

# Obiettivi

## 1. Miglioramento dell'efficacia delle Campagne di Screening

- a. possibilità di comunicare ed interagire con gli assistiti con una logica multicanale evoluta
- b. migliorare l'alfabetizzazione sanitaria
- c. accrescere la capacità degli individui di agire per la propria salute e per quella della collettività
- d. favorire la capacità dei cittadini di interagire con il sistema sanitario attraverso relazioni basate sulla fiducia



## 2. Miglioramento in termini di gestione, monitoraggio e controllo delle attività delle Campagne di Screening

- a. un unico Sistema Informativo Centrale che governa l'intero processo produttivo mediante:
  - 1. la gestione automatizzata delle Richieste di Lavorazione, un'interfaccia semplice ed intuitiva e l'ottimizzazione di procedure ed operatività
  - 2. il monitoraggio in tempo reale di ogni attività (gestione più efficiente/tempestiva di eventuali criticità)
  - 3. l'aggiornamento costante ed immediato del Sistema Informativo Unico Regionale



# La nostra soluzione

La comunicazione è considerata strumento strategico per:

- aumentare la conoscenza
- promuovere atteggiamenti favorevoli alla salute
- incoraggiare l'adesione ai programmi di prevenzione

La nostra soluzione prevede:

- un Piano integrato di Comunicazione per sensibilizzare il Target di Assistiti
- un Sistema di comunicazione "Postale Ibrido"
- un Sistema di comunicazione Multicanale

# Piano di Comunicazione Offline

L'azione offline assicura la copertura capillare del territorio, diffondendo il messaggio della campagna e allertando la popolazione alla ricezione dell'invito. I **manifesti** di diverso formato vengono affissi nei capoluoghi di provincia.





Nella metropolitana di Roma sui megaschermi **lo spot video** informa i passeggeri in maniera coinvolgente e interessante.

Lo spot radiofonico cattura l'attenzione degli ascoltatori ricordando l'importanza dello screening e rimandando alle modalità di adesione alla campagna.

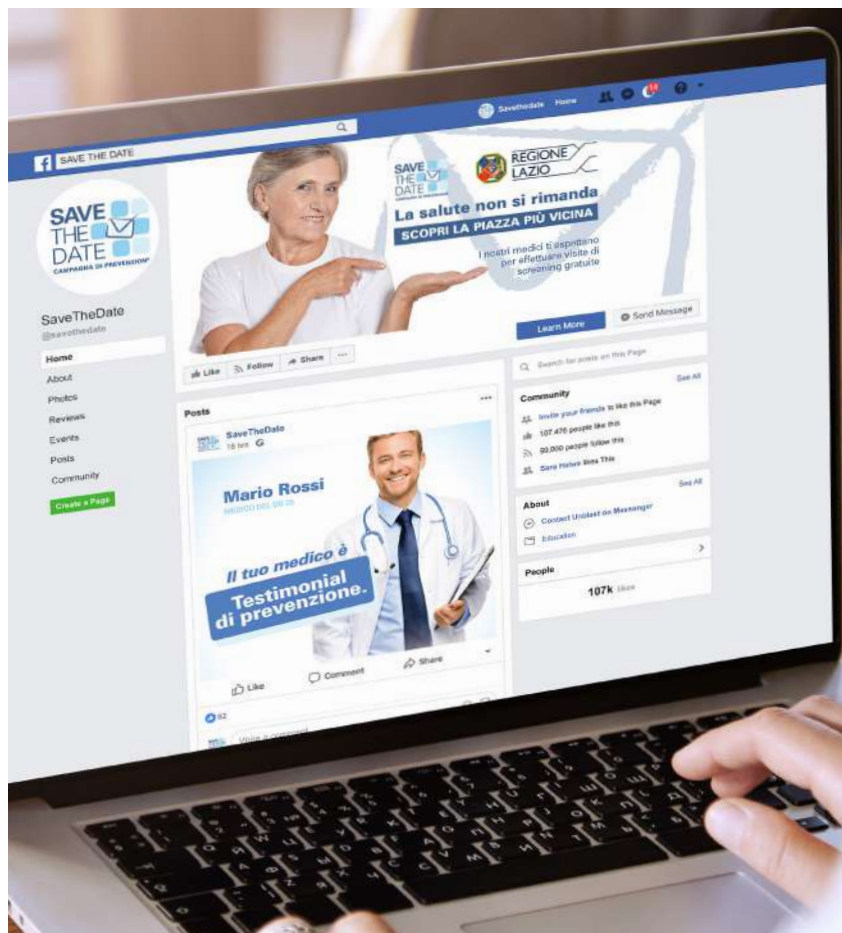


# Piano di Comunicazione Online

I **social network** sono il mezzo più rapido ed efficace per veicolare informazioni, costruire relazioni con gli utenti, creare e gestire la community e realizzare quello che si definisce “social customer service” ossia la pratica di fornire assistenza e supporto agli utenti.

Essi svolgono una duplice funzione: informano e supportano l’utente, garantendo con precisione il raggiungimento del target individuato; se da un lato consentono di raccogliere e analizzare tutti i commenti e le lamentele in modo da comprendere il tipo di problemi che vengono sollevati dagli utenti, dall’altro, con le campagne ADV, consentono di raggiungere con precisione il Target interessato con azioni mirate ad informare e assistere.





La campagna su Facebook e Instagram avrà frequenza bisettimanale con due contenuti testuali, fotografici e video nuovi a settimana.

I post sensibilizzeranno la popolazione in target sull'importanza della diagnosi precoce, sulle modalità di partecipazione alla campagna di prevenzione, rimanderanno al numero verde e all'App.

Il cittadino diventerà parte attiva, consapevole e motivata all'adesione al programma di riferimento.

# Sistema di Comunicazione “Postale Ibrido”

## Un Sistema di Comunicazione “Postale Ibrido”, che integra:

la “creazione” delle comunicazioni di Screening:

- o stampa
- o imbustamento
- o confezionamento
- o avvio al recapito postale delle lettere (Inviti, solleciti, referti)

e la consegna delle lettere agli Assistenti:

- o recapito fisico (Buste)
- o tracciatura della consegna
- o gestione attenta delle mancate consegne per massimizzare l'efficacia del recapito

Per raggiungere con certezza l'Utenza, ogni informazione rilevante in merito alla produzione ed al recapito postale viene registrata e storicizzata dal Sistema Informativo, che governa l'intero processo, e, quindi, trasferita al Sistema Informativo Unico Regionale.





## Sistema di Comunicazione Multicanale

Un Sistema di Comunicazione “Multicanale” che raggiunge gli Assistiti in Target con l’ausilio delle Tecnologie Digitali:

- **SMS ed E-mail di preavviso e sollecito**
- **BOT (Intelligenza Artificiale)**  
una chat disponibile 24/7, per il supporto degli utenti, con le seguenti funzionalità:
  - Conversazione
  - Gestione delle prenotazioni
  - Richieste specifiche o complesse con successivo intervento operatore



# Attivazione della Soluzione



Una volta emesso l'Ordine di fornitura, l'iter di attivazione della soluzione sarà il seguente:

## 1. Incontro con i referenti operativi per definire:

- layout dei documenti e tracciati record dei file di stampa
- calendario delle campagne di screening (tempistiche, quantitativi di invii, zone geografiche interessate)
- coordinamento con la campagna di comunicazione

2. Messa a punto delle procedure informatiche
3. Sessioni di formazione rivolte al personale che utilizzerà la piattaforma informatica
4. Avvio delle campagne di screening nelle sue componenti di comunicazione e postalizzazione

**5. Postalizzazione:**

- Stampa e imbustamento delle lettere (Inviti, solleciti, referti)
- Recapito fisico (buste)
- Recapito elettronico (sms, email)
- Certificazione delle consegne
- Controllo delle inesitate

Messa a disposizione sul sistema informativo dei dati relativi al risultato delle spedizioni effettuate (Consegnato, Non consegnato con relativi motivi).