungere l'obiettivo della promozione della piattaforma ASAP. In particolare, i principali gruppi di utenti sono stati: le persone che lavorano nell'editoria, che vogliono aggiornare le loro capacità e competenze per meglio adattarsi alla transizione digitale e le persone in cerca di un lavoro nel settore editoriale, che vogliono acquisire un livello iniziale di conoscenza e comprensione del settore, con un focus sugli aspetti digitali.

Gli obiettivi prefissati come numero di partecipanti al corso ASAP sono stati raggiunti e superati! Per attirare i tirocinanti durante il



Progetto ASAP Aggiornamento, 5 | March 2020

corso, il programma di formazione è stato preparato in anticipo ed è stata utilizzata una serie di metodi diversi per attirare le persone.

Da sottolineare che l'azione di contatto diretto con i professionisti del settore dell'editoria via e-mail è stata particolarmente incisiva per il raggiungimento degli obiettivi di partecipazione. Importante evidenziare il fatto che il successo è stato raggiunto anche perché i corsi sono stati offerti online, nella loro lingua e gratuitamente. Inoltre, è opportuno ricordare che il progetto è stato sviluppato con la collaborazione e l'accreditamento e l'approvazione ufficiale della P.O.E.V. (National Federation of Publishers & Booksellers), il cui ruolo è stato di supporto e consulenza.

La formazione in Italia

Implementare la formazione: sfide, soluzioni innovative e apprendimento basato sul lavoro. Ecco una panoramica dell'esperienza di pilotaggio in Italia.

I partner coinvolti in Italia nell'implementazione della formazione sono:

Fondazione Villa Montesca e CESIE, centri di ricerca e formazione, AIE, Associazione Italiana Editori, Giunti Psychometrics, VET inserita nel terzo gruppo editoriale italiano e Confartigianato in rappresentanza delle aziende del settore di riferimento.

Grazie alla collaborazione di tutti i Partner, i beneficiari sono stati coinvolti attraverso una strategia di comunicazione online: newsletter mirate, mailing di massa, promozione attraverso specifiche pagine istituzionali e gruppi Facebook dedicati al progetto. Ma anche attraverso sessioni di formazione in persona e contatti istituzionali, ad esempio stabilendo un collegamento diretto con i membri delle case editrici e gli studenti interessati ai temi trattati dalla formazione.

L'obiettivo perseguito nello sviluppo dei contatti diretti è stato quello di presentare il progetto nel dettaglio. Le fasi iniziali di ricerca e di analisi, il lavoro svolto per la realizzazione della formazione e della piattaforma online spiegando come funziona, come sono organizzati i materiali e, soprattutto, per capire le impressioni degli utenti e le loro esigenze di apprendimento, nonché per individuare i beneficiari più interessati.

I beneficiari coinvolti sono:

- Agenzie professionali che operano nel settore editoriale
- Case editrici
- Collaboratori esterni
- Professionisti
- Utenti dei servizi per l'impiego e che sono alla ricerca di un lavoro nel settore editoriale
- Studenti universitari e delle scuole secondarie,
- Operatori del settore Comunicazione



Progetto ASAP Aggiornamento, 5 | March 2020

Brevi considerazioni sulle impressioni dei soggetti coinvolti:

- È stata implementata un'analisi preliminare - denominata "fase di piloting" - per cercare di evidenziare come i corsi, dopo essere stati inizialmente stabiliti, abbiano avuto un impatto sui possibili utenti. Lo scopo era quello di raccogliere ogni feedback utile e utilizzarlo per migliorare l'organizzazione, la strutturazione e la costruzione dei contenuti dei corsi in modo da operare un eventuale miglioramento durante la formazione.
- L'estrema flessibilità di un corso online fornisce un aspetto utile per superare un possibile ostacolo dei tempi e la tendenza ad abbandonare un corso.

Il tema dell'innovazione tecnologica applicata all'editoria (e-learning, realtà aumentata, contenuti multimediali, ecc.) è stato ritenuto interessante per sviluppare le competenze professionali dei tirocinanti. Anche la comunicazione e il marketing via internet e i social media sono stati molto apprezzati.

“Ho acquisito maggiori conoscenze sulla struttura del settore editoriale, strumenti utili per l'editing, materiali utili anche per gli accordi con i clienti, chiarimenti sui diritti d'autore, colori e stampa

digitale, ulteriori riflessioni per il mio lavoro”.
