

RELAZIONE SOCIALE 2019-2020

SOMMARIO

- **Che cos'è SeoSpirito Società Benefit srl?**
- **Obiettivi della Benefit**
- **Oggetto sociale di SeoSpirito Società Benefit srl**
- **Risorse coinvolte e funzioni**
- **I sette temi fondamentali della responsabilità sociale**
- **Essere coordinatrici fare benefit e ricevere benefit**
- **Le iniziative**
- **Obiettivi 2018 e KPI**
- **ISO 26000**
 - Coinvolgimento alta direzione
 - Modalità di coinvolgimento alta direzione
 - Adozione di un approccio sistematico integrato
 - Generalità approccio sistematico integrato
 - Coinvolgimento funzioni aziendali
 - Analisi del rischio
 - Sensibilizzazione
 - Formazione
 - Riflessione su area d'influenza/ricadute/responsabilità dirette e indirette
 - Materialità
 - Coinvolgimento degli Stakeholder
 - Autovalutazione, analisi dello scostamento, piano d'azione e fase di attuazione
 - Monitoraggio e misurazione
 - Responsabilità di rendere conto e comunicazione
- **Conclusioni**

Che cos'è SeoSpirito Società Benefit srl?

SeoSpirito Società Benefit srl è l'agenzia di Padova che si occupa di strategia di marketing, consulenze e formazione e nasce da un'idea di Giulia Bezzi: la voglia di lavorare bene SEO e per farlo bisogna avere tanto SPIRITO.

Le Rosa, ideato da Giulia Bezzi, è la parte benefit di SeoSpirito Società Benefit srl e nasce con la voglia di contribuire al benessere femminile e del territorio attraverso l'utilizzo di strumenti di diffusione online.

L'obiettivo è la ricerca di felicità e lo sviluppo del proprio business e talento fornendo supporto tramite contatti, informazioni e formazione tra le persone che aderiscono.

Le Società Benefit rappresentano una scelta: continuare a ignorare le esigenze del mondo in cui viviamo, pensando solo al profitto, o aprire gli occhi sulla realtà e cambiare le cose in concreto, nell'ambito dell'attività che le società svolgono ogni giorno. [...] perseguono volontariamente, nell'esercizio dell'attività d'impresa, oltre allo scopo di lucro anche una o più finalità di beneficio comune.

Per beneficio comune si intende il perseguimento di uno o più effetti positivi (realizzabili anche riducendo gli effetti negativi) su persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interessi. [tratto dal sito societabenefit.com]

Le ROSA partono dal benessere femminile per contagiare chi sta loro accanto, ogni azione per la donna si ripercuote sulla sua vita quotidiana, la famiglia e il lavoro. Di conseguenza, ne avranno beneficio anche coloro che ancora non hanno aderito all'iniziativa.

Nel territorio provinciale possiamo trovare la forza per un cambiamento radicale nel modo di pensare.

Obiettivi della Benefit

Gli obiettivi sono:

- **ascoltare le necessità delle donne e fornirgli supporto** tramite contatti, informazioni e formazione per la soluzione dei problemi quotidiani e lo sviluppo del proprio business e talento.
- **Facilitare l'incontro delle donne**, ascoltare le loro idee, problemi e necessità e di trovare soluzioni concrete grazie alle connessioni sul territorio e online.
- **Fornire un circuito di servizi e prodotti a costo inferiore a quello di mercato**, per dare alle partecipanti la possibilità di risparmiare durante l'anno e a chi fornisce il servizio/prodotto un pubblico in target e la possibilità di promuoversi al suo interno.

- **Valorizzare prodotti e servizi** non con la pura pubblicità MA attraverso lo sviluppo di contenuti utili per le partecipanti. Il benefit sta anche nell'arricchimento culturale.
- **Stimolare discussioni, creare contenuti interessanti**, promuovere coloro che vogliono offrire la loro conoscenza e la loro esperienza di vita.
- Sostenere il progetto attraverso la promozione pubblicitaria in upselling, i progetti propri e i progetti speciali con le aziende.
- **Far crescere la nostra Brand Reputation** partecipando attivamente sul territorio agli eventi in target.

Oggetto sociale di SeoSpirito Società Benefit srl

Di seguito viene riportato parte dell'oggetto sociale che definisce la mission di SeoSpirito Società Benefit srl:

La società, [...], persegue finalità di beneficio comune e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse, quali lavoratori, collaboratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile, come infra meglio precisato.

Per beneficio comune si intende il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi, per i destinatari qui di seguito indicati.

La società si prefigge di favorire la promozione, l'integrazione e la coesione umana, con particolare attenzione all'universo femminile, sulla base dei principi di uguaglianza, pari dignità, solidarietà e sensibilità sociale, mediante l'impiego di "social network" e altri canali digitali, nonché lo svolgimento delle attività di cui al presente oggetto sociale.

Particolare, le specifiche finalità di beneficio comune, perseguite mediante una gestione volta al bilanciamento con l'interesse dei soci e con l'interesse di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto, sono le seguenti:

- **Migliorare la vita delle donne** stimolando l'incontro online e offline di tutte coloro che vivono nella stessa provincia, promuovendo l'organizzazione di iniziative culturali, sociali ed ambientali;
- **Ascoltare le necessità delle donne** e fornire loro supporto per la soluzione dei problemi quotidiani (casa e famiglia) e lo sviluppo del proprio business e talento;
- **Stimolare la condivisione**, promuovere gli incontri e controllarne l'evoluzione, promuovere e comunicare i progetti di business meritevoli

che valorizzano la dimensione pubblica e responsabile dell'impresa secondo il modello di società benefit, così favorendo nel contempo l'economia locale;

- **Perseguire il benessere** dei soci, dei dipendenti e dei collaboratori esterni attraverso un motivante e soddisfacente impegno in una prospera, positiva ed eco-compatibile attività economica nella quale potersi riconoscere e nella quale poter soddisfare alcuni bisogni umani immateriali quali la comprensione, il senso di identità, di partecipazione, di libertà creativa e di protezione.

Risorse coinvolte e funzioni

Giulia Bezzi

Founder Progetto Le ROSA

Simona Ciapanna

Responsabile Benefit

Ilaria Bartolucci

Consulente legale

Maria Grazia Rosati

Social Media Manager

Maria Giovanna Bellotto

Customer Care LeROSA

Simona Castaldi

PR

Luisella Curcio

Responsabile blog

Francesca Caponetto

Responsabile blog

Ester Memeo

Responsabile blog

Michela Poles

Moderatrice – Responsabile profilo Instagram

Salvatore Russo

Event Manager

Paolo Verdiani

Responsabile pubblicità online

Clara Raimondi

Moderatrice – Responsabile Newsletter e creazione ebook

Laura Mandolesi

Ricerca bandi e finanziamenti

Cinzia Di Martino

Responsabile creazione ebook

Maria Cestaro

Graphic designer

Paola Sartori

Comunicazione e PR

Claudia Dall'Anese

Moderatrice – Responsabile Bachecca delle Mani Laboriose

I sette temi fondamentali della responsabilità sociale



Modifiche apportate al progetto iniziale dopo verifica dell'ANALISI SWOT e risultati raggiunti

La nuova gestione del gruppo, con restringimento ad un unico punto di aggregazione, ha decisamente migliorato le criticità evidenziate negli anni precedenti. Inoltre, l'offerta formativa e la promozione per chi ha deciso di contribuire attivamente alla buona riuscita del progetto, stimola le persone ad essere presenti e con contenuti veramente interessanti.

L'esperienza covid ci sta mettendo, nuovamente, a dura prova, per mancanza di tempo dovuta alle cure genitoriali, la mancanza di investimento per effettiva impossibilità di spendere a causa del lavoro perso, ridotto o della cassa integrazione per il gruppo e la mancanza di serenità delle persone partecipanti.

Inoltre, tutto ciò che riguarda l'aggregazione sul territorio, essendo impossibile a causa del distanziamento sociale e, un domani, complesso ha richiesto di riqualificare il termine aggregazione con maggiori caffè virtuali invece di incontri fisici.

Siamo però completamente soddisfatti del lavoro fin qui svolto e speriamo che l'ultima parte del 2020 ci riservi enormi soddisfazioni.

Dall'ANALISI SWOT alle nostre decisioni

Riassumiamo per punti passaggi avvenuti, al fine di compilare nuovamente la Relazione secondo queste nuove attività che si stanno rivelando vincenti:

1. aggregazione in un unico gruppo con criterio di distinzione per provincia, gestito con hashtag, da 605 dello scorso report siamo diventate 1045.



2. Valore Rosa, non è stata più introdotta ma, per sostenere i nostri progetti, abbiamo deciso di attivare i pacchetti sponsor, così da poter valorizzare chi crede in noi e poter essere maggiormente sostenuti.
3. La gestione del gruppo è sempre in capo all'AD della SeoSpirito Società Benefit Giulia Bezzi, accanto a Maria Grazia Rosati, social media manager del progetto.
4. Il blog LeROSA www.lerosa.it è diventato un asset promozionale importante per il progetto e per chi ci partecipa.
5. Implementazione dei collaboratori di SeoSpirito sul progetto: 2 risorse part-time per sviluppare tutta la comunicazione online. Ci siamo e lo stiamo portando avanti.
6. Partnership con Media Partner Inkalce Magazine: continua dando contributi per il nostro blog di alto valore e promozione sui propri canali social.
7. La documentazione di processo è stata iniziata per gestire i mezzi promozionali del gruppo e tenere traccia delle attività svolte.

Abbiamo, inoltre, compreso la necessità di formare le persone al corretto utilizzo del gruppo, per poter creare un percorso di condivisione e contaminazione più importante e dare strumenti utili per la vita social delle persone che partecipano.

PIANO D'AZIONE 2020-2021

Sebbene i numeri parlino per noi e il percorso intrapreso sia interessante, seppur migliorabile, dalla nostra analisi continuiamo ad essere troppo deboli per il nostro Brand. Abbiamo necessità di farci conoscere sempre di più per generare un vero impatto sociale. Continueremo a lavorare verso questa direzione, a partire da:

- LeROSA TV, momenti di presentazione delle persone nella nostra Fan Page;
- newsletter quindicinale;
- ebook creati dai nostri membri
- partnership con gruppi o progetti che possano portare valore o conoscenza del nostro gruppo come crystaleyeshop e #inclusionedonna
- blog seguito e promosso
- digital PR che contattano direttamente gli stakeholder

- rubriche nel gruppo di conoscenza argomenti di interesse
- iscrizione ad AssoBenefit per rimanere iper informate sulla nostra particolare natura societari.

Abbiamo deciso di inserire anche la parte di bilancio che parla de LeROSA per rendere trasparente la parte ricavi di SeoSpirito grazie a LeROSA e per LeROSA.

PROGETTO LEROSA TV

Abbiamo ritenuto necessario ampliare la promozione delle persone che più si espongono per farsi conoscere e, allo stesso tempo, introdurre figure maschili con le quali confrontarci perché abbiamo chiara la necessità di camminare insieme per azzerare questo gender gap che rende complessa la vita femminile.

I format sulla Fan Page:

- **LeROSA 5 minuti 5** per dare spazio alle protagoniste del progetto che vengono raccontate con una breve intervista che esalti la persona e la professionalità;
- **LeROSA Point of View** per sentire la voce del pubblico maschile, invitando sempre una persona differente che ragioni con noi su tematiche femminili ma, anche, sociali.

I formato nel gruppo, invece, hanno l'obiettivo di formare le persone a comunicare al meglio per farsi conoscere da chi partecipa al progetto utilizzando le parole migliori. E, con le statistiche mondiali che vedono la donna ritirarsi alla vita che si faceva negli anni 50, a stimolare e informare in merito attraverso:

- **pillole di diritto**, un momento importante gestito dalla nostra consulente legale, per conoscere la legge e le regole della nostra Italia per tutto ciò che riguarda il mondo femminile;
- **voci costruttive**, incontro quindicinale, che ci permette di colloquiare con un uomo sulle tematiche odierne di indebolimento della libertà e delle opportunità femminili post covid;
- **il valore delle parole**, incontro quindicinale, per imparare a conoscere le parole, il loro significato e il loro utilizzo. Parole che portano collaborazione, contaminazione, empatia, benessere, perché se vogliamo comunicare dobbiamo assolutamente farlo in maniera civile e rispettosa;
- **imparare il gruppo**, incontro quindicinale, per imparare ad utilizzare lo strumento di aggregazione scelto per condividere la visione la mission, così da potersi farsi conoscere meglio, leggere le risorse presenti, evitare di perdersi comunicazioni interessanti
- **ascoltare, collaborare, sorridere**, ogni settimana la Founder racconta cosa accade nel gruppo, cosa stiamo facendo come Società per LeROSA e stimola alla collaborazione.

LEROSA NEXT

La prima edizione è stata bellissima, è stato un momento di grande condivisione e di concretezza. Abbiamo intenzione di proporla ogni anno con i seguenti obiettivi:

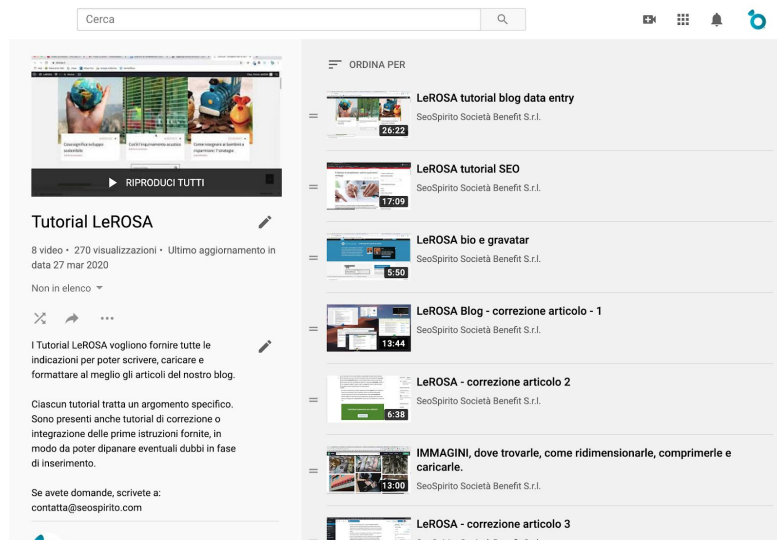
- fornire informazioni sul progetto
- coinvolgere fisicamente chi partecipa durante l'anno alla vita de LeROSA
- riflettere sulle tematiche di genere tutti insieme, uomini e donne
- ricevere feedback per il lavoro svolto

Vista l'emergenza covid, verificheremo la possibilità di mantenerlo nel mese di gennaio, come per il 2019.

BLOG LEROSA

Sebbene le forze per gestirlo siano davvero importanti, abbiamo ritenuto fondamentale ricrearlo e rafforzarlo. Grazie a Websonica srl di Padova, abbiamo creato il restyling del nostro sito e abbiamo iniziato il percorso di promozione dello stesso. LeROSA scrivono nel nostro blog due articoli al mese e, in ottica win win hanno:

1. assistenza e formazione continua per lo sviluppo corretto dei contenuti



tramite tutorial, indicazioni continue sui file di lavoro e un gruppo per la formazione mensile sui post presenti in bozza

2. call to action verso il proprio sito/fan page/profilo che ritengono opportuno per essere contattate

Consiglio questo libro di Sabina Colloredo ai lettori a partire dagli 8 anni, e particolarmente alle bambine alle quali insegna che per raggiungere i propri obiettivi ci vogliono **tanta passione e tanta determinazione**.

Vuoi scrivere all'espert* di questo articolo?

Contattaci

Mi piace 0

Condividi su:



Francesca Fughelli

Mi occupo di comunicazione online efficace e coinvolgente per biblioteche, archivi storici e istituzioni culturali. Per molti anni mi sono occupata della sala ragazzi di una biblioteca di pubblica lettura. Da quell'esperienza è nato il mio blog Libringioco in cui racconto e recensisco i libri per ragazzi che leggo. Nel tempo libero scrivo, cucino, viaggio e vado a zonzo col cane.



3. promozione dell'articolo nei nostri social

 **Ester Memeo** ha condiviso un link.
27 maggio alle ore 16:20 · BlogLeROSA

È proprio vero che la dimensione Digital oltrepassa i confini, almeno quelli fisici.

Il Salone del Libro 2020 ne è un esempio concreto.

Realizzato totalmente **online** dal 14 al 17 maggio, è riuscito a comunicare un messaggio importante:

Comprendere la nuova quotidianità guardando al futuro con maggiore consapevolezza.

Ospiti del calibro di **Alessandro Barbero, Lilli Gruber, Joseph Stiglitz** premio Nobel per l'Economia ma anche scrittrici, autori, artisti e altri ancora, hanno arricchito...

Altro...



LEROSA.IT
Il Salone del Libro 2020 EXTRA
Edizione online per il Salone del Libro 2020 EXTRA: si parla di futuro,...

NEWSLETTER > <https://www.lerosa.it/progetti-lerosa/progetti-lerosa-newsletter/>

Attivazione di una newsletter per informare maggiormente tutti coloro che non sono nel gruppo o che lo sono ma si perdono contenuti importanti: un modo di aggregare ciò che facciamo e ricordare quale sia lo scopo del progetto.

EBOOK >

<https://www.lerosa.it/progetti-lerosa/ebook-moda-primavera-2020-con-lerosa/>

Attivazioni di collaborazione tra LeROSA stimulate da SeoSpirito stessa per fare in modo che le persone si conoscano, imparino a collaborare, facciano nascere sinergie. Essere proattive in questa attività vuole diventare sempre più forte: dove LeROSA non collaborano, vogliamo esserci noi a stimolarle.

LA NOSTRA NORMA: ISO 26000

COINVOLGIMENTO ALTA DIREZIONE

L'Alta Direzione viene coinvolta per raggiungere i seguenti obiettivi:

1- Sensibilizzazione dell'alta direzione e delle coordinatrici sulle tematiche legate al benessere femminile e alla differenza di genere

Azione: Formazione, team building, presenza agli eventi organizzati rispetto alla propria provincia

2 - Coinvolgimento delle moderatrici

Azioni: formazione, team-building, flessibilità dell'orario di attività.

3 - Formazione e Addestramento nuove risorse

Azioni: presenza di una nuova risorsa sul progetto a 20 ore a settimana. Da formare e addestrare sulle attività della Società Benefit.

ADOZIONE DI UN APPROCCIO SISTEMATICO INTEGRATO

La struttura organizzativa de LeROSA è costituita da:

- Founder
- Responsabile benefit
- Reparto comunicazione (social media manager e community manager, responsabile blog, Advertising)
- Reparto Eventi (Event Manager e coordinamento)
- Moderatrici di gruppo

Founder: la sua funzione è quella di lavorare al sistema di gestione per la responsabilità sociale, partecipare ad eventi e momenti di sensibilizzazione sulle tematiche femminili, comunicare con gli stakeholder per accrescere la rete

di contatti virtuosi e il business derivante, coordinare progetti a livello nazionale.

Obiettivo: fare business facendo benefit per se stessa e per LeROSA.

Responsabile benefit: la sua funzione è quella di verificare che le iniziative proposte dalle coordinatrici provinciali con l'apposito modulo rispettino i valori essenziali per essere considerati benefit e quindi stabilire un calendario e seguirne l'esecuzione fino alla realizzazione.

Obiettivo: Tutelare e promuovere le giuste iniziative per mantenere l'estensione societaria di Società Benefit

Reparto comunicazione: Il reparto di comunicazione lavora alla promozione e alla divulgazione di:

- contenuti affini alle tematiche femminili;
- iniziative delle province;
- eventi/corsi/convegni/congressi in linea con i principi de LeROSA;
- prodotti/servizi di coloro che hanno richiesto la promozione a SeoSpirito Società Benefit srl.

Obiettivo: Allargare sempre di più i confini delle nostre province e permettere alla SeoSpirito di crescere con il suo progetto per il benessere femminile

Reparto Eventi (Event Manager e coordinamento): il business de LeROSA si basa, anche, sull'organizzazione di eventi che siano utili alla comunità, in particolar modo, alla sfera femminile.

Ciò che vogliamo è:

- organizzare eventi su tematiche trasversali di interesse;
- divulgare con un evento l'anno, i risultati e gli obiettivi raggiunti da LeROSA; essere partner sul territorio di eventi proposti da LeROSA;
- trovare sponsor e partner che abbiamo vantaggio reciproco nella collaborazione agli eventi de LeROSA.

Obiettivi: Creare sinergie forti nel mondo dell'offline e crescere il valore personale di tutti i partecipanti allargando la rete professionale e individuale.

COINVOLGIMENTO FUNZIONI AZIENDALI

- LeROSA TV raccontiamo LeROSA attraverso interviste all'interno del gruppo
- partecipazione gratuita a Blog in Rete

- partecipazione con il 50% a tutte le iniziative &Love
- evento nazionale
- presenza negli articoli scritti per i media partner

STAKEHOLDER

Il percorso non varia, ma iniziamo ad avere delle soddisfazioni sempre più importanti:

- gli stakeholder interni sono attivi, soddisfatti e collaborativi
- gli stakeholder esterni iniziano a contattarci e coinvolgerci nelle loro attività.

La strada è tutta in salita ma siamo già soddisfatti di aver ricevuto le prime richieste in autonomia. Non cambia di sicuro la nostra matrice di materialità.

Stakeholder interni

I nostri stakeholder interni sono sicuramente due:

- le partecipanti del gruppo
- il team LeROSA

Partecipanti

Potere: ALTO. Il loro operato e il coinvolgimento sono fondamentali per la riuscita del progetto

Supporto: POSITIVO. Gli elementi presenti in questo gruppo sono fonte di supporto continuo con le loro iniziative, commenti, idee e progetti

Influenza: ALTO. La loro esposizione e comunicazione del progetto verso gli altri è fondamento del progetto stesso.

Bisogni: MEDIO. Il 70% degli stakeholder interni vede nel progetto la realizzazione della propria persona sia a livello di crescita personale che di business. Il restante avverte la complessità del progetto e ha bisogno di stimoli motivazionali continui.

Team LeROSA

Potere: ALTO. Il loro operato e il coinvolgimento sono fondamentali per la riuscita del progetto

Supporto: POSITIVO. Il lavoro che stanno svolgendo, giorno dopo giorno, porta a comunicazioni, informazioni e coinvolgimento di grande valore.

Influenza: ALTO. La loro esposizione e comunicazione del progetto verso gli altri è fondamento del progetto stesso.

Bisogni: ALTO. Il team si dedica moltissimo alle attività del gruppo e richiede formazione e assistenza importante.

Stakeholder esterni diretti

Esercizi commerciali

Aziende private

Finanziatore

- **Potere:** ALTO. LeROSA si sostengono con il fatturato della SeoSpirito Società Benefit Srl, l'impegno economico è maggiore ed è sostituito con la buona volontà di chi collabora. Il coinvolgimento degli stakeholder esterni diretti, quindi, porterebbe ad una maggiore efficienza nel perseguimento degli obiettivi di medio termine.
- **Supporto:** NEGATIVO. La nostra mancanza di consolidamento sul territorio vista la giovane età del progetto non facilita la possibilità di ricevere particolari attenzione in merito, sebbene ci sia grande interesse e attesa. Il covid 19 tra l'altro ci ha tolto l'opportunità di poter collaborare a progetti di aggregazione sul territorio. Il nostro lavoro si è spostato sulle pure attività online.
- **Influenza:** ALTO. Senza il contributo economico, di rafforzamento del brand, di condivisione e di collaborazione di stakeholder esterni diretti e il progetto fallisce.
- **Bisogni:** MEDIO. Ne vedono le potenzialità, i pionieri hanno subito approfondito, gli altri aspettano l'evolversi delle cose che purtroppo risultano rallentate dalla mancanza di fondi economici.

Stakeholder esterni indiretti

Aziende pubbliche

Istituzioni pubbliche comunali e provinciali

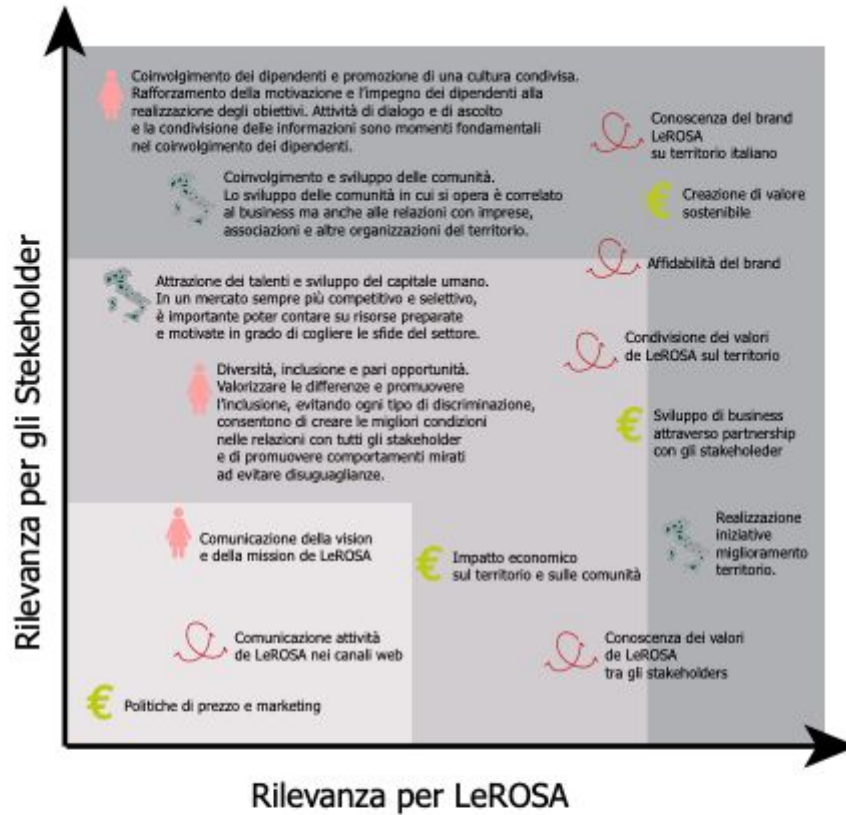
Istituzioni private

Comunità locali

Gruppi di influenza

- **Potere:** ALTO. Il loro interesse verso il progetto porterebbe ad una pubblicità tale per cui ci sarebbe un'accelerazione di tutti i processi.
- **Supporto:** NEGATIVO. La nostra mancanza di consolidamento sul territorio vista la giovane età del progetto non facilita la possibilità di ricevere particolari attenzione in merito, sebbene ci sia grande interesse e attesa.
- **Influenza:** ALTO. Oltre al contributo economico è importante la presenza sul territorio per poter usufruire di patrocini e/o location a costo zero offerti da enti provinciali e/o comunali, aiuto diretto e indiretto alla realizzazione di manifestazioni e varie.
- **Bisogni:** DEBOLE. Abbiamo iniziato ad essere partner di eventi sul territorio che coinvolgono anche gli stakeholder indiretti ma non abbiamo avuto nessun tipo di contatto diretto o di interessamento da farci considerare alto il bisogno.

MATRICE DI MATERIALITÀ - TEMI RILEVANTI



SENSIBILIZZAZIONE AL GENERE



IMPATTO POSITIVO SUL TERRITORIO



BUSINESS



BRAND POSITIONING

RISULTATI RAGGIUNTI E NUOVO PIANO DI MONITORAGGIO E KPI

Portare a termine almeno 2 dei progetti de Le ROSA rispetto a quelli presentati

Le iniziative, i progetti e le promozioni decise per l'anno 2018-2020 sono state portate tutte a termine, sebbene a causa del covid abbiamo dovuto rinunciare a molte attività dirottando il percorso online.

L'iniziativa più importante, per noi, era realizzare LeROSA NEXT evento che ha visto la partecipazione di circa 100 persone e la collaborazione di molte di noi alla realizzazione del progetto stesso.

LeROSA NEXT

<https://www.lerosa.it/eventi/evento-bologna-2-febbraio-2020-lerosa-next/>



Il panel è stato deciso per far conoscere:

- la realtà de LeROSA attraverso la presentazione di Giulia Bezzi, Founder del Progetto;
- la Società Benefit come nuovo modo di fare azienda, attraverso la spiegazione del nostro consulente legale Ilaria Bartolucci;
- l'importanza di ampliare la propria presenza nel gruppo attraverso il personal branding, illustrato da Salvatore Russo, event manager de LeROSA;

- la necessità di pensare al proprio patrimonio finanziario per l'indipendenza economica che per le donne è fondamentale con la consulente patrimoniale Katia Moretto;
- l'importanza di un nuovo modello narrativo del femminile, attraverso la propria esperienza personale, con Liliana Di Donato, capo redattore attualità di Donna Moderna;
- la necessità di organizzare la propria vita, per non perdere occasioni ma vivere tutte le fasi che una donna porta con sé, dall'essere mamma all'essere lavoratrice, con i consigli di Fabiana Palù, esperta di work life balance e business coach;
- la forza del cambiamento e della riqualificazione dopo i 50 anni grazie a Carla Scudellaro, formatrice aziendale;
- l'importanza delle similitudini e delle differenze uomo e donna con Giuliano Trenti, esperto di neuromarketing e Mara Carraro, counsellor;
- la necessità di collaborare per riuscire grazie ai nostri partner: Do It Human, casa editrice per scrittori emergenti, con Diego Leone e Websonica con il Presidente Alberto Riolfo, che ha promosso le nostre attività donandoci un blog pazzesco;
- la forza del team con il racconto speciale di Giulia Belluco, giocatrice del Valsugana Rugby, uno dello sport che più dimostrano cosa significa essere in squadra.

Abbiamo anche creato la nostra prima House Organ in co-brand con Inkalce Magazine, una rivista che racconta LeROSA, organizzata e impaginata da Officina Creativa Design, all'interno abbiamo raccontato il nostro percorso con i contributi di Niva Florio, blogger del gruppo e Cinzia Di Martino, che ha realizzato la nostra infografica per riassumere ciò che il gruppo, fino a quel momento aveva saputo generare.



Implementazione blog e canali social per la promozione del progetto LeROSA

Il blog è stato riaperto e abbiamo iniziato un percorso veramente interessante per poter generare un percorso promozionale in ottica win win:

- le persone che scrivono sul blog vengono seguite dal team composto da Francesca Caponetto, Luisella Curcio e Ester Memeo;
- abbiamo creato un gruppo in cui la Founder dedica del tempo per la formazione online e la correzione degli articoli;
- ogni persona che scrive ha la possibilità di avere una call to action al proprio blog, pagina facebook o LinkedIn per essere contattata a prescindere da LeROSA;
- gli articoli vengono ricondivisi sui nostri canali social e nel gruppo dalle persone che li scrivono.

Tramite il blog siamo stati contattati da agenzie di promozione su web per poter inserire la pubblicità, per noi fondamentale per poter avere budget da spendere per promuovere il blog stesso.

Obiettivo: crescere di visite continuamente per dare sempre più valore a chi ci scrive al fine di essere contattate e crescere il sito per avere un asset aziendale che possa sostenere il progetto.

Scrittura Codice Etico e strutturazione delle procedure di valutazione dei fornitori e dei servizi

Dovrà essere un lavoro da svolgere con cura perché riteniamo sia ancora troppo oneroso per la complessità del progetto stesso. Il covid 19 ci ha costretti a concentrarci sul benessere psicologico delle persone che partecipano a LeROSA, a creare terreni fertili per la ripresa, a valutare le migliori partnership per avere possibilità future di svolte economiche. Attualmente, infatti, è impensabile pensare anche solo di proporre la sponsorizzazione del nostro progetto con un PIL di questo tipo.

Ci riserviamo di chiuderlo per la fine del 2021.

KPI 2019 - 2020

I KPI della scorsa relazione non possono essere mantenuti perché l'assetto è completamente cambiato con ottimi risultati di engagement sul gruppo di Facebook.

Prevediamo di valutare solo KPI di rafforzamento del Brand e della Community, oltre alla parte legata alla formazione della risorsa che lavorerà al progetto per 20 ore a settimana in partita IVA.

n. membri attivi gruppo Facebook e Fan Page

Aggiungiamo anche le metriche degli altri strumenti presenti al momento della relazione sociale

MEMBRI A GIUGNO	2018 - 2019	2019 - 2020	VARIAZIONE
gruppo FB	605	1.062	+43%
Fan Page FB	1.089	3.064	+64%
Profilo IG	0	417	
Sito web	150/mese	3.200/mese	+95%

n. ore formazione erogata alla risorsa che lavorerà al progetto LeROSA da settembre 2020

Non è possibile inserire questo dato perché siamo a luglio

n. incontri a cui Giulia Bezzi, la nostra Founder ha partecipato per presentare LeROSA

Causa covid gli incontri sono stati sospesi

n. mediakit inviati alle Aziende per generare business ne LeROSA e con LeROSA

Primo dato da confrontare con la prossima relazione sociale: 756 mediakit condivisi.

n. incontri de LeROSA sul territorio

Causa covid gli incontri sono stati sospesi.

NUOVI KPI PER COMPARAZIONE PROSSIMA RELAZIONE

Gli indicatori sotto descritti sono approssimativi perché chiediamo al gruppo di tenerci informate sullo sviluppo di attività tra loro, ma sono sicuramente buoni indicatori per valutare se la nostra mission viene perseguita.

n. caffè virtuali e non presi tra LeROSA >>> 289

n. fatturato generato tra LeROSA e LeROSA >>> 31.486€

BILANCIO SOCIALE

È importante capire, secondo noi, l'impegno nero su bianco di SeoSpirito rispetto al progetto.

Abbiamo così, iniziato a richiedere ai nostri fornitori di emettere fatture con dicitura "LeROSA" al fine di poter avere tracciabilità dei costi e ricavi del progetto.

A fronte di un fatturato generato tra LeROSA di 31.486€, SeoSpirito ha una perdita di -58.334€ che vogliamo assorbire almeno del 20% nel 2021.

ATTIVITÀ	COSTI	RICAVI
USCITE		
LeROSA staff	-€ 12.000,00	
Giornate founder	-€ 48.000,00	
promozione facebook	-€ 2.460,00	
LeROSA Next evento (sala+house organ)	-€ 3.350,00	
LeROSA Next bloginrete (relatori+sala+video)	-€ 5.400,00	
ENTRATE		
LeROSA Next biglietti		€ 3.312,00
LeROSA bloginrete		€ 9.564,00
TOTALI	-€ 71.210,00	€ 12.876,00