

Documento di candidatura

Questo è il modello del documento di candidatura alla terza edizione di Battiti. Vi chiediamo di produrre un documento che contenga tutti i campi qui sotto elencati e che non ecceda nella lunghezza di caratteri indicata (tutte le indicazioni si intendono spazi inclusi).

È possibile inviare, insieme a questo documento e al piano dei conti richiesto da bando, anche altri materiali che ci permettano di valutare la proposta, purché il peso degli allegati dell'e-mail di candidatura non superi i 5MB.

Parte 1. Anagrafica di progetto

- > **Nome e cognome del referente di progetto**
- > **Indirizzo, e-mail e numero di telefono del referente di progetto**
- > **Nome dell'impresa o del progetto di impresa**
- > **Sito web, altri riferimenti online e/o account social media**
- > **Indirizzo della sede legale / operativa dell'impresa o del progetto di impresa**
- > **Tre parole chiave per descrivere l'impresa o il progetto d'impresa**
- > **Campi o settori di interesse / attività del progetto**
- > **Territorio di interesse / attività**

Parte 2: Descrizione del soggetto proponente e della rete

> Il team (max. 3000 caratteri)

Questa sezione è dedicata alla descrizione e all'illustrazione del team dell'impresa o del progetto di impresa. Nello specifico andrebbero indicate le organizzazioni o le persone proponenti, precisando la storia e il percorso professionale, le competenze che potrebbero essere utili al fine della realizzazione del progetto, i successi già conseguiti e i punti di forza. Bisogna specificare poi gli obiettivi da conseguire ma anche le possibili difficoltà e/o i punti di debolezza.

> Storia e governance dell'impresa o del progetto di impresa (max. 500 caratteri)

Descrivere la forma societaria attuale e tracciare una breve storia del percorso di impresa

> Descrizione del contesto territoriale (max. 1000 caratteri)

Descrivere il contesto territoriale in cui si vuole operare, le partnership attivate o in via di attivazione e la rete di riferimento dell'impresa o del progetto di impresa.

> Motivo della partecipazione (max. 1000 caratteri)

Descrivere le motivazioni della candidatura e quale valore si ritiene che Battiti possa offrire al progetto.

Parte 3: descrizione del progetto d'impresa

> Executive summary (max. 2000 caratteri)

Illustrare in modo sintetico quanto indicato in dettaglio nel resto del documento: le caratteristiche salienti, gli obiettivi, gli impatti del progetto e dei proponenti di quest'ultimo. E' opportuno che nel documento siano chiaramente evidenziati, ad esempio nella forma di brevi paragrafi, i punti essenziali dell'esposizione ed i suoi contenuti.

> Identità e impatti da generare (max. 2000 caratteri)

Occorre caratterizzare il progetto tramite gli strumenti che consentono di definirne l'identità in maniera univoca. Nello specifico, descrivere la visione - nei termini del cambiamento che si vuole generare nella società e nel contesto di riferimento (impact vision) e la missione - ossia il modo in cui si intende farlo (mission).

> Innovatività di progetto (max. 1500 caratteri)

In questa sezione si possono indicare quegli elementi che rendono il proprio servizio innovativo, identificando cosa si vuole apportare di nuovo che non esiste già o in cosa si ha una carica innovativa rispetto all'offerta sul mercato.

> I pubblici e la comunità di riferimento (clienti/beneficiari/stakeholder, community) (max. 1000 caratteri)

In questa fase vanno identificate tutte le persone e i gruppi di persone a cui la propria idea si rivolge, sia quelle a cui è direttamente indirizzata sia quelle che ne sono toccate indirettamente (stakeholder). È consigliabile ordinare i target per livello di coinvolgimento, partendo da quelli a cui ci si rivolge direttamente.

> Bisogni a cui si vuole dare una risposta (max. 2000 caratteri)

Occorre ora, per ogni target che è stato definito, identificare i bisogni a cui ci si sta rivolgendo. In questa fase è consigliabile inserire sia quelli che si credono essere gli interessi dei propri pubblici di riferimento e i benefici attesi dal progetto, senza dimenticare di inserire le preoccupazioni che potrebbero avere a proposito. L'analisi qui richiesta non è di ordine generale, occorre identificare i bisogni di ogni pubblico di riferimento precedentemente indicato.

> La proposta di valore (max. 2000 caratteri)

In questa sezione bisogna indicare la risposta alle domande poste nella sezione bisogni, sempre considerando i propri pubblici di riferimento uno alla volta. Va quindi indicato come la propria idea risponda ai bisogni funzionali di ogni pubblico, alleviando le pene degli utenti e creando i benefici attesi. Per ogni target identificato precedentemente è fondamentale descrivere la proposta di valore, enunciando i tratti identitari del prodotto/servizio offerto

> Il mercato, la competizione (max. 2000 caratteri)

Questa sezione tratta il tema della concorrenza e il posizionamento rispetto a chi già opera sul mercato. Per ogni competitor indicare punti di forza e debolezza e in che cosa si distingue la vostra proposta di valore.

> Stato attuale di avanzamento (max. 1000 caratteri)

Descrivere lo stato di avanzamento di accesso al mercato e l'eventuale piano di validazione o di test del prodotto o servizio offerto

> KPI fondamentali (max. 1000 caratteri)

In questa sezione vanno elencati gli indicatori chiave di performance e di impatto del proprio progetto. È il momento di allargare la propria prospettiva e descrivere i risultati da ottenere (es. n° di corsi, n° di eventi, n° di app scaricate) e gli impatti qualitativi e quantitativi da generare (diminuzione tasso di disoccupazione nel target di riferimento, miglioramento della qualità della vita) segnalando, se possibile, lo strumento che si vuole utilizzare per misurarli (es. questionario, intervista).