

Sincretismi

Marketing e Sanità pubblica

Tytocare

il caso



> sistema di telemedicina che collega i Pronto Soccorso di Luino e di Angera al Pronto Soccorso Pediatrico varesino.

> i dispositivi periferici offrono un prolungamento dello specialista pediatra che si trova a Varese.

Due inerzie:

- Fronte **operatore**, barriera culturale
- Fronte **utente**, errore comunicativo

Declinare l' offerta

Rispetto al contesto



Rispondere alla domanda di salute effettuale.

Due contesti di riferimento:

- esterno:

conoscere la comunità locale, il distretto.

- interno:

innovazione, ma sempre nel solco della tradizione

Adattabilità e identità

Cambiare ma restare fedeli a se stessi

Conoscere le peculiarità
di ogni distretto,
per declinare di conseguenza l'offerta sociosanitaria.

Innovare,
da tutti i punti di vista.

Fedeltà alla propria mission
e ai propri valori.



Il buyer persona

La strategia dell'autenticità



Monastero di Torba, Gornate Olona, VA
Affresco del Monastero

Niente tipi, solo persone!

“Homo sum, Humani nihil a me alienum puto”

Terenzio

MISSION

L'ASST 7 Laghi **si prende cura delle salute di tutti** coloro che scelgono di rivolgersi alle sue strutture, offrendo percorsi diagnostici, terapeutici ed assistenziali **all'avanguardia**, di provata efficacia e costruiti intorno ai bisogni ed alle attese della persona.

L'azienda si impegna per meritare la fiducia dei pazienti in ogni ambito della sua attività, dalla prevenzione alla fase acuta, dalla riabilitazione alla gestione della cronicità.

I cardini sui quali essa basa il modo di lavorare sono **la multidisciplinarietà, l'innovazione continua e la ricerca**, grazie alla partnership con l'Università dell'Insubria e alla capacità di fare rete con altre strutture di eccellenza lombarde ed italiane.

Il suo patrimonio sono i professionisti e dovere dell'azienda è offrire loro **crescita professionale continua** e un parco tecnologico di massimo livello.

L'azienda valorizza il suo tratto distintivo, **il radicamento nel territorio**, rappresentato dai cittadini e dalle associazioni, dai professionisti delle cure primarie e da tutte le Istituzioni che da oltre nove secoli partecipano e contribuiscono alla vita e alla progettualità della nostra Azienda.

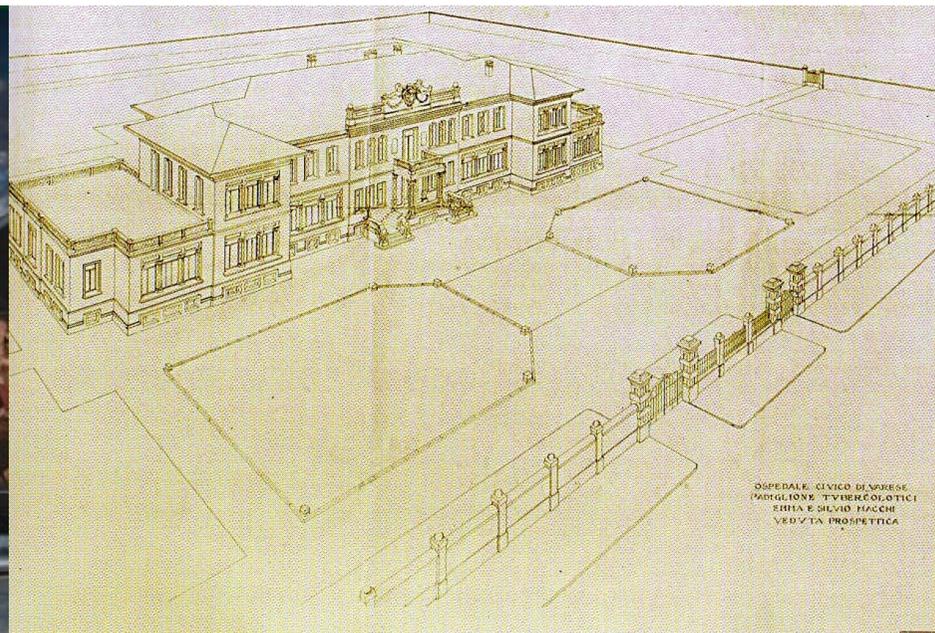
VISION

Insieme verso l'Eccellenza.

Un'azienda **di persone orgogliose di appartenervi**, che aspirano **all'eccellenza professionale** e che lavorano in un **sistema integrato di ospedali e strutture territoriali** caratterizzato da un'organizzazione snella ed efficiente, puntando sull'elevato grado di professionalità degli operatori, sull'innovazione, sulla ricerca, sulla formazione continua e sulla collaborazione e il **confronto internazionale**.

L' Azienda siamo noi

Te lo dice ASST Sette Laghi...



Sono ASST Sette Laghi,
e ho alle spalle quasi mille anni di storia

https://www.youtube.com/watch?v=Smw-d_kOVg

Community marketing in sanità

Step 1: segmentare

Offrire i servizi che la **mission** richiede, con la qualità che il **brand** impone, **senza cadere nella standardizzazione**: distinguere la community dei dipendenti dagli user e segmentare gli user su base geografica e poi per bisogno di salute.

Identità e Valori



Brand

Sistema Socio Sanitario



Regione Lombardia

Target



Community marketing in sanità'

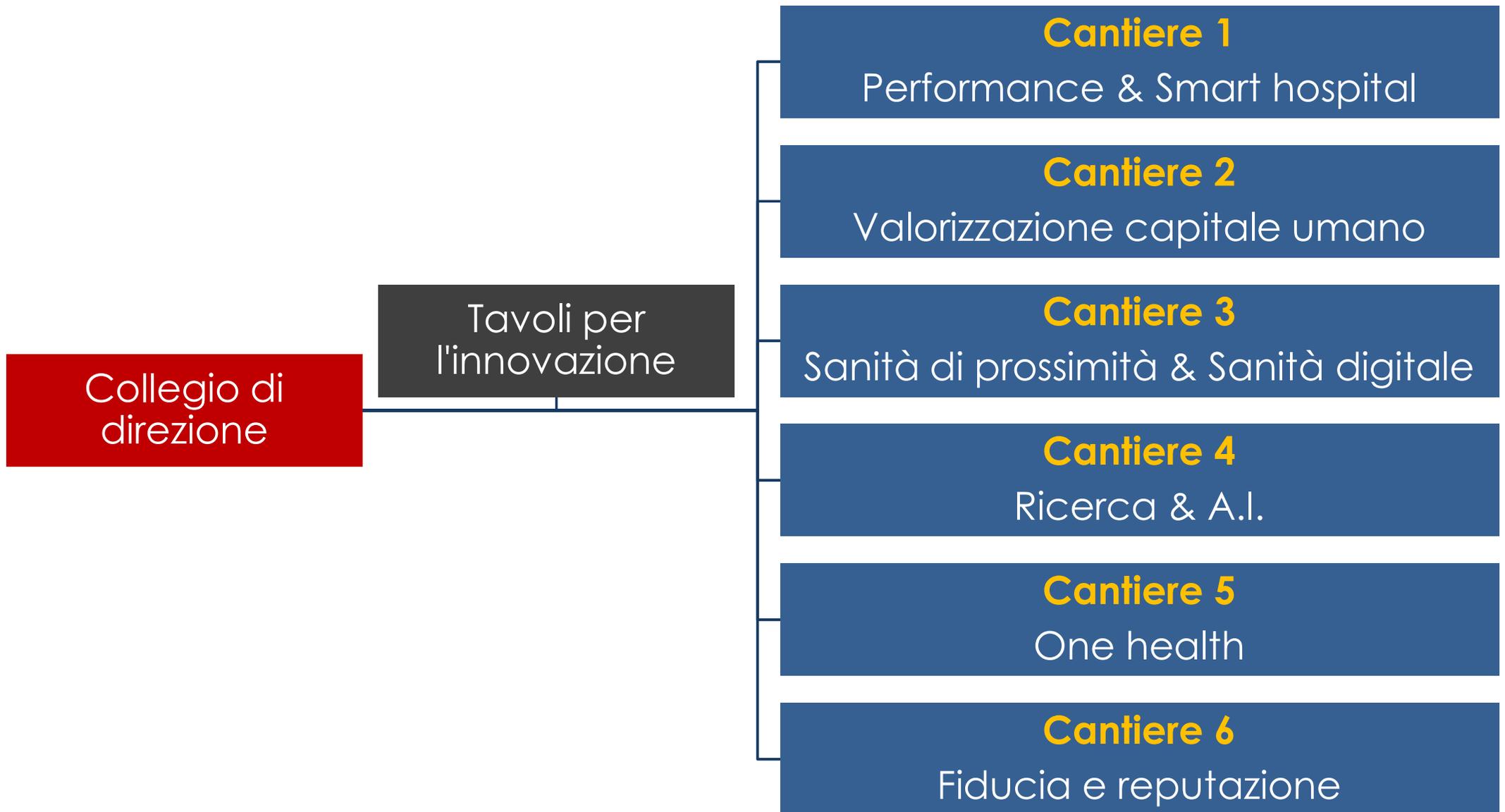
Step 2: rafforzare la community dei dipendenti.



- convention aziendali.
- corsi di mindfulness.
- corso dedicato agli operatori dell'accoglienza.
- percorso di team building e formativo per il gruppo dei dirigenti aziendale sul tema dell'innovazione.
- un nuovo modello di governance partecipata

Nuovo modello di governance

Olocracy



Infermieri di famiglia e Comunità

Formazione e senso di appartenenza

28 IFEC attivi su tre centrali
(Tradate, Arisate e Laveno)

966 pazienti in carico

3048 ore trascorse a casa dei pazienti

2279 ore trascorse al telefono
con pazienti e famigliari



Community marketing in sanita'

Step 3: Ascolto, impegno e dedizione verso i buyer



In un contesto liquido e complesso come quello attuale, protocolli e standard sono ancora necessari, ma del tutto insufficienti per rispondere ai bisogni reali delle persone.

Community marketing in sanita'

Parola d'ordine: glocalizzare



7 piani di zona

7 distretti

Unici in Lombardia ad aver optato per questa identità

Community building

Una convention per iniziare un percorso insieme

La storia di una paziente che ha sconfitto la malattia grazie alla multidisciplinarietà del nostro approccio e alla co-production con il terzo settore, le direttrici dell'evoluzione della sanità tra metaverso e contaminazioni, l'importanza di glocalizzare nella politica, nel giornalismo e nel... Motor District varesino. Il segreto del Community building.



Noi, la nostra galassia
Dalla Co-Production al Community Building

Mercoledì 25 maggio 2022 - 14.30-18.00
Sala Napoleonica, Ville Ponti - Varese

Programma

Dalla Co-Production al Community Building
Ivan Mazzoleni, Direttore Sociosanitario ASST Sette Laghi

Il Community Building
Francesco Longo, Professore Associato Dipartimento Social and Political Sciences, Università Bocconi

Glocalismi e sanità diffusa
Alessandro Venturi, Presidente IRCCS Policlinico San Matteo Pavia e Docente Dip. Scienze e Politiche Sociali Università degli Studi di Pavia

Le tre crasi per il successo della sanità del territorio: glocalization, phygital e innovation
Erika Mallarini, Associate Professor of Practice of Government, Health and Not for Profit, SDA Bocconi

La declinazione delle Politiche europee a livello delle comunità nazionali
Isabella Tovaglieri, Europarlamentare

Glocal marketing strategy
Filippo Bassoli, Direttore Marketing di MV AGUSTA Motor S.p.A

Informazione e territorio, conoscere per raccontare
Matteo Intagli, Giornalista e Docente universitario

Prime applicazioni di Community Building
Guido Bonoldi, consigliere Comune di Varese con delega alla Sanità

Noi, ASST Sette Laghi
Gianni Bonelli, Direttore Generale ASST Sette Laghi

La parola al Volontariato
Adele Patrini, Presidente C.A.O.S (Centro Ascolto Operate al Seno)

Conclusioni
Giuseppe Basciella, Presidente Conferenza dei Sindaci
Angelo Tagliabue, Rettore Università degli Studi dell'Insubria
Emanuele Monti, Presidente della Commissione Sanità di Regione Lombardia
Letizia Moratti, Vice Presidente e Assessore al Welfare di Regione Lombardia
Attilio Fontana, Presidente di Regione Lombardia

Segui l'evento in diretta streaming sul canale di ASST Sette Laghi



youtube.com/channel/UCpuVWsqZ0hkuASQaNmHfUw

Sistema Socio Sanitario Regione Lombardia ASST Sette Laghi Polo Universitario

www.asst-settelaghi.it 

Community building

Una convegno con le associazioni di categoria

**Sostenibilità economica, ambientale, sociale,
tre manifestazioni di un impegno collettivo**

in cui ciascuno svolge il proprio ruolo con responsabilità,
producendo valore in modo tale che il sistema
possa auto-alimentarsi,
e quindi rinnovarsi e crescere.

Premessa indispensabile affinché questo avvenga,

la salute,

intesa come benessere degli individui e della comunità,
presupposto ad un contributo costruttivo da parte di
ciascuno alla crescita del sistema e della capacità del
sistema a sua volta di prendersi cura di chi ne ha bisogno.

La sostenibilità, in tutte le sue declinazioni, si fonda sulla
salute e **il community building è la strategia per perseguirla**
e che, come dice il nome, coinvolge tutti i cittadini.

*A ben far porre li 'ngegni:
l'attualità di una sfida antica*

Salute, territorio, community building

Giovedì 22 settembre 2022 ore 17.00
Sala Campiotti, Camera di Commercio
Piazza Monte Grappa, 5 - Varese

CAMERA DI COMMERCIO
VARESE
Futuro Impresa Territorio

Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ASST Sette Laghi
Polo Universitario

Community building

Il nostro marketing emozionale

"Il successo di un prodotto dipende dalle connessioni emotive che si instaurano con i clienti"



La nostra social media strategy

<https://youtu.be/yr2WylqgWc>

Marketing emozionale

Sulle note di un piano, fino alla BBC



Asst dei Sette Laghi
28 marzo 2020 · 🌐

📺 Un medico della Medicina ad Alta Intensità dell'Ospedale di Circolo alla fine del suo turno....
Altro...

👍❤️ 67 Commenti: 509 Visualizzazioni: 314.834

752.486 Persone raggiunte	38.419 Reazioni, commenti e condivisioni
314.833 Visualizzazioni del video di 3 secondi	Curva di mantenimento

Visualizza altri dettagli sul video

👍 Mi piace 🗨️ Commenta ➦ Condividi 🌐

https://www.youtube.com/watch?v=GSpi4EEd_kQ

Marketing emozionale

Uno street artist in Ospedale



Asst dei Sette Laghi
22 marzo 2021 · 🌐

#curarti

La bomboletta di RAVO porta l'Arte nella piazzetta antistante l'ingresso dell'Ospedale di Circolo...

Altro...

👍❤️ 38

Commenti: 7 Visualizzazioni: 1180

2971
Persone raggiunte

81
Reazioni, commenti e condivisioni

1180
Visualizzazioni del video di 3 secondi

Curva di mantenimento

Visualizza altri dettagli sul video

👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi 🗨️

<https://www.youtube.com/watch?v=d4mAao20PVc>

Marketing emozionale

Un grazie artigianale, confezionato in piena emergenza



Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ASST Sette Laghi
Polo Universitario

Asst dei Sette Laghi
28 aprile 2020 · 🌐

Ci avete donato **1.300.000** euro...
Altro...

👍❤️ 114 · Commenti: 119 · Visualizzazioni: 46.982

83.398
Persone raggiunte

4416
Reazioni, commenti e condivisioni

46.982
Visualizzazioni del video di 3 secondi

Curva di mantenimento

Visualizza altri dettagli sul video

👍 Mi piace 🗨️ Commenta ➦ Condividi 🧑🏻👤

<https://www.youtube.com/watch?v=z2p1-jjRzw4>

Marketing emozionale

La fine dell'epopea vaccinale sotto le tende della Schiranna



Asst dei Sette Laghi
17 ottobre 2021 · 🌐

Ultimo giorno di attività all'hub vaccinale della Schiranna.

Dedicato a tutti quelli che hanno reso possibile questa grande impresa. ...

👍👏 130 Commenti: 16 Visualizzazioni: 2330

5276
Persone raggiunte

220
Reazioni, commenti e condivisioni

2330
Visualizzazioni del video di 3 secondi

Curva di mantenimento

Visualizza altri dettagli sul video

👍 Mi piace 💬 Commenta ➦ Condividi 👤



Dr. Gianni Bonelli
Direttore Generale - ASST Sette Laghi

<https://www.youtube.com/watch?v=IOGBRK9Qroc>

Community building

Il nostro marketing emozionale

- ✓ Le emozioni restano maggiormente impresse nella memoria
- ✓ Le sensazioni positive si attivano ogni volta che si viene a contatto col marchio
- ✓ Aiutano a differenziarsi
- ✓ Non richiedono grandi investimenti: diventano virali spontaneamente

Community building

Obiettivo User Generated Content!

- ✓ proposte per trasporto pazienti da parte di ETS
- ✓ progetto Alzheimer caffè
- ✓ show cooking in case della comunità per promuovere alimentazione corretta
- ✓ partecipazione ad eventi con slow food sul consumo consapevole.