Generali Welion

Envisioning Health Co-creation workshop

Milan, 22 Febbraio

© DESIGN GROUP ITALIA

Benvenuti

Team DGI

Cristina Paleari
UX & Service Designer

Giacomo Ferrari
Interaction Designer

Alberto Sarullo
Technical Director

Sara Bellini
Service Designer

Andrea Desiato
Information Designer

© DESIGN GROUP ITALIA

Agenda

Attività della giornata

© DESIGN GROUP ITALIA

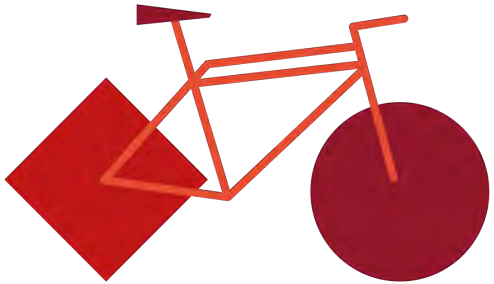
Introduzione: strategia servizi

Necessario sviluppare servizi che producano **benefici concreti** in termini di:

- **Riduzione costi** di **liquidazione**
- **Aumento** del **valore dei network**
- **Riduzione altre determinanti di crescita della LR (**e.g. frequenza, incidenza, costi unitari)
- **Miglioramento experience del Cliente** che generi aumento di ricavi oppure valore sulle nostre piattaforme (es. attraverso aumenti traffico)
- **Ricavi** addizionali per la compagnia

© DESIGN GROUP ITALIA

Introduzione: Welion, CX e DGI



Cosa stiamo facendo per migliorare la **customer experience** e stimolare nuove idee

- Esplorazione nuovi **modelli di servizio**
- Attività di **envisioning**
- **Benchmarking** anche su mercati paralleli

Obbiettivi di oggi

- **Co-design** customer centered
- **Roadmap ideale** medio periodo

© DESIGN GROUP ITALIA

Contesto di progetto

© DESIGN GROUP ITALIA

CONTEXT MAP

SOCIOCULTURAL ASPECTS

- Accettabilità culturale digitalizzazione
- Scalabilità nel tempo
- Importanza del fattore umano
- Scetticismo verso le assicurazioni
- Sfiducia nel sistema sanitario nazionale
- Incertezza nel futuro
- Protezione dati personali

- Dati genetici (gestione, ruolo crescente)
- Donare i propri dati genetici in forma anonima
- Donare organi/sangue/parti per ricevere analisi e aiutare la ricerca

RULES AND REGULATIONS

- GDPR (general data protection regulation) EU – 25 Maggio 2018
- IPA compliance
- Contratto con Vitality (fino al 2026)
- Leggi che regolamentano la vendita di medicinali online
- Leggi che regolamentano la verifica dell'identità nella sottoscrizione di polizza

MARKET TRENDS

- Assicurazioni remote
- Assicurazioni temporanee
- Micro-assicurazioni (oggetti)

- Buzzvault – video based
- Digital fineprint – social media x insurance identity
- Yolo – on demand
- Boundless – AI health assistance
- Nexar – computer vision per assicurazione auto
- Concirrus – risk mgmt grazie IoT, predictive anlysis e machine learning
- Arowana – big data for personalization and risk mgmt
- Flock – pay-as-you-drive drone insurance
- Tomorrow – testamento digitale (cani)
- Teambrealla – peer-to-peer pagamento in criptovaluta
- Wrisk – simple all-in-one insurance
- Lemonade – peer-to-peer giveback a buone cause

MISSION:

- **Migliorare qualità e accesso a servizi per la salute**
- **Aumentare consapevolezza e prevenzione**

VISION:

- **Welfare integrato fruibile attraverso la tecnologia**

TECHNOLOGY TRENDS

- Contenuti video
- Cross-canalità
- Ridurre gli step
- Informazioni contestuali (device, ora, location)
- Legame col mondo fisico
- L'assicurazione che c'è ma non si vede
- Costruire una digital reputation
- Chatbot
- Voice vs. text

- Fattore umano
- Gestionale medici e strutture
- Contratto digitale
- Strumenti per agenzie
- Piattaforma modulare in base alle necessità

CUSTOMER NEEDS

- Empatia
- Anticipare i bisogni
- Frictionless – velocità
- Attenzione alla overall experience
- Personalizzazione
- Rapporto genuino tra cliente e assicurazione
- Future forward thinking
- Sentire di poter contare sul servizio - Fiducia
- Prendersi cura della propria famiglia

- Avere più tempo per coltivare i propri interessi
- Peer-to-peer
- Valorizzare il ruolo consulenziale dell'agente

© DESIGN GROUP ITALIA

CONTEXT MAP

SOCIOCULTURAL ASPECTS

- Accettabilità culturale digitalizzazione
- Scalabilità nel tempo
- Importanza del fattore umano
- Scetticismo verso le assicurazioni
- Sfiducia nel sistema sanitario nazionale
- Incertezza nel futuro
- Protezione dati personali

- Dati genetici (gestione, ruolo crescente)
- Donare i propri dati genetici in forma anonima
- Donare organi/sangue/parti per ricevere analisi e aiutare la ricerca

RULES AND REGULATIONS

- GDPR (general data protection regulation) EU – 25 Maggio 2018
- IPA compliance
- Contratto con Vitality (fino al 2026)
- Leggi che regolamentano la vendita di medicinali online
- Leggi che regolamentano la verifica dell'identità nella sottoscrizione di polizza

MARKET TRENDS

- Assicurazioni remote
- Assicurazioni temporanee
- Micro-assicurazioni (oggetti)

- Buzzvault – video based
- Digital fineprint – social media x insurance identity
- Yolo – on demand
- Boundless – AI health assistance
- Nexar – computer vision per assicurazione auto
- Concirrus – risk mgmt grazie IoT, predictive anlysis e machine learning
- Arowana – big data for personalization and risk mgmt
- Flock – pay-as-you-drive drone insurance
- Tomorrow – testamento digitale (cani)
- Teambrealla – peer-to-peer pagamento in criptovaluta
- Wrisk – simple all-in-one insurance
- Lemonade – peer-to-peer giveback a buone cause

- Dal concetto dell'individuo al gruppo di individui
- L'individuo dinamico
- Proximity to value
- Valore della relazione

TECHNOLOGY TRENDS

- Contenuti video
- Cross-canalità
- Ridurre gli step
- Informazioni contestuali (device, ora, location)
- Legame col mondo fisico
- L'assicurazione che c'è ma non si vede
- Costruire una digital reputation
- Chatbot
- Voice vs. text

- Fattore umano
- Gestionale medici e strutture
- Contratto digitale
- Strumenti per agenzie
- Piattaforma modulare in base alle necessità

CUSTOMER NEEDS

- Empatia
- Anticipare i bisogni
- Frictionless – velocità
- Attenzione alla overall experience
- Personalizzazione
- Rapporto genuino tra cliente e assicurazione
- Future forward thinking
- Sentire di poter contare sul servizio - Fiducia
- Prendersi cura della propria famiglia

- Avere più tempo per coltivare i propri interessi
- Peer-to-peer
- Valorizzare il ruolo consulenziale dell'agente

© DESIGN GROUP ITALIA

I servizi

TAV 2

Mappate +15 richieste da parte di country Italia

Area	Servizi	GIT Retail	GIT EB	Alleanza	Generali	Servizi da attivare entro 1H Periodo	x
01 Percorso di cura	▪ **Percorsi** di **cura** per **patologie comuni:** sindrome metabolica, ipertensione, dermatologia, diabete, mal di schiena	✓	✓	✓		1H2018 (almeno 1 percorso)	~35% delle richieste
02 Info sulla salute	▪ **Educazione** e **pillole informative** su: (Previsti in My Generali) – Prevenzione **patologie** più **comuni** – Conduzione **stile di vita sano** e prevenzione **patologie ped.** – **Benessere psicofisico**	✓	✓		✓	1H2018	
03 Accesso a network Check Up	▪ Pacchetti di **check up personalizzati** ▪ **Test sindrome metabolica** da inviare alla centrale operativa ▪ **Replacement Previmedical**	✓	✓		✓	1H2018	
Accesso al network	▪ **Card** per **accesso** a tutto il **network convenzionato Generali** ▪ **Rete Dental**	✓	✓			2H2018	
Ricerca e prenotaz.	▪ In ambito della **diagnostica** e **cure fisioterapiche**: geolocalizzazione strutture, prenotazioni esami e pagamento	✓	✓			2H2018	
Percorsi di prevenz.	▪ Arricchimento **percorsi di prevenzione già esistenti** nella collettiva sanitaria (es. posturale per tassisti)		✓			TBD	
Autosuff.	▪ **Personal driver** in caso di infortunio ▪ **Adattamento auto/ casa** in caso di grave infortunio ▪ **Fisioterapie** di diversa «modulazione» per recupero infortunio ▪ **Network cliniche di eccellenza** per gestione «**critical illness**» ▪ **Network residenza a lungo termine** e per **case management**	✓ ✓	✓	✓	✓	TBD 2H2018	
Supporto alla vita familiare	▪ **Assistenza pratiche e psicologica** In caso di morte assicurato ▪ Supporto psicologico per **cyber bullismo**, **baby sitting** e **badanti**, **job coaching** in caso di perdita di lavoro	✓		✓		TBD	
Assistenza	▪ **Switch** prestazioni non di emergenza a **modello a servizio**	✓		✓		TBD	

© DESIGN GROUP ITALIA

Servizi wave 1 + wave 2

Wave 1
1H2018

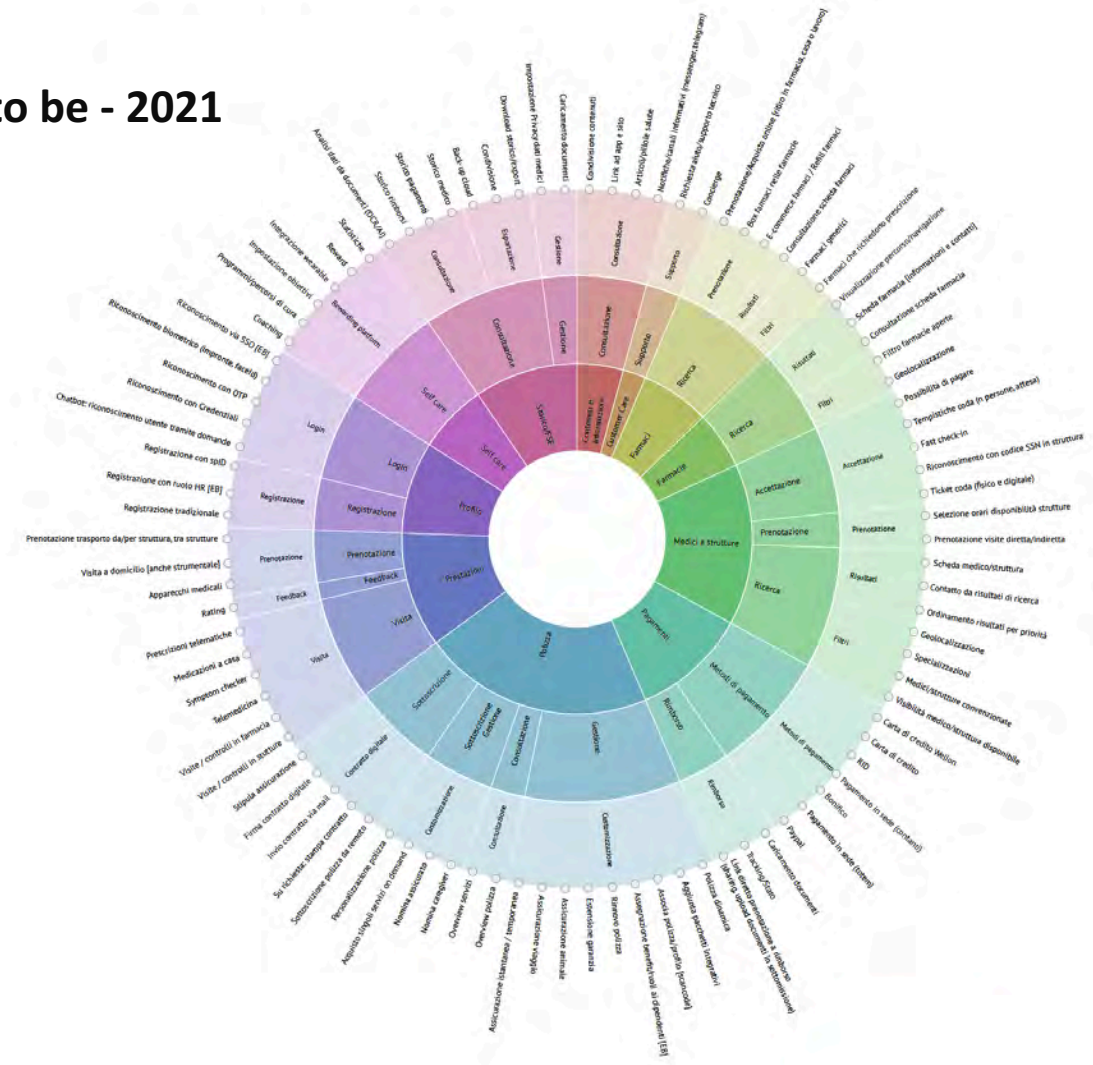
- Percorsi Di cura
- Accesso Network Checkup
- Info Salute
- Second opinion
- Fast access per steering Strutture e cure

Wave 2
2H2018

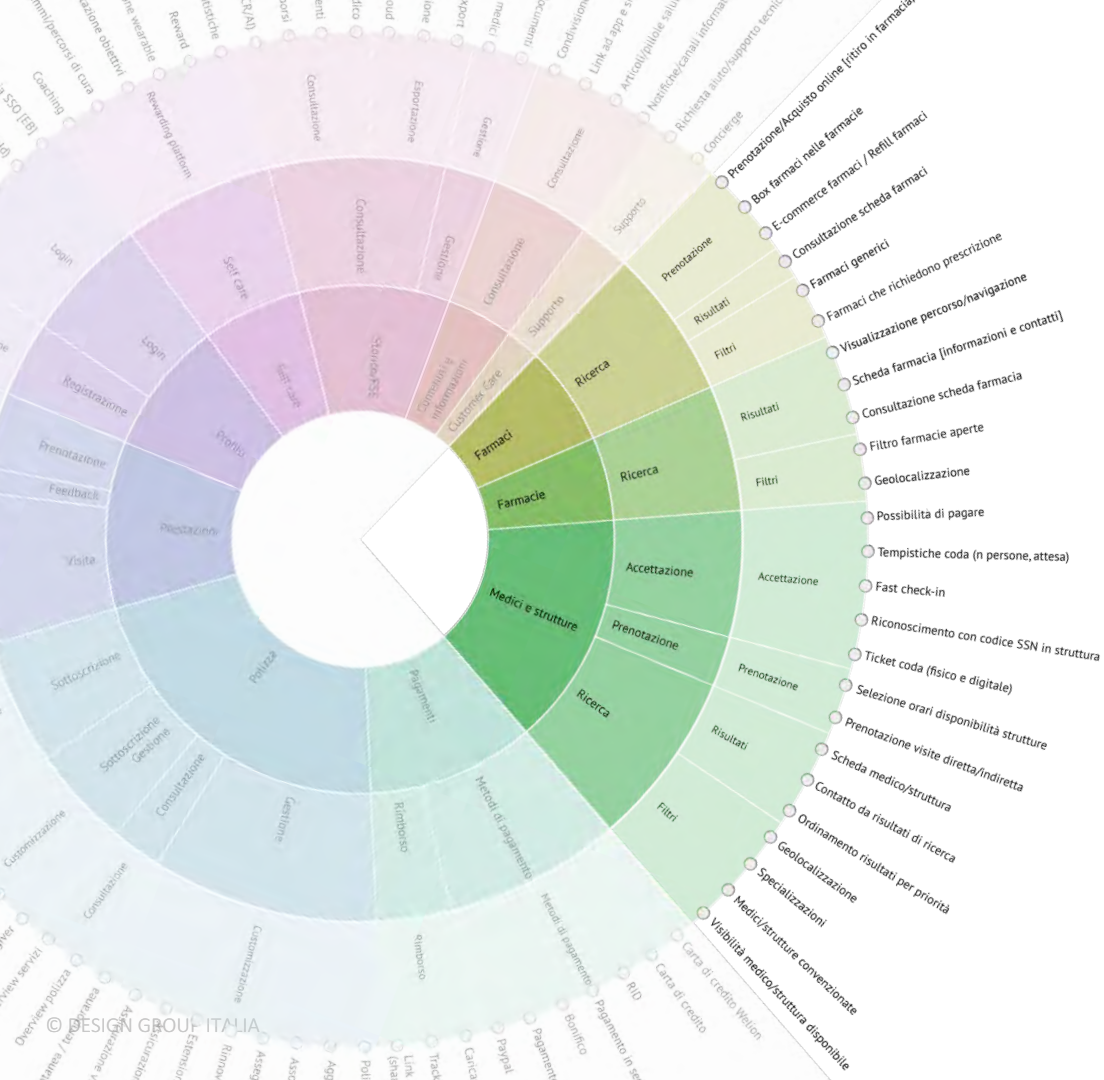
- Accesso Network
- Ricerca e Prenotazione
- Network residenza A lungo termine

© DESIGN GROUP ITALIA

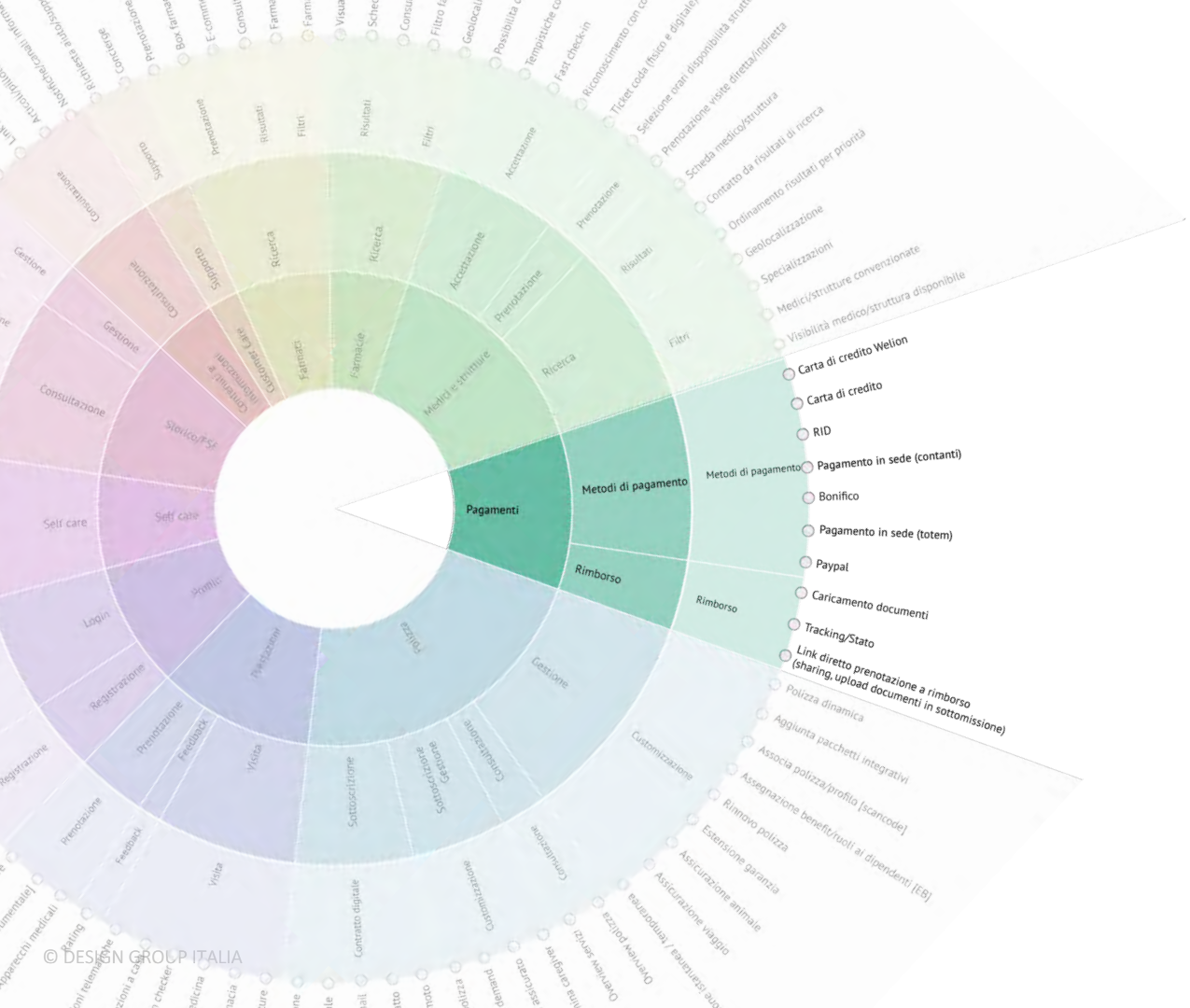
Mappa dei servizi to be - 2021

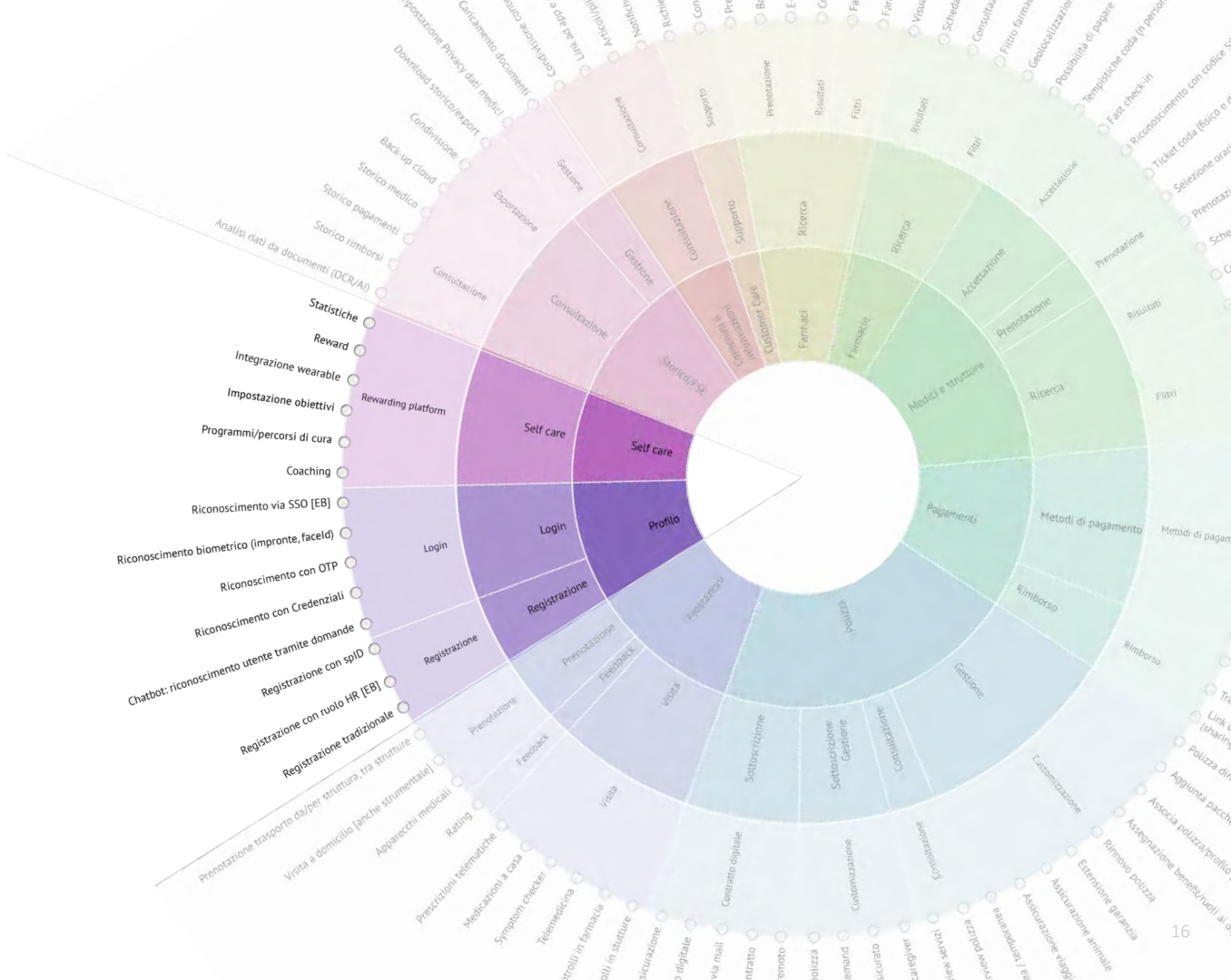


© DESIGN GROUP ITALIA

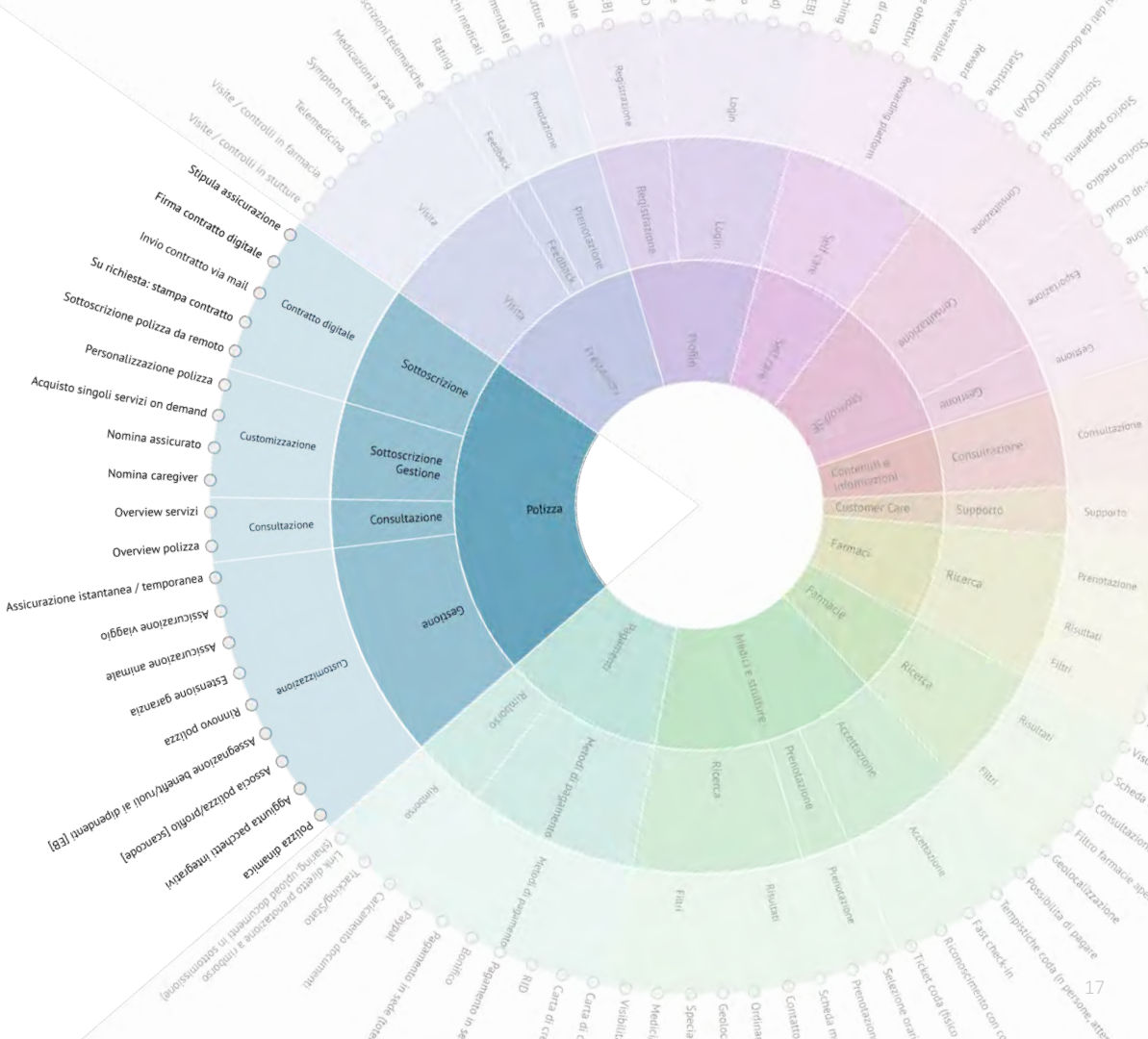


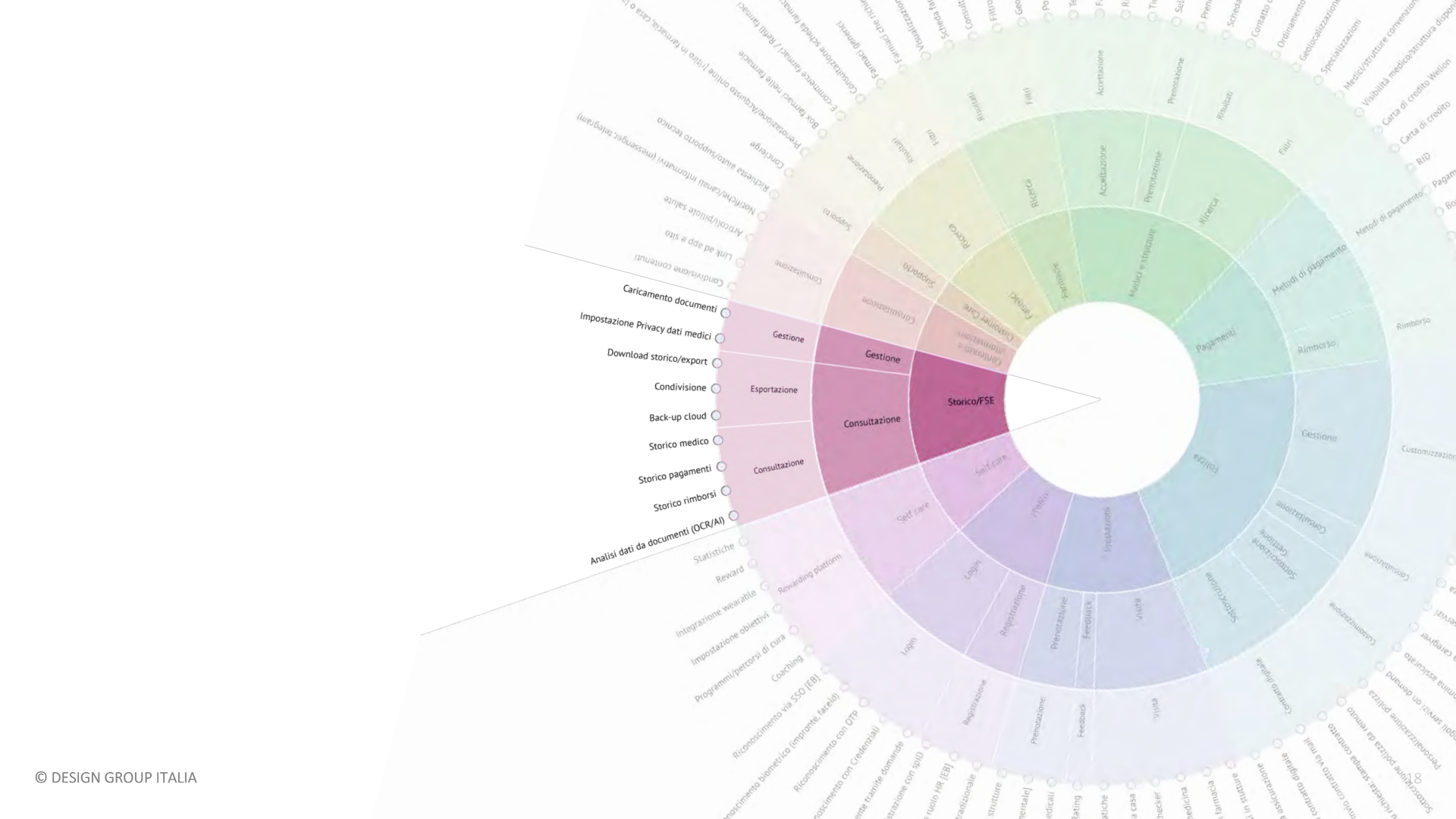
© DESIGN GROUP ITALIA

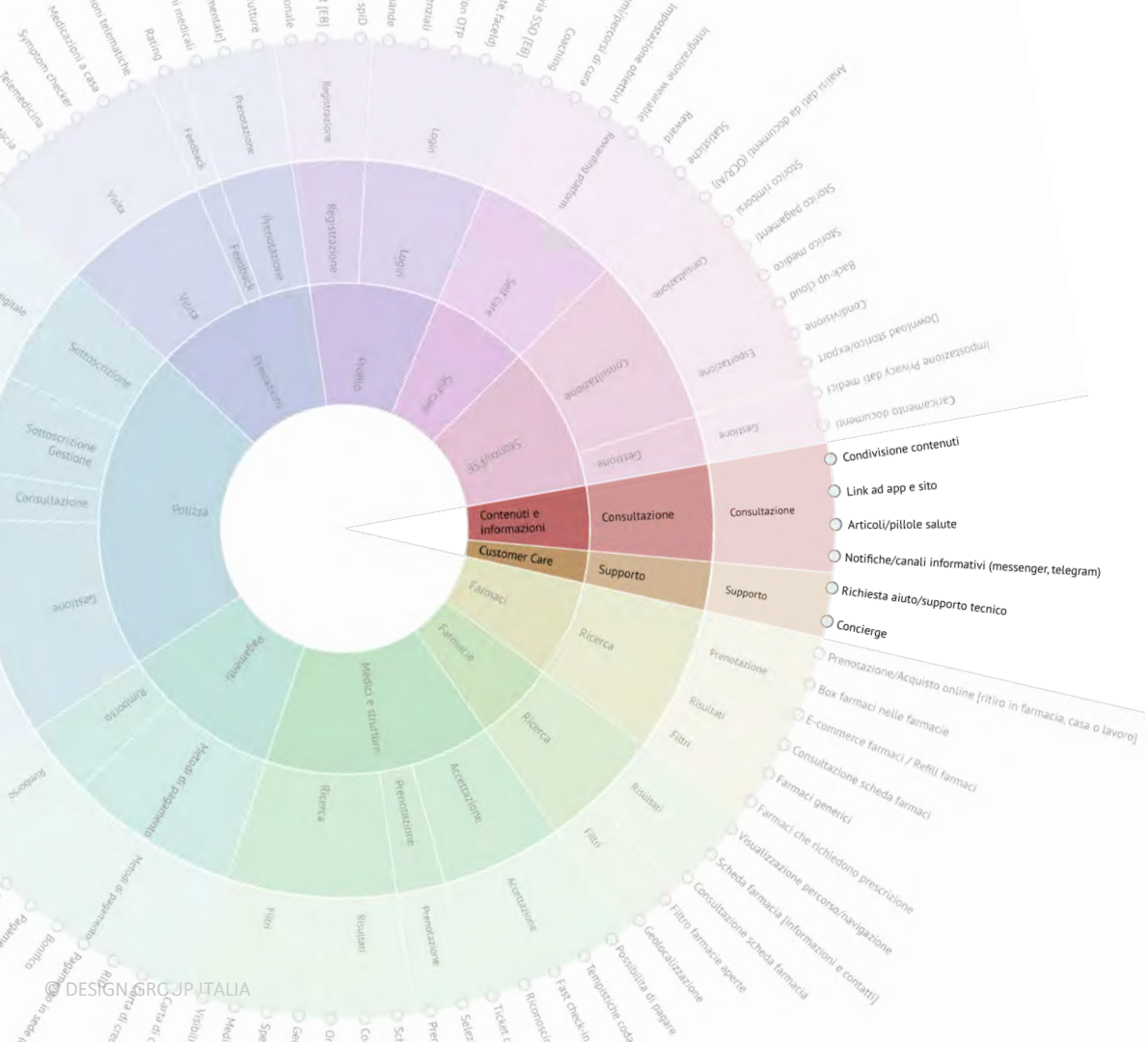

Pagamenti
Metodi di pagamento
Rimborso
Metodi di pagamento
Rimborso
Carta di credito Welion
Carta di credito
RID
Pagamento in sede (contanti)
Bonifico
Pagamento in sede (totem)
Paypal
Caricamento documenti
Tracking/Stato
Link diretto prenotazione a rimborso (sharing, upload documenti in sottomissione)
Medici e strutture
Farmacie
Ricerca
Accettazione
Prenotazione
Risultati
Filtri
Specializzazioni
Geolocalizzazione
Ordinamento risultati per priorità
Contatto da risultati di ricerca
Scheda medico/struttura
Prenotazione visite diretta/indiretta
Selezione orari disponibilità strutture
Ticket coda (fisico e digitale)
Riconoscimento con codice
Fast check-in
Tempistiche code
Possibilità di
Geolocalizzazione
Filtro farmaci
Consulenza
Farmaci
Ricerca
Risultati
Filtri
Visualizzazione
Scheda
Box rimborso
Prenotazione
Supporto
Consulenza
Gestione
Consultazione
Stelvio/FSE
Self care
Login
Registrazione
Prenotazione
Feedback
Visita
Polizza
Gestione
Sottoscrizione
Sostituzione
Consultazione
Contratto digitale
Customizzazione
Polizza dinamica
Aggiunta pacchetti integrativi
Associa polizza/profilo [scancode]
Assegnazione benefit/ruoli ai dipendenti [EB]
Rinnovo polizza
Estensione garanzia
Assicurazione animale
Assicurazione viaggio
Overview polizza
Overview servizi
Consulenza
Prenotazione
Feedback
Visita
Registrazione
Login
Self care
Consultazione
Gestione
Supporto
Prenotazione
Risultati
Filtri
Accettazione
Prenotazione
Risultati
Filtri
Ricerca
Accettazione
Prenotazione
Ricerca
Farmacie
Contenuti e informazioni
Stelvio/FSE
Self care
Polizza
Gestione
Sottoscrizione
Sostituzione
Consultazione
Customizzazione
Contratto digitale
Consultazione
Prenotazione
Feedback
Visita
Registrazione
Login
Self care
Consultazione
Gestione
Supporto
Prenotazione
Risultati
Filtri
Accettazione
Prenotazione
Risultati
Filtri
Ricerca
Accettazione
Prenotazione
Ricerca
Farmacie
Contenuti e informazioni
Stelvio/FSE
Self care
Polizza
Gestione
Sottoscrizione
Sostituzione
Consultazione
Customizz



© DESIGN GROUP ITALIA


Polizza
Sottoscrizione
Gestione
Consultazione
Contratto digitale
Customizzazione
Stipula assicurazione
Firma contratto digitale
Invio contratto via mail
Su richiesta: stampa contratto
Sottoscrizione polizza da remoto
Personalizzazione polizza
Acquisto singoli servizi on demand
Nomina assicurato
Nomina caregiver
Overview servizi
Overview polizza
Assicurazione istantanea / temporanea
Assicurazione viaggio
Assicurazione animale
Estensione garanzia
Rinnovo polizza
Assegnazione beneficiari/suoli al dipendenti [Es]
Associa polizza/profilo [scarcode]
Aggiunta pacchetti integrativi
Polizza dinamica
Visita
Prenotazione
Feedback
Registrazione
Login
Visite / controlli in farmacia
Visite / controlli in strutture
Telemedicina
Symptom checker
Medicazioni a casa
Rating
Servizi
Customer Care
Contenuti e informazioni
Farmaci
Farmacie
Strutture e servizi
Ricerca
Prenotazione
Accettazione
Ritiro
Pagamento
Metodi di pagamento
Filtri
Risultati


Caricamento documenti
Impostazione Privacy dati medici
Download storico/export
Condivisione
Back-up cloud
Storico medico
Storico pagamenti
Storico rimborsi
Analisi dati da documenti (OCR/AI)
Gestione
Esportazione
Consultazione
Gestione
Consultazione
Storico/FSE



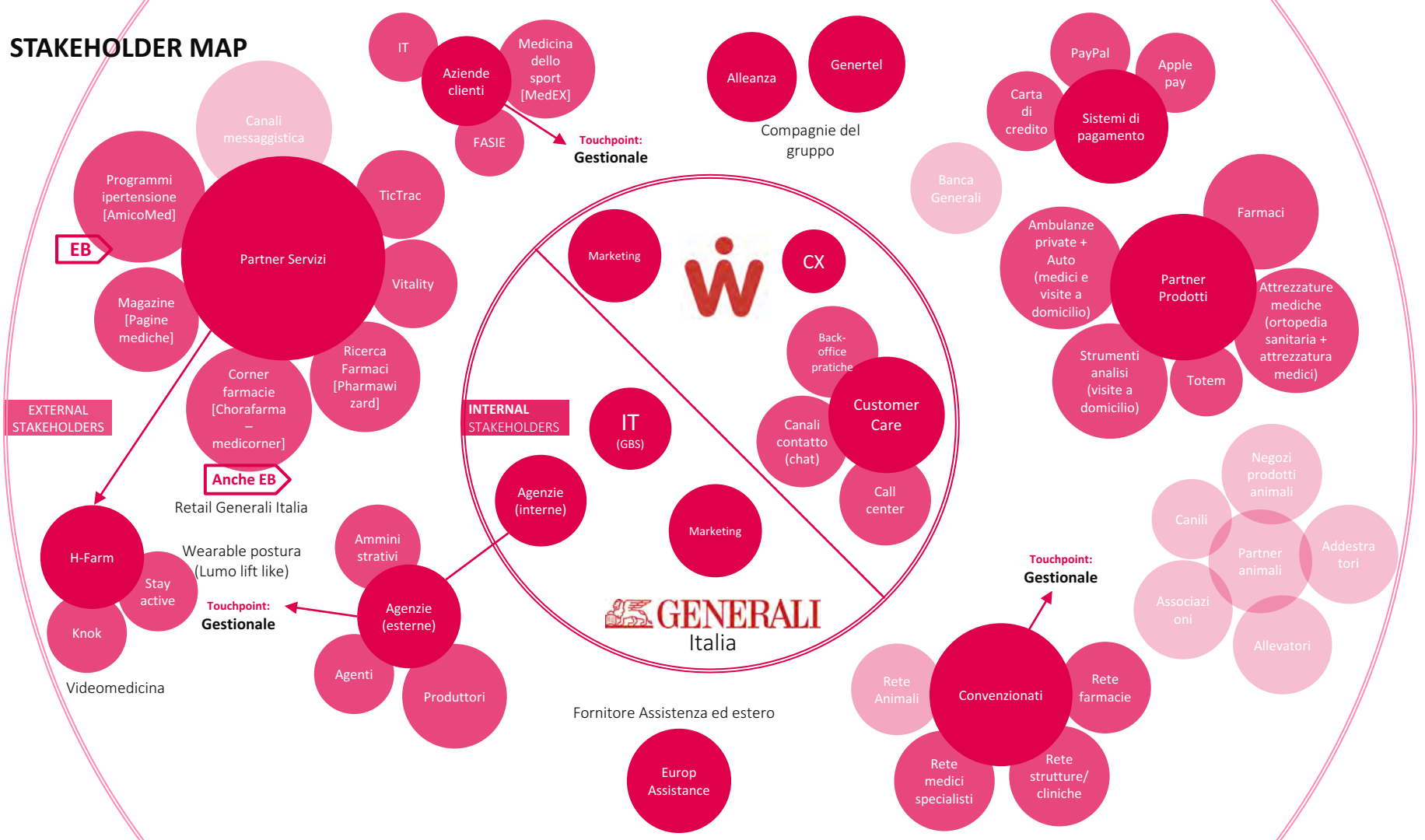
© DESIGN GROUP ITALIA

PERSONAS

Quick recap

© DESIGN GROUP ITALIA

STAKEHOLDER MAP



Retail

© DESIGN GROUP ITALIA

Personas

Retail

EB

© DESIGN GROUP ITALIA

Michele Martini

Peace of Mind | Vive con figli piccoli Benestante

Bio

Michele ha 45 anni e vive a Pordenone con la sua compagna Maria e e suoi due figli Giacomo e Maddalena di rispettivamente di 3 e 5 anni. Michele è primario nel reparto di ginecologia all'ospedale locale dove anche Maria lavora come infermiera. Michele aveva deciso di intraprendere la sua carriera in medicina a seguito di un viaggio in Kenya fatto quando aveva 17 anni. Ora è parte dei Medici Senza Frontiere e ogni anno cerca di partecipare a un viaggio nei paesi in via di sviluppo per organizzare workshop formativi con lo staff locale degli ospedali. Ha una forte passione per la montagna e, appena possibile, si dedica all'arrampicata d'estate e allo sci d'alpinismo di inverno. E' una persona forte e al contempo molto sensibile, due caratteristiche fondamentali per il suo lavoro.

I suoi Valori

- **L'altruismo**, da sempre si dedica ad aiutare persone bisognose senza mai esitare.
- **L'affidabilità**, non mantenere la parola data per Michele non è un'opzione plausibile.
- **La generosità**, anche nei momenti della vita in cui si poteva permettere di meno, Michele si è sempre dimostrato una persona molto generosa, sempre pronto alla rinuncia per beneficiare l'altro.
- **La comprensione**, non giudica mai senza prendersi il tempo necessario per riflettere e provare a comprendere le ragioni degli altri.
- **La propensione ad imparare,** nonostante sia una persona con un'ampia cultura, riconosce che il mondo è in continua evoluzione e crede che il processo di apprendimento non si possa mai fermare.

Le sue Paure

Soggettive:

- **L'educazione dei figli**, teme non riuscirà a fare fronte ai costi per un'educazione di qualità dei figli
- **Il furto in casa**, ha paura di svegliarsi nel cuore della notte durante un rapina.
- **Lo stato di salute dei suoi cari**, è la sua più grande preoccupazione a causa di una certa deformazione professionale.
- **La pensione**, non crede che la pensione che gli sarà garantita sarà sufficiente per mantenere il suo tenore di vita.

Collettive:

- **I cataclismi naturali**, sempre più frequenti e potenti, teme un giorno si troverà coinvolto con la sua famiglia in un terremoto o in un'alluvione.

La sua Personalità

Le sue Ambizioni

Ambizioni:

- **Il lavoro in Kenya**, spera un giorno di poter tornare in Kenya per un periodo lungo di lavoro con tutta la sua famiglia
- **Scalare l' Everest**, da sempre il suo sogno nel cassetto
- **La realizzazione dei figli**, desidera essere capace di metterli nelle condizioni per poter trovare la strada che li renderà soddisfatti
- **La stabilità lavorativa**, si sente fortunato ad essere in una posizione sicura e spera di non trovarsi mai ad affrontare una mancanza di stabilità sul lavoro

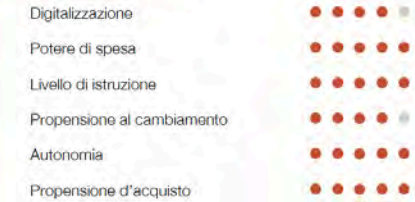
Obiettivi:

- **Il pensionamento a 60 anni,** con un lavoro molto impegnativo, spera di potersi ritirare a 60 anni per potersi godere la sua vita privata in un'età ancora giovane.

Le sue Frustrazioni

- **L'esitazione di sua moglie**, che vorrebbe lasciare il lavoro per dedicarsi full time alla sua famiglia ma non riesce a prendere una decisione
- **Lo stress del lavoro**, essendo primario Michele si trova spesso sovraccarico di impegni e di decisioni da prendere
- **La frenesia del lavoro**, il tempo non è mai abbastanza da quando è diventato primario e le domande che richiedono risposte quasi immediate crescono di giorno in giorno.
- **La crisi economica**, anche se la crisi non ha travolto il suo nucleo famigliare allo stesso modo di altri, è frustrato dal rincaro costante dei prezzi e dalla derivata crescente difficoltà nel creare risparmi
- **Il poco tempo libero**, sempre oberato di lavoro percepisce che non ha più un equilibrio fra vita privata e lavorativa.

Le sue Attitudini



GENERALI

- **Risponde alle sue frustrazioni diventando responsabile**
- **Ha tante cose da fare, è sempre impegnato**

- **Ha bisogno di strumenti affidabili per proteggere i propri figli**

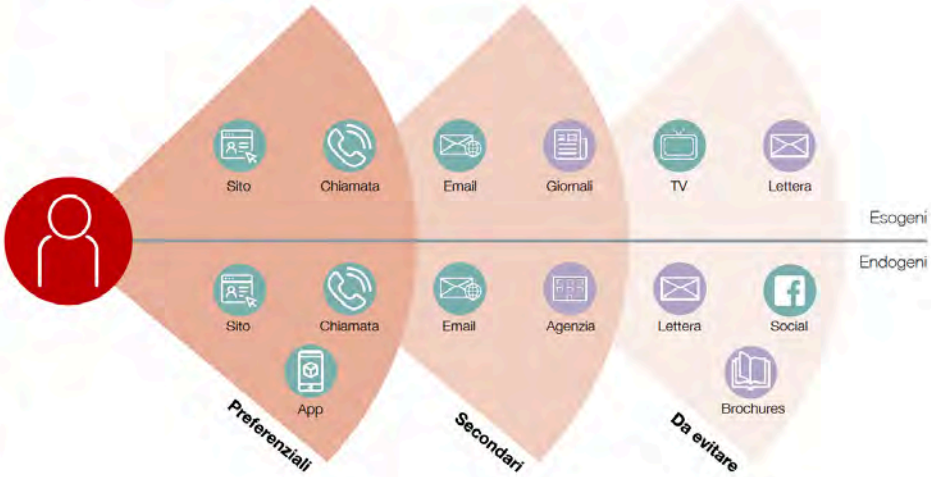
Michele Martini

Peace of Mind | Vive con figli piccoli Benestante

La sua giornata tipo

7.30 Michele si sveglia e fa colazione con sua moglie mentre i figli sono ancora a letto.
9.00 Arriva in ospedale dove inizia il giro di visite quotidiane.
13.00 In pausa pranzo, lavoro permettendo, si assenta per andare in palestra.
14.00 Rientra a lavoro e, a seconda della giornata, si dedica a operare o a seguire altre visite.
18.00 La giornata lavorativa dovrebbe finire, anche se spesso si prolunga fino a sera. Ritorna a casa.
19.00 Gioca con i suoi figli finchè Maria non li chiama per la cena.
19.45 Suona la chitarra per fare divertire i suoi bambini fino a quando non li mette a letto.
21.00 Si rilassa con Giovanna davanti a un bicchiere di vino fino a quando non si sente stanco

• Touch point map



• Gli indizi di Michele:

- **Hobby,** arrampicata sportiva
- **La prossima vacanza,** le Seychelle con tutta la famiglia
- **L'ultimo convegno,** "Il rischio ostetrico"
- **Il sogno nel cassetto,** la cima dell'Everest
- **La sua frustrazione,** lo stress lavorativo
- **Il suo più grande valore,** l'altruismo

GENERALI

Francesca Manfredi

Peace of Mind | Senior Benestante

Bio

Francesca ha 80 anni e vive a Roma con suo marito Federico. Ha due figli che vivono accanto a lei, Pietro e Luigia. Francesca da ragazza ha fatto successo nel mondo della televisione e del cinema a Cinecittà. Francesca è una persona molto espansiva, forte e le piace stare all'aria aperta.
Francesca è un'ottima cuoca e ogni giorno prepara la cena per tutta la famiglia sfoggiando le sue abilità culinarie e le ricette ereditate da sua mamma. Ama gli animali, la buona compagnia, l'arte e i romanzi sentimentali.

I suoi Valori

- **La saggezza**, una delle sue caratteristiche fondamentali. Francesca sa sempre qual è la cosa giusta da fare.
- **L'altruismo**, toglierebbe a se stessa pur di assicurarsi che gli altri stiano bene.
- **La famiglia**, nella sua famiglia sono tutti molto uniti e quotidianamente vengono condivisi momenti di convivialità.
- **La sicurezza**, non è mai indecisa e, una volta presa una decisione, non cambia idea a meno che non si renda conto di essere nel torto
- **La creatività**, fra i suoi principali hobby si possono nominare il découpage, il cucito e la realizzazione di gioielli

Le sue Paure

Soggettive:

- **Le sterline d'oro**, ha una collezione di sterline d'oro che era stata iniziata da sua nonna e ha paura che venga rubata
- **Le truffe**, è una donna sveglia e molto attenta ma sente spesso al telegiornale di truffe a sfavore di anziani e crede che un giorno potrebbe capitare a lei.
- **L'aereo**, non ha mai volato in vita sua e la sola idea la terrorizza.

Collettive:

- **Il futuro per i suoi pronipoti**, osserva silenziosamente una realtà che cambia di giorno in giorno e ha paura che i suoi nipoti potranno non trovare una loro strada
- **La malattia dei suoi cari**, ha paura che uno dei suoi figli o dei suoi nipoti possa un giorno ammalarsi.

La sua Personalità

Le sue Ambizioni

Ambizioni:

- **Riuscire ad apprezzare ogni giorno**, è consapevole che il tempo non è dalla sua parte e spera di riuscire a godersi al massimo ogni piccolezza di ogni giorno.
- **Non diventare mai un peso per la sua famiglia**

Obiettivi:

- **Imparare il francese**, la lingua che ha sempre associato all'amore e alla passione.
- **Fare un corso di mosaico**, ambito che da sempre la interessa ma non è mai riuscita a trovare un corso in orari che la soddisfino.

Le sue Frustrazioni

- **Il caos di Roma**, con cui fa sempre più fatica a rapportarsi
- **Il borbottare di suo marito**, che, come dice Francesca, "più invecchia più diventa brontolone"
- **La nuova disposizione degli scaffali** al supermercato accanto a casa sua
- **La guida del suo nuovo autista**, a cui si è affezionata in fretta ma non ha mai gradito i suoi sorpassi senza preavviso
- **L'arredo di casa**, tutto scelto da suo marito. Nonostante i suoi 80 anni sente l'esigenza di un'ondata di freschezza

Le sue Attitudini

GENERALI

- **Risponde alle sue frustrazioni sviluppando un forte bisogno di sicurezza**
- **Non comprende tutto**

- **Ha bisogno di strumenti affidabili per proteggere i propri figli e nipoti**

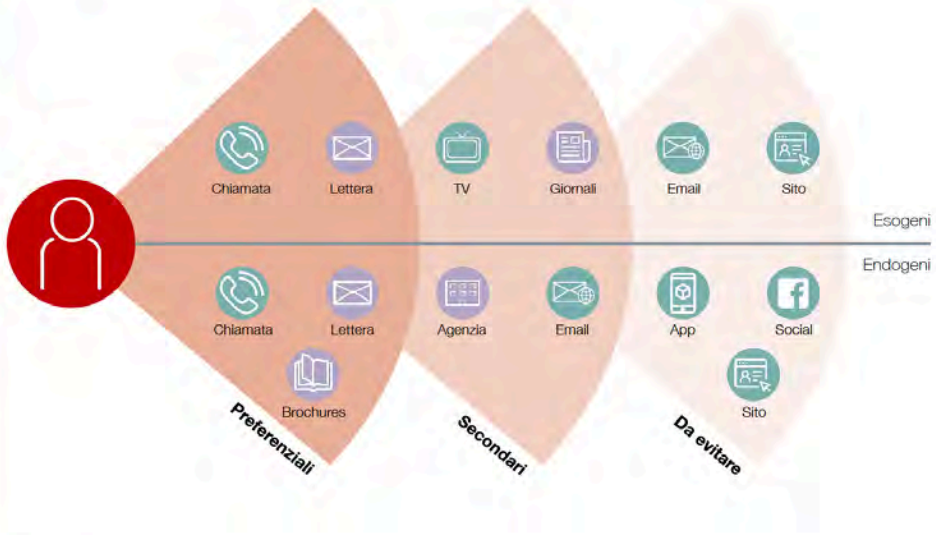
Francesca Manfredi

Peace of Mind | Senior Benestante

La sua giornata tipo

7.00 Francesca si sveglia e fa colazione con suo marito.
8.00 Va al supermercato a fare la spesa.
9.00 Porta la spesa a casa e la sistema nella dispensa.
10.00 Si reca alla casa degli anziani a trovare alcuni suoi amici sfortunatamente meno lucidi di lei.
11.30 Torna a casa e cucina il pranzo.
14.00 Prosegue al bar accanto a casa a bere un caffè con la sua vicina.
15.00 Nel pomeriggio si reca all'asilo a prendere i suoi pro nipoti, di cui si prende cura fino a sera quando rientrano i nipoti.
18.00 Inizia a preparare la cena per la sua numerosa famiglia.
20.00 Finita la cena, pulisce la cucina.
21.00 Guarda la tv fino a quando va a dormire.

- **Touch point map**



- **Gli indizi di Francesca:**

- **Il libro preferito,** Orgoglio e Pregiudizio di Jane Austin
- **Il luogo del suo vecchio lavoro,** Cinecittà
- **La sua routine serale,** cucinare per tutta la famiglia
- **Il suo impegno pomeridiano,** andare a prendere i figli dei suoi nipoti a scuola
- **La sua collezione,** le sterline d'oro
- **Il suo hobby principale,** il découpage

GENERALI

Paolo Avanzi

Achiever | Single Benestante

Bio

Paolo ha 32 anni e ha da poco cambiato lavoro, passando dalla grande distribuzione alla posizione di responsabile acquisti di una catena di bistrot/enoteca. È contento di questo cambiamento che lo avvicina ad una delle sue passioni, ama infatti il buon vino e la cucina, dilettandosi a preparare cenette sofisticate per la fidanzata e i suoi amici. Di famiglia benestante e con un posto nell'azienda di famiglia che lo aspetta, è nato e cresciuto a Parma e dopo un breve periodo a Milano è tornato nella città di origine, più adatta al suo stile. Ogni giorno è in un luogo differente e porta sempre con se iPad e iPhone che utilizza sia per svago che per lavoro.

I suoi Valori

- **Riconoscimento sociale**, avere tante relazioni e mantenere una vita sociale attiva è una delle cose più importanti per lui
- **L'appartenenza alla famiglia**, ha una grande quantità di cugini e cugine e le rimpatriate avvengono quasi ogni 3 mesi
- **La lealtà**, è molto disponibile nei confronti dei propri amici però è allo stesso modo esigente da loro
- **La velocità**, è sempre indaffarato ed ha bisogno costante di stimoli ed impegni e spesso fa più di una cosa alla volta
- **Il piacere**, possiede gusti ricercati e ama cercare nuovi prodotti ed esperienze da provare

Le sue Paure

Soggettive:

- **Perdersi una novità**, non vorrebbe mai mancare l'apertura di un nuovo locale o non conoscere l'ultima serie tv di massa
- **Impegnarsi a lungo**, nonostante le pressioni della sua fidanzata non si sente ancora pronto/convinto per il grande passo
- **La monotonia**, cerca di fuggire da tutte le situazioni ripetitive riempendosi le giornate il più possibile
- **La solitudine**, odia cenare da solo e ogni scusa è buona per uscire per una birra con un amico
- **Volare**, nonostante viaggi spesso anche all'estero, al momento del decollo prova sempre un brivido ingiustificato

La sua Personalità

Le sue Ambizioni

Ambizioni:

- **Il successo**, la sua idea di successo è collegata al "fare invidia" ai suoi amici
- **L'innovazione**, essere sempre al passo con gli ultimi device tecnologici, essere il primo a provare cose nuove
- **La libertà**, essere libero da vincoli e pressioni, potersi godere la vita con i propri ritmi

Obiettivi:

- **L'impresa**, un giorno poter avviare un'attività tutta sua magari in campo ristorazione/enologo/alimentare
- **Una famiglia propria**, diventare un giorno il padre famiglia modello e avere dei figli calciatori

Le sue Frustrazioni

- **La noia**, si annoia facilmente e non appena perde interesse è impossibile riuscire a recuperarlo
- **Perdere tempo**, si irrita facilmente quando si ritrova impegnato in attività che non reputa necessarie
- **Le complicazioni**, parla con parole semplici e preferisci avere a che fare con chi fa altrettanto
- **Troppi dettagli**, quando capisce una cosa vuole subito passare alla successiva senza approfondire
- **L'ingratitudine**, odia quando ha l'impressione che i suoi gesti o il suo valore non venga riconosciuto

Le sue Attitudini

GENERALI

- **Risponde alle sue frustrazioni sviluppando un forte bisogno di gratificazione**
- **Non approfondisce le cose, rimane ad un livello superficiale**
- **È interessato allo status**

- **Ha bisogno di conferme**

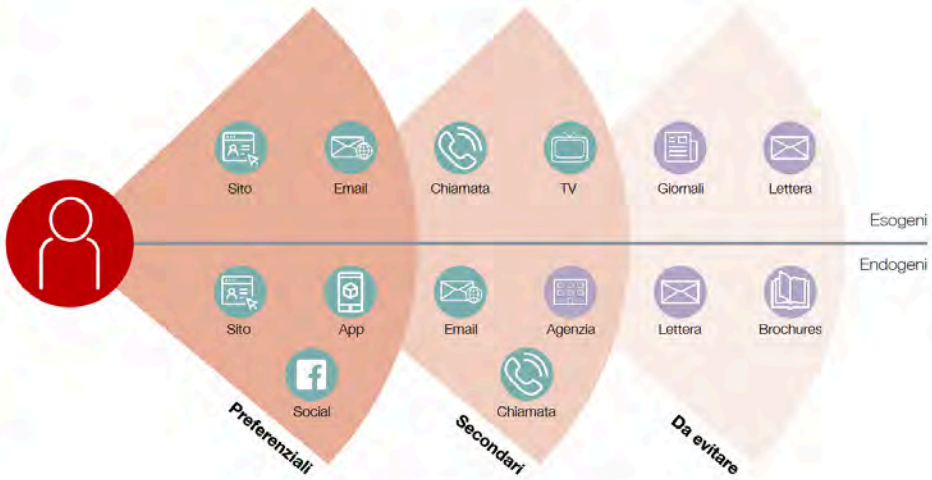
Paolo Avanzi

Achiever | Single Benestante

La sua giornata tipo

7.30 Paolo si sveglia e va in cucina dove trova il caffè appena bollito dalla sua caffettiera con timer.
7.45 Si fa la doccia, si veste e va a lavoro.
9.30 La sua giornata lavorativa si intensifica con continue chiamate da fornitori e clienti.
13.30 In pausa pranzo si trova con Vincenzo, un suo amico di infanzia.
14.30 Rientra a lavoro e si dedica alla ricerca di possibili nuovi prodotti/fornitori.
18.00 Esce da lavoro e va a casa.
19.00 Aspetta che la sua fidanzata rientri e apre una bottiglia di vino che sorseggia mentre cucina.
21.00 Dopo cena, prende il suo Ipad e naviga in rete per verificare le novità nel web, mentre guarda qualche serie su Netflix.
00.00 Si costringe ad andare a letto

Touch point map



Gli indizi di Paolo:

- **Il negozio più frequentato,** Eataly
- **L'ultima vacanza fatta,** Peniche, Portogallo
- **Il ricordo preferito,** Dj alla festa degli studenti
- **Cosa vorrebbe per natale,** Apple watch
- **L'idolo dell'infanzia,** Valentino Rossi
- **La scarpa da tutti i giorni,** Nike

GENERALI

Roberto Cannizzaro

Achiever | Millenials

Bio

Roberto ha 25 anni, è originario di Catanzaro e studia giurisprudenza.
Nei week end lavora come cameriere in uno dei bar più popolati del centro. Roberto è una persona introversa e gli serve molto tempo per riuscire a sentirsi completamente a suo agio con chi gli sta attorno. Il nuovo lavoro al bar lo sta aiutando ad aprirsi con maggiore facilità. Gli piace lo sport, i film d'epoca e la musica rock and rolll degli anni '70. Condivide un appartamento in affitto un caro amico d'infanzia, Salvo, che considera come un fratello.

I suoi Valori

- **La sincerità**, che crede sia alla base di ogni relazione sana e costruttiva
- **L'attenzione**, Roberto si distrae raramente riuscendo così ad avere ottimi risultati accademici.
- **La schiettezza**, è una persona piuttosto taciturna, ma quando esprime la sua opinione evita i mezzi termini.
- **La positività**, è di natura estremamente ottimista e non si fa abbattere dalle situazioni negative.
- **La passione**, ha una forte passione per i suoi studi e riesce a trasmetterla facilmente tramite il suo atteggiamento in università.

Le sue Paure

Soggettive:

- **Trovare lavoro,** teme che nonostante il suo percorso accademico faticherà a trovare un lavoro che lo soddisfi.
- **I gatti neri**, che sua nonna gli ricordava essere portatori di cattiva sorte
- **Il furto del suo scooter,** non vive in una zona molto sicura della città e teme che una mattina non troverà più il suo scooter
- **La laurea**, nonostante sia un ragazzo molto intelligente ed estremamente preparato ha molta paura della discussione della sua tesi.

Collettive:

- **La pensione**, continua a sentire che ai giovani non sarà garantita una pensione e sente molta angoscia per il futuro.

La sua Personalità

Le sue Ambizioni

Ambizioni:

- **Conoscere Michael Jordan**, il suo idolo fin da quando era bambino
- **Visitare l'Islanda**, uno dei luoghi che l'hanno sempre affascinato
- **Comprare un club di basket** di basso livello per poter un domani lasciare il suo lavoro e dedicarsi a questa attività a tempo pieno.

Obiettivi:

- **Laurearsi a pieni voti** per rendere orgogliosi i suoi genitori
- **Imparare il tedesco**, la sua ragazza, Jana, vorrebbe che lui riuscisse a comunicare con la sua famiglia

Le sue Frustrazioni

- **L'affitto** pagato dai suoi genitori. Sente che vorrebbe contribuire di più alle spese che devono sostenere.
- **Il caffè con lo zucchero,** crede che il caffè vero sia quello senza latte e senza zucchero
- **La polita italiana**, non crede nei politici e non crede nella direzione in cui sta andando l'Italia
- **L'incertezza** del futuro nonostante un percorso di studi sicuro
- **La chiusura mentale della generazione dei suoi**, con cui fa sempre fatica a rapportarsi rispetto a questioni di fede, politica e immigrazione.

Le sue Attitudini

GENERALI

- **Ha necessità di controllare tutto**
- **Guarda alla cose con scetticismo**

- **Ha bisogno di strumenti personalizzabili**

Roberto Cannizzaro

Achiever | Millenials

La sua giornata tipo

8.00 Si sveglia, sempre troppo tardi e beve un caffè di fretta e furia e corre in università.
9.00 Si incontra con i suoi compagnie insieme iniziano la giornata accademica con un altro caffè e cornetto al bar del campus universitario.
9.30 Inizia le lezioni e se non ne ha, prosegue verso la biblioteca dove studia con i suoi compagni.
13.00 Tutti i giorni pranza da Mimmo, una trattoria locale a basso costo dietro l'università.
18.00 Lascia l'ateneo per andare al suo allenamento quotidiano di basket
21.00 Finito l'allenamento, con i suoi compagni va a bere una birra.
22.00 Cena velocemente mentre guarda una serie TV.
00.00 Va a letto e si addormenta con un libro.

Touch point map

Gli indizi di Roberto:

- **Il suo appuntamento quotidiano,** il basket
- **La lingua da imparare,** Il tedesco
- **Il percorso di studi,** la giurisprudenza
- **La sua colazione,** caffè e cornetto
- **La vacanza da sogno,** in Islanda
- **La scaramanzia,** i gatti neri

GENERALI

Employee benefit

© DESIGN GROUP ITALIA

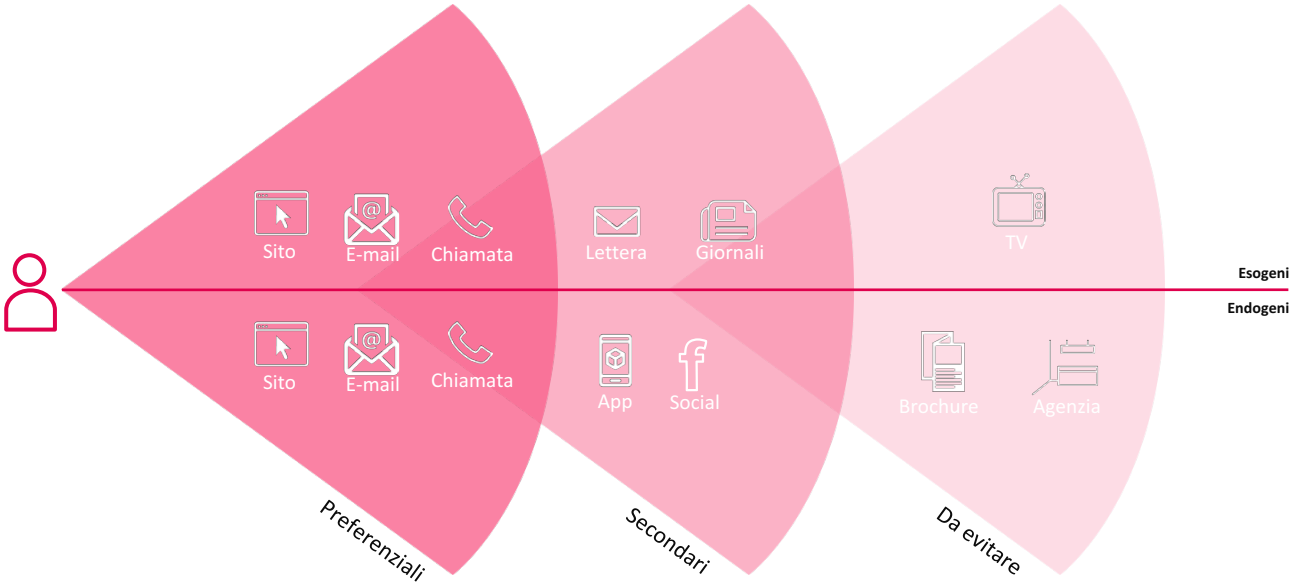
Luisa Oldani

EB | HR

Luisa, 48 anni, divorziata e senza figli, è Head of HR in una società automotive. Ha ottenuto il suo ruolo dopo tanti sacrifici e una carriera brillante che l'ha portata ad assumere una posizione di rilievo all'interno dell'azienda. È spesso in viaggio per lavoro e nonostante il poco tempo libero a disposizione si ritaglia quotidianamente un piccolo spazio per andare a correre, attività che fa per scaricare lo stress. È una persona con un carattere marcato e molto attenta ai dettagli, pur amando le cose semplici e pratiche.

Le sue attitudini

Digitalizzazione	● ● ● ○ ○
Potere di spesa	● ● ● ● ○
Livello di istruzione	● ● ● ● ●
Propensione al cambiamento	● ● ● ● ○
Autonomia	● ● ● ● ●
Propensione d'acquisto	● ● ● ● ○



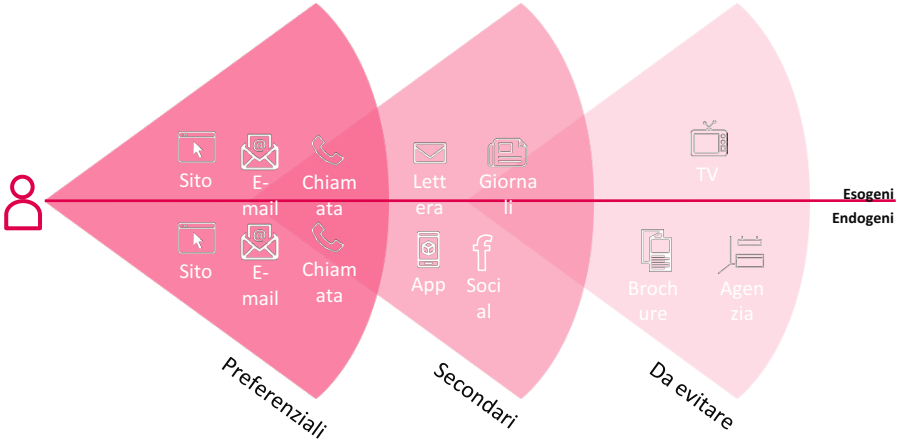
Luisa Oldani

EB | HR

Luisa, 48 anni, divorziata e senza figli, è Head of HR in una società automotive. Ha ottenuto il suo ruolo dopo tanti sacrifici e una carriera brillante che l'ha portata ad assumere una posizione di rilievo all'interno dell'azienda. È spesso in viaggio per lavoro e nonostante il poco tempo libero a disposizione si ritaglia quotidianamente un piccolo spazio per andare a correre, attività che fa per scaricare lo stress. È una persona con un carattere marcato e molto attenta ai dettagli, pur amando le cose semplici e pratiche.

Le sue attitudini

Digitalizzazione	● ● ● ○ ○
Potere di spesa	● ● ● ● ○
Livello di istruzione	● ● ● ● ●
Propensione al cambiamento	● ● ● ● ○
Autonomia	● ● ● ● ●
Propensione d'acquisto	● ● ● ● ○



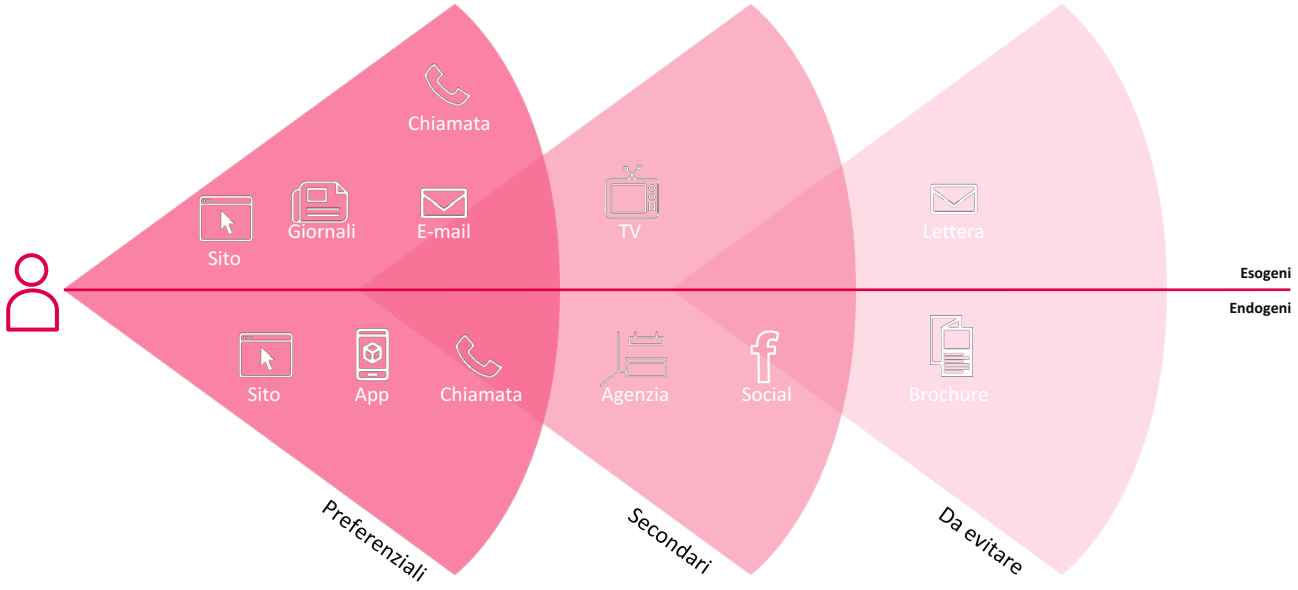
Mario Todisco

EB | Dirigente grande azienda

Mario ha 54 anni, è sposato, ha due figli e vive a Milano. È a capo di una multinazionale nel settore terziario e ogni giorno deve affrontare decisioni chiave per il futuro della sua azienda e dei suoi dipendenti. Ha un forte senso di leadership e di responsabilità che lo porta ad anteporre sempre il bene degli altri al suo. Negli ultimi anni dopo aver dedicato tutto se stesso allo sviluppo della società, incomincia a sentirsi mentalmente stanco e sta pensando di prendersi una meritata vacanza per incominciare a pensare a come passare il testimone ed andare in pensione.

Le sue attitudini

Digitalizzazione	● ● ● ● ○
Potere di spesa	● ● ● ● ●
Livello di istruzione	● ● ● ● ●
Propensione al cambiamento	● ● ● ● ○
Autonomia	● ● ● ● ●
Propensione d'acquisto	● ● ● ● ●



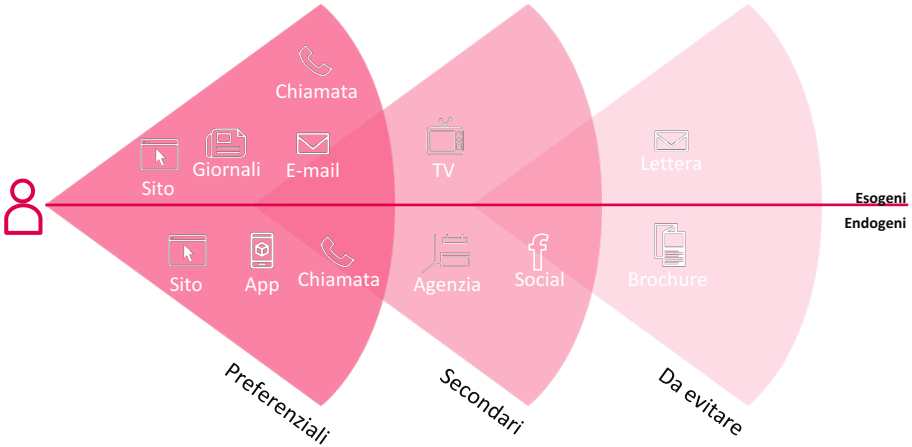
Mario Todisco

EB | Dirigente grande azienda

Mario ha 54 anni, è sposato, ha due figli e vive a Milano. È a capo di una multinazionale nel settore terziario e ogni giorno deve affrontare decisioni chiave per il futuro della sua azienda e dei suoi dipendenti. Ha un forte senso di leadership e di responsabilità che lo porta ad anteporre sempre il bene degli altri al suo. Negli ultimi anni dopo aver dedicato tutto se stesso allo sviluppo della società, incomincia a sentirsi mentalmente stanco e sta pensando di prendersi una meritata vacanza per incominciare a pensare a come passare il testimone ed andare in pensione.

Le sue attitudini

Digitalizzazione	● ● ● ● ○
Potere di spesa	● ● ● ● ●
Livello di istruzione	● ● ● ● ●
Propensione al cambiamento	● ● ● ● ○
Autonomia	● ● ● ● ●
Propensione d'acquisto	● ● ● ● ●



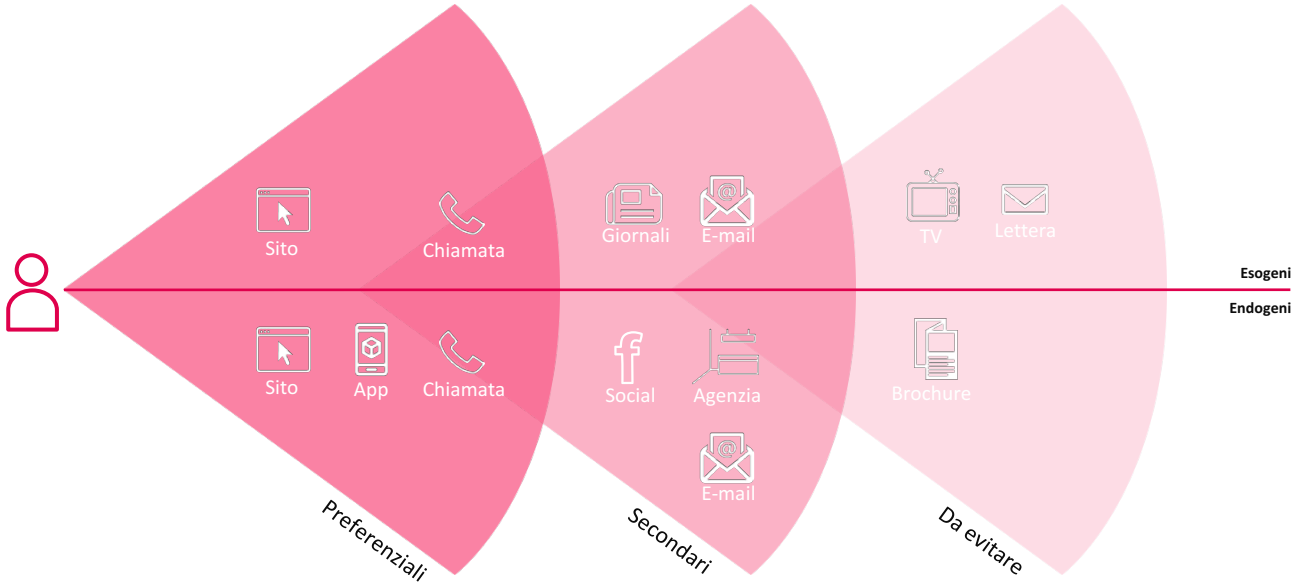
Gisella Mariani

EB | Amministrativo

Gisella, 33 anni, è segretaria presso una società di consulenza. Il suo compito è quello di organizzare e rendere il più produttiva possibile la giornata del suo superiore, prenotando incontri, viaggi e impegni. È una persona molto meticolosa e organizzata che cerca sempre di ridurre a zero le perdite. A volte, essere così attenta per le necessità altrui, la porta a trascurarsi un po', ed è per questo che ultimamente sente la necessità di prendersi più tempo per se stessa, soprattutto in termini di salute. Il suo più grande desiderio è di riuscire finalmente a trasferirsi in una casa tutta sua.

Le sue attitudini

Digitalizzazione	● ● ● ● ○
Potere di spesa	● ● ● ○ ○
Livello di istruzione	● ● ● ● ○
Propensione al cambiamento	● ● ● ○ ○
Autonomia	● ● ● ● ○
Propensione d'acquisto	● ● ● ○ ○



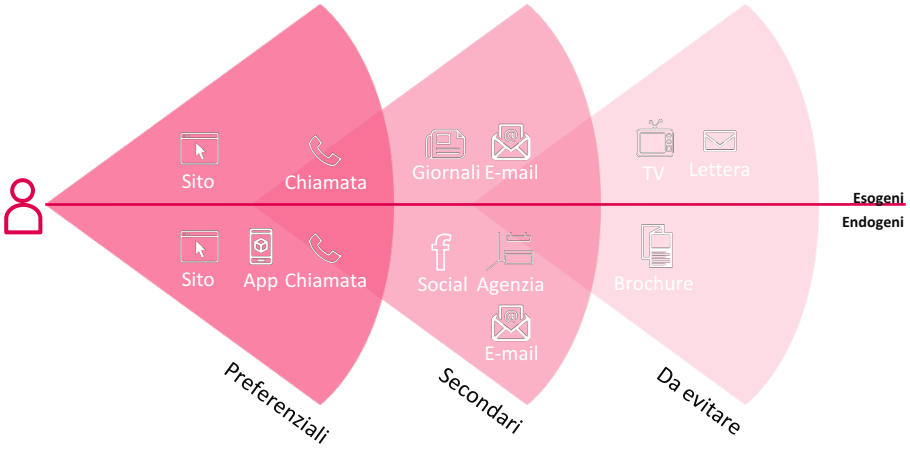
Gisella Mariani

EB | Amministrativo

Gisella, 33 anni, è segretaria presso una società di consulenza. Il suo compito è quello di organizzare e rendere il più produttiva possibile la giornata del suo superiore, prenotando incontri, viaggi e impegni. È una persona molto meticolosa e organizzata che cerca sempre di ridurre a zero le perdite. A volte, essere così attenta per le necessità altrui, la porta a trascurarsi un po', ed è per questo che ultimamente sente la necessità di prendersi più tempo per se stessa, soprattutto in termini di salute. Il suo più grande desiderio è di riuscire finalmente a trasferirsi in una casa tutta sua.

Le sue attitudini

Digitalizzazione	● ● ● ● ○
Potere di spesa	● ● ● ○ ○
Livello di istruzione	● ● ● ● ○
Propensione al cambiamento	● ● ● ○ ○
Autonomia	● ● ● ● ○
Propensione d'acquisto	● ● ● ○ ○



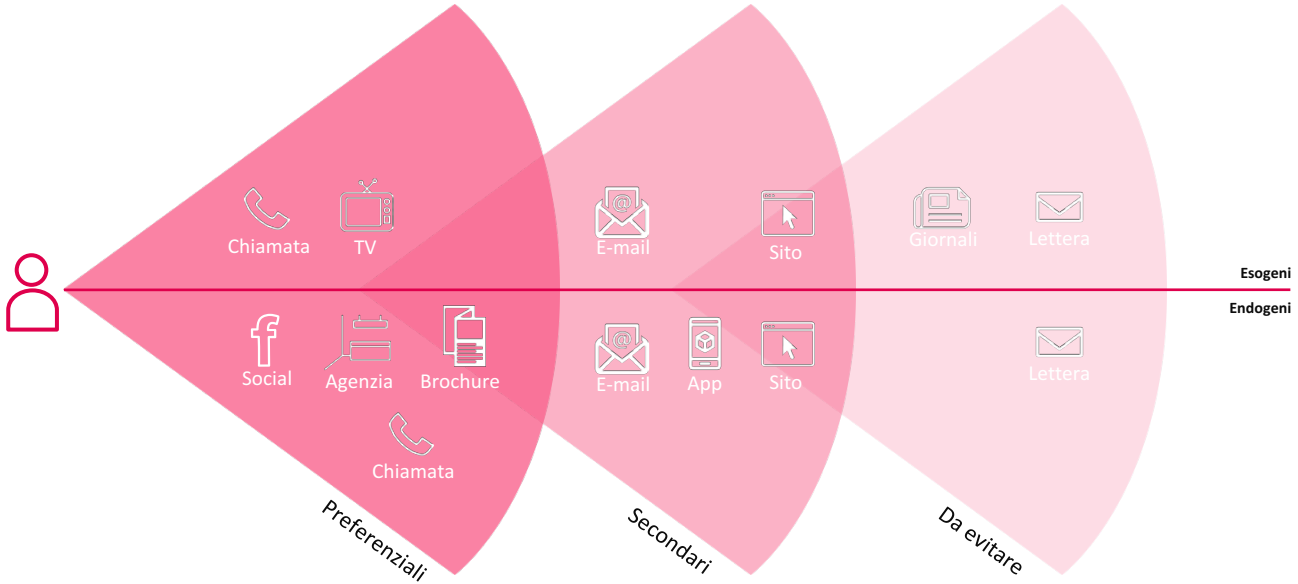
Davide Berra

EB | Operaio

Davide è un operaio del settore tessile, ha 45 anni ed è il papà di 3 figli. Essendo incaricato del controllo qualità, è sempre molto concentrato su mantenere la filiera produttiva della azienda ai più alti livelli possibili. Come hobby gioca a calcetto insieme agli amici una volta a settimana e si sta rendendo conto che con il passare del tempo non è più reattivo e scattante come una volta. È un padre premuroso che cerca di passare fuori da lavoro il più tempo possibile con i suoi figli: la sua più grande soddisfazione.

Le sue attitudini

Digitalizzazione	● ● ● ○ ○
Potere di spesa	● ● ○ ○ ○
Livello di istruzione	● ● ○ ○ ○
Propensione al cambiamento	● ● ● ○ ○
Autonomia	● ● ● ○ ○
Propensione d'acquisto	● ● ○ ○ ○



Mapping Comportamentale

Survivors

Enrica

Gabriel

Protectors

Rita

Mara

Peace of Mind

Michele

Francesca

Easy Going

Piero

Sara

Selfish

Giovanni

Achievers

Paolo

Roberto

Livello di Preoccupazione

Adozione di Nuovi Servizi

© Generali Italia S.p.A.

La Rosa di Personas

	Main Market	Benestante
Coppia senza figli	Gabriel Bifouma	Giovanni Girola
Coppia con figli grandi	Rita Ravina	Piero Vanti
Coppia con figli piccoli	Mara Montesin	Michele Martini
Single	Sara Alberti	Paolo Avanzi
Millennials	Roberto Canizzaro	
Seniors	Enrica Barchitta	Francesca Manfredi

© Generali Italia S.p.A.

Mapping comportamentale

Retail

© DESIGN GROUP ITALIA

Mapping comportamentale utenti

Roberto

Autonomia

Paolo

Bisogno di controllo

Michele

Bisogno di rassicurazione

Mara

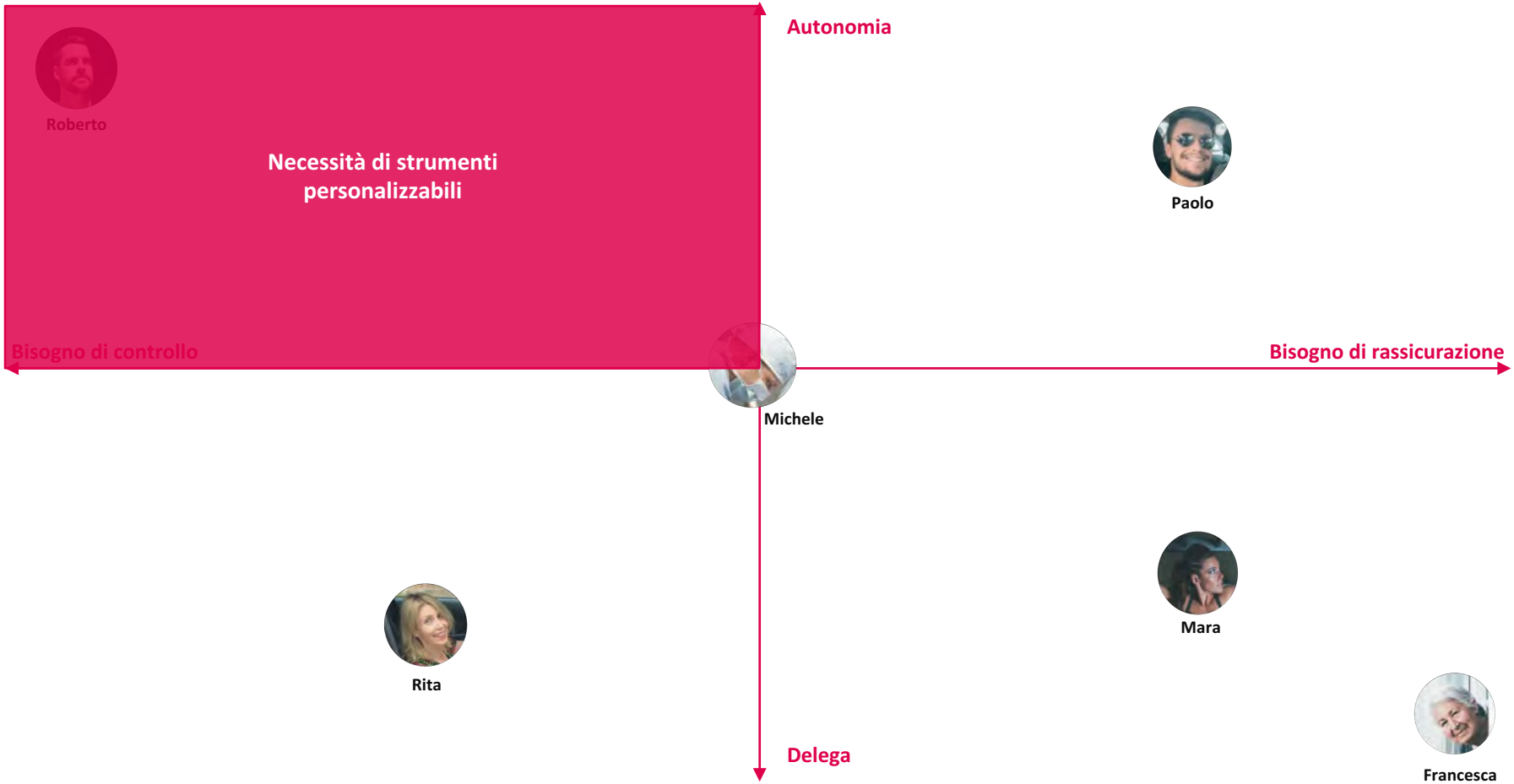
Rita

Francesca

Delega

© DESIGN GROUP ITALIA

Mapping comportamentale utenti



© DESIGN GROUP ITALIA

Mapping comportamentale utenti

Roberto

Autonomia

Paolo

Bisogno di controllo

Michele

Bisogno di rassicurazione

Necessità di guida, stimoli e supporto

Rita

Mara

Delega

Francesca

© DESIGN GROUP ITALIA

Mapping comportamentale utenti

Roberto

Autonomia

Necessità di conferme

Paolo

Bisogno di controllo

Bisogno di rassicurazione

Michele

Rita

Mara

Francesca

Delega

© DESIGN GROUP ITALIA

Mapping comportamentale utenti

Roberto

Autonomia

Paolo

Bisogno di controllo

Bisogno di rassicurazione

Michele

Rita

Necessità di strumenti affidabili per proteggere i propri cari

Mara

Delega

Francesca

© DESIGN GROUP ITALIA

Mapping comportamentale

EB

© DESIGN GROUP ITALIA

Mapping comportamentale utenti

Mario
[CEO]

Gisella
[Amministrativo]

Costi alti

Offerta servizi ampia

Offerta servizi ridotta

Davide
[Operaio]

Costi contenuti

© DESIGN GROUP ITALIA

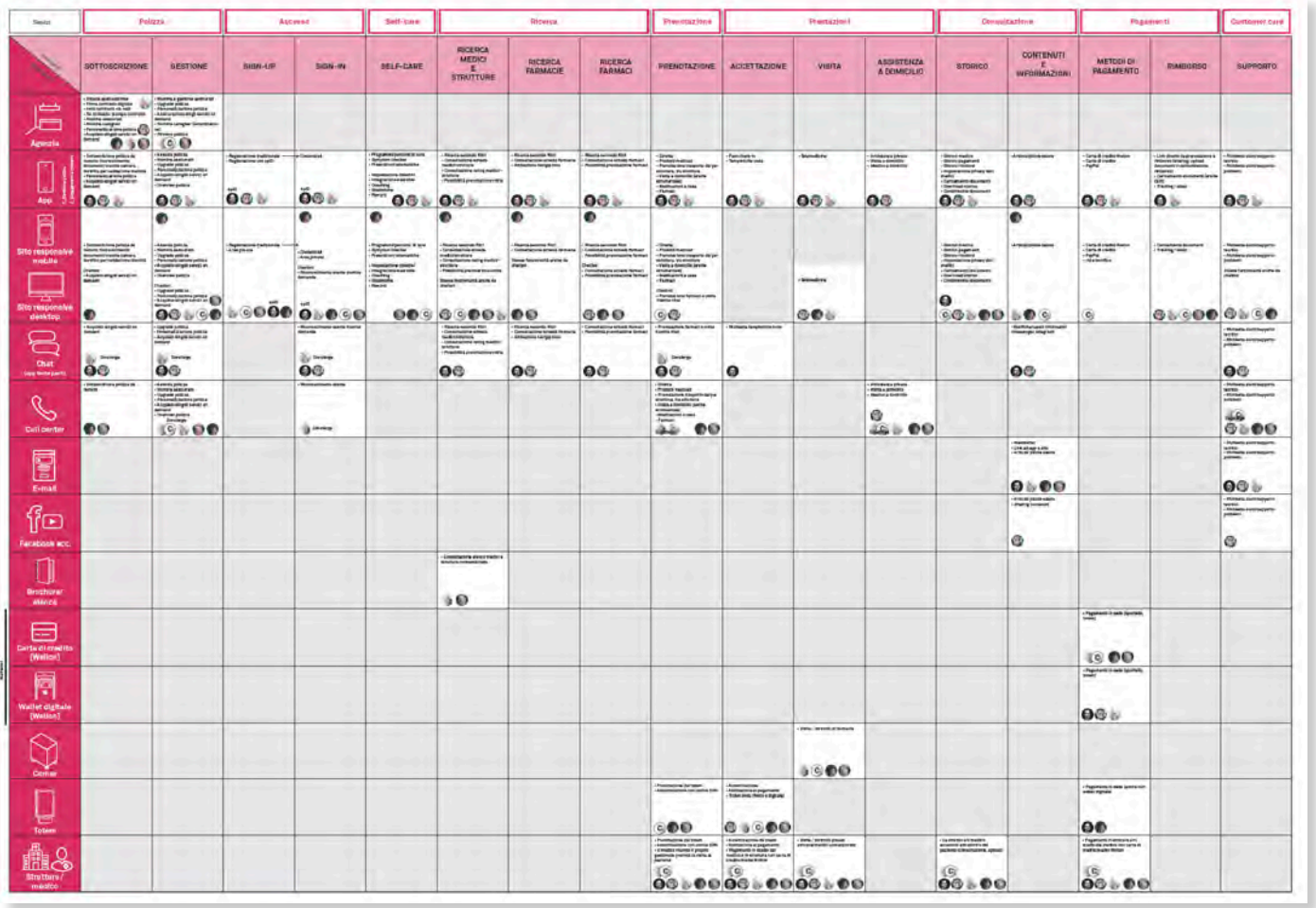
MODELLO DI SERVIZIO TO BE – 2021

TOUCHPOINT

© DESIGN GROUP ITALIA

Modello di servizio to be 2021

Retail



© DESIGN GROUP ITALIA

Modello di servizio to be 2021

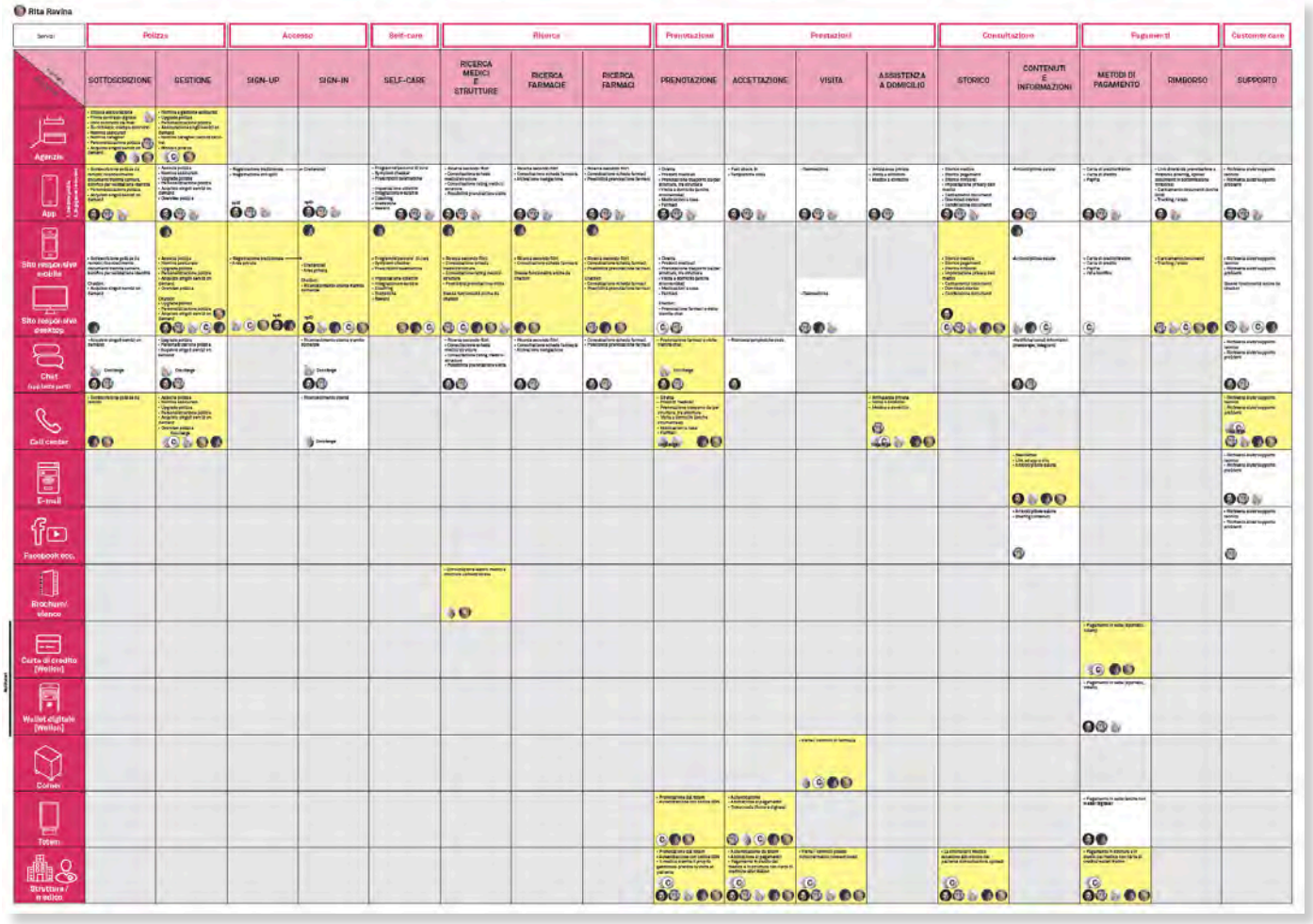
EB

© DESIGN GROUP ITALIA

Modello di servizio to be 2021

Retail

Esempio di customer journey di alto livello



© DESIGN GROUP ITALIA

Feedback

© DESIGN GROUP ITALIA

Pranzo

© DESIGN GROUP ITALIA

Co-creation

OBIETTIVO ATTIVITÁ

Esplicitare la value proposition relativa ai servizi da offrire alla personas di riferimento.
Definire quali sono i servizi e come strutturare l'offerta in pacchetti.

PARTIRE CON LO SVILUPPO DEI SERVIZI MESSI A ROADMAP (IN WAVE 1 E WAVE 2)
+ IMMAGINARE ALTRI SERVIZI TO BE.

© DESIGN GROUP ITALIA

Servizi wave 1 + wave 2

Wave 1
1H2018

- Percorsi Di cura
- Accesso Network Checkup
- Info Salute
- Second opinion
- Fast access per steering Strutture e cure

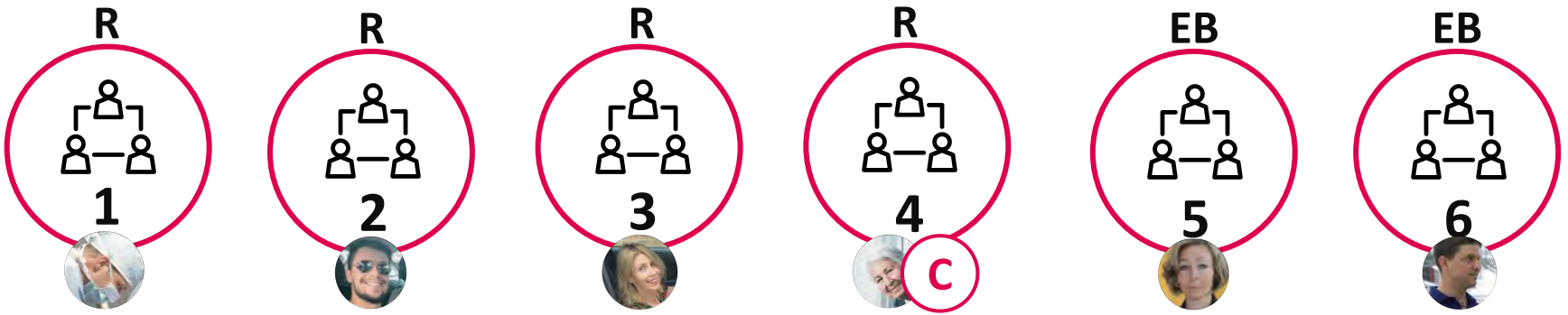
Wave 2
2H2018

- Accesso Network
- Ricerca e Prenotazione
- Network residenza A lungo termine

© DESIGN GROUP ITALIA

Value proposition e pacchetti servizi

Attività - divisi in 5 gruppi



© DESIGN GROUP ITALIA

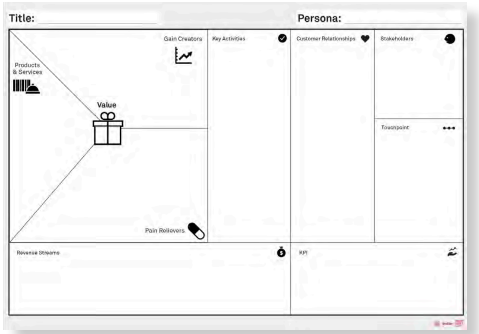
Value proposition e pacchetti servizi

Attività - divisi in 5 gruppi

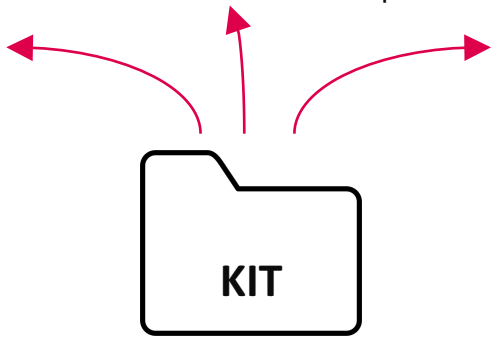
Modello di servizio

Mapping comportamentale

Touchpoint



Service Package canvas

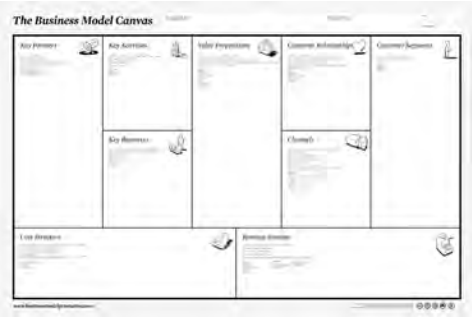


Context map

Stakeholder map

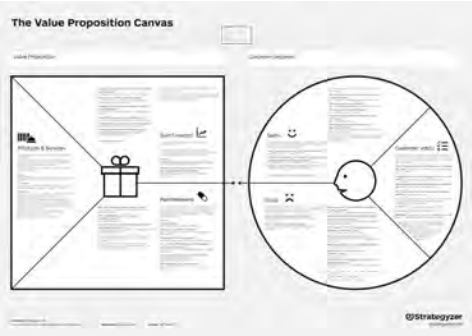
© DESIGN GROUP ITALIA

Service Package canvas



Business model canvas

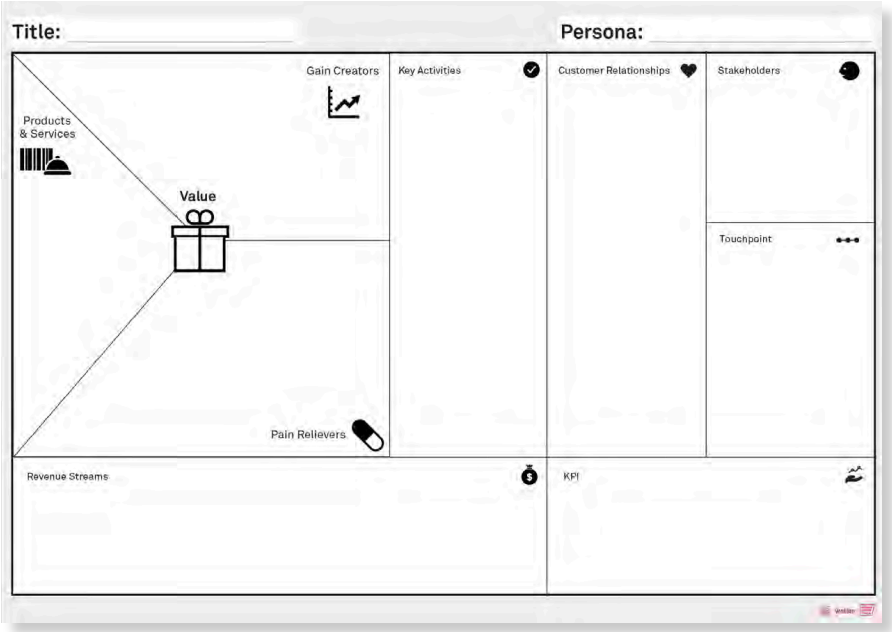
+



Value proposition canvas

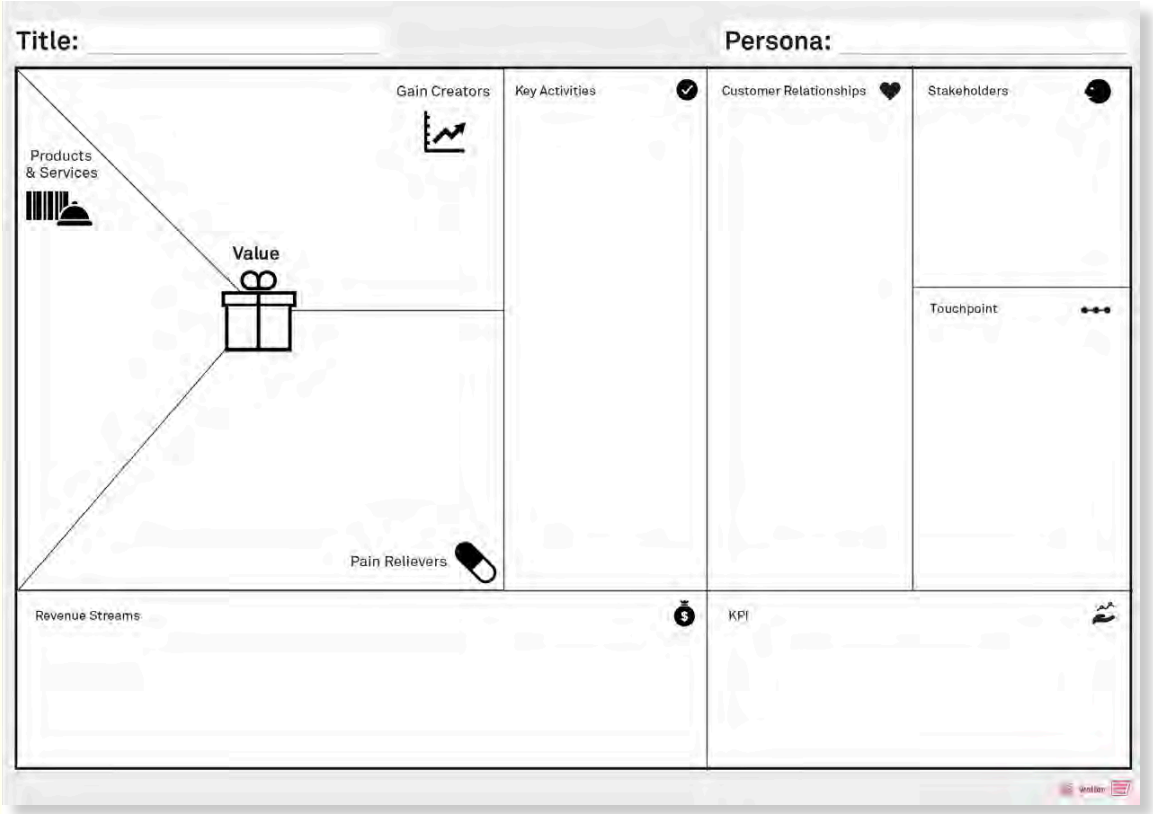
=

Service Package canvas



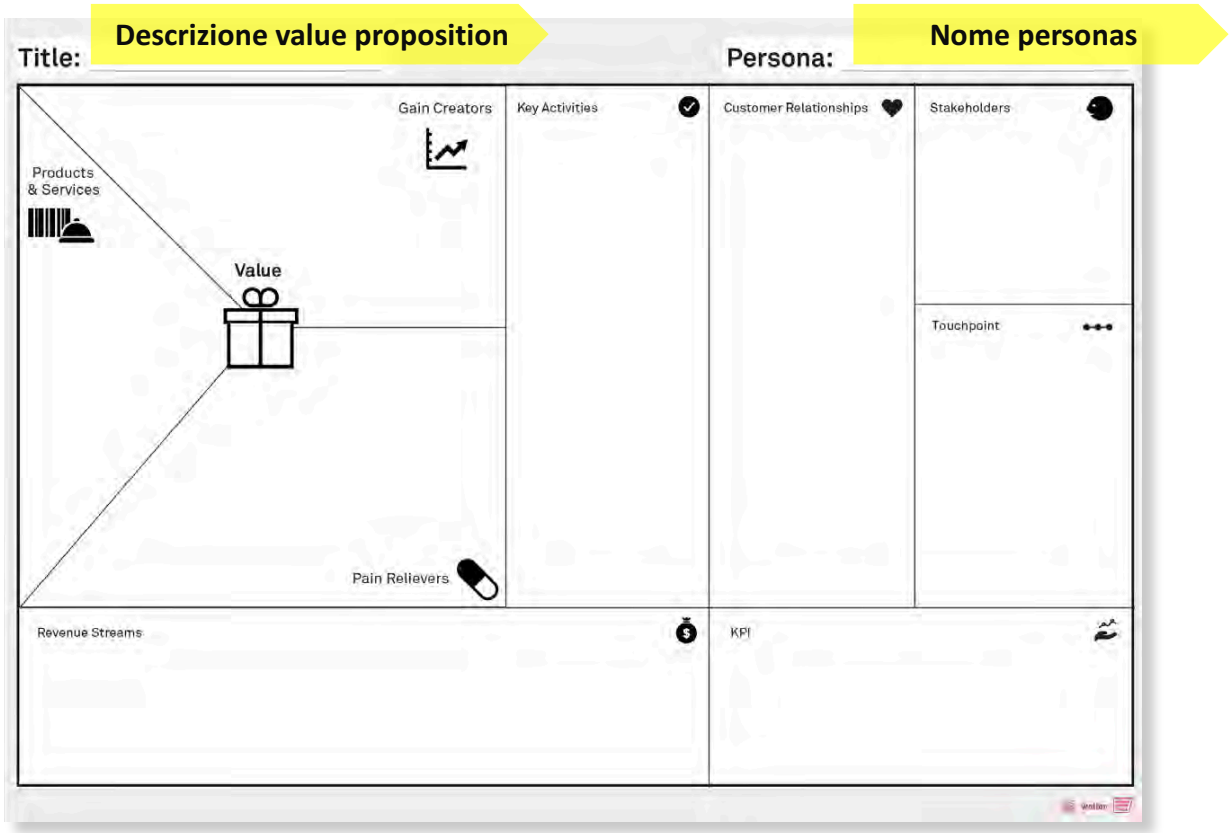
© DESIGN GROUP ITALIA

Service Package canvas



© DESIGN GROUP ITALIA

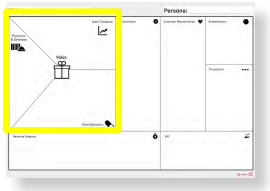
Service Package canvas



© DESIGN GROUP ITALIA

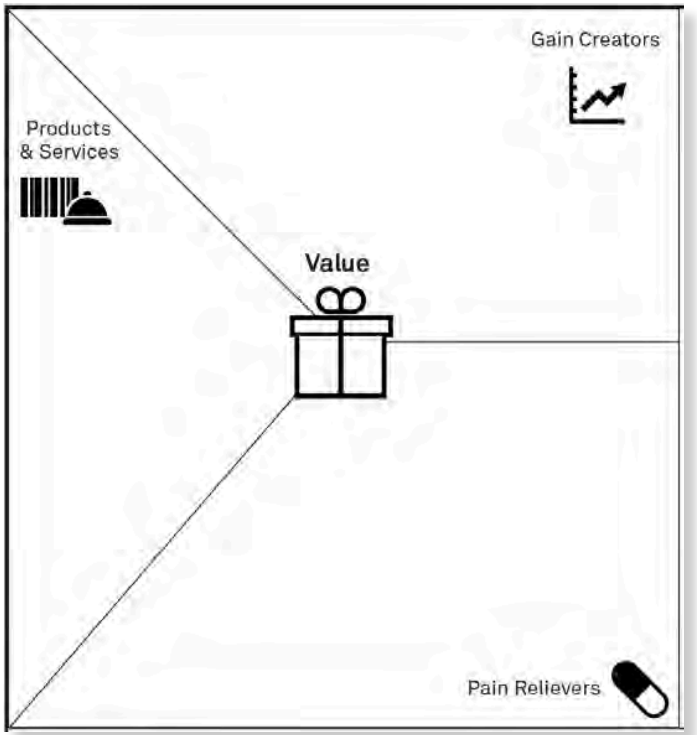
Service Package canvas

Mappa del valore



PRODOTTI E SERVIZI

Prodotti e servizi che l'impresa mette a disposizione dei clienti per aiutarli a raggiungere i loro obiettivi e attività.



GENERATORI DI VANTAGGI

Le modalità attraverso cui i prodotti
e i servizi offerti creano vantaggi per il cliente.

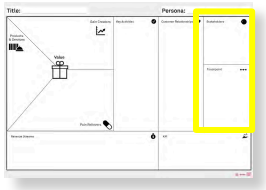
Le modalità attraverso cui i prodotti
e i servizi offerti alleviano le difficoltà del cliente.

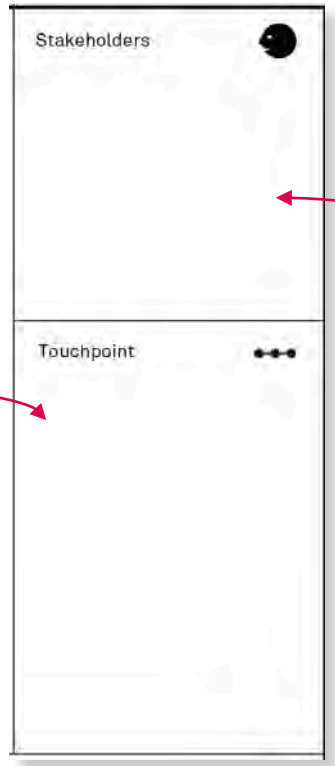
RIDUTTORI DI DIFFICOLTÁ

© DESIGN GROUP ITALIA

Service Package canvas

Mappa del valore





TOUCHPOINT/CANALI

Touchpoint

Quali dei touchpoint individuati permettono di trasmettere valore all'utente. Quali sono i canali per trasmettere il valore nella fasi: comunicazione, distribuzione, vendita.

STAKEHOLDERS

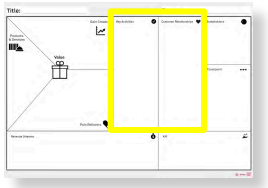
Stakeholder map

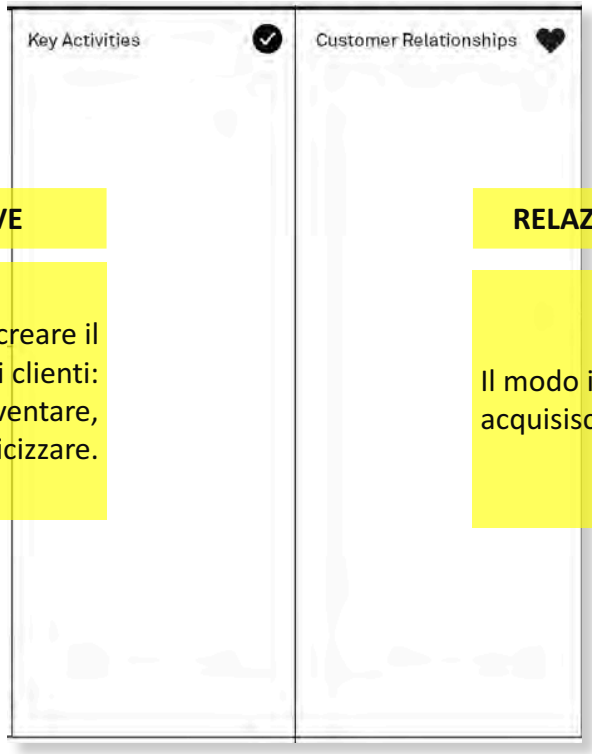
Con chi si vuole lavorare per creare valore da offrire al cliente: alleanze strategiche, fornitori, cooperazioni.

© DESIGN GROUP ITALIA

Service Package canvas

Mappa del valore





ATTIVITÁ CHIAVE

Cosa bisogna fare per creare il valore offerto ai clienti: produrre, inventare, pubblicizzare.

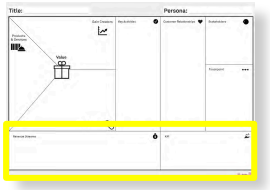
RELAZIONE COI CLIENTI

Il modo in cui l'azienda acquisisce e conserva i clienti.

© DESIGN GROUP ITALIA

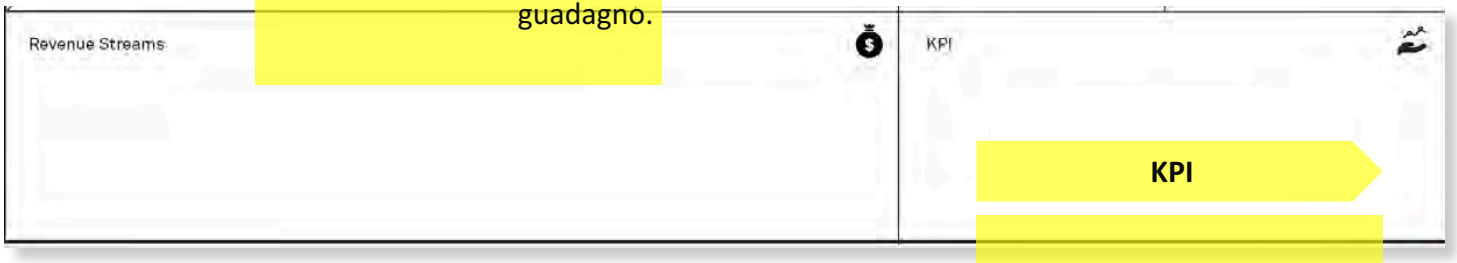
Service Package canvas

Mappa del valore



RICAVI

Incassi generati dai diversi tipi di clienti.
Principali logiche di guadagno.



KPI

Indicatori sui quali misureremo il successo della nostra value proposition.

© DESIGN GROUP ITALIA

Condivisione

© DESIGN GROUP ITALIA

Coffee break

© DESIGN GROUP ITALIA

Roadmap

© DESIGN GROUP ITALIA

TAV 2

Mappate +15 richieste da parte di country Italia

Area	Servizi	GIT Retail	GIT EB	Alleanza	Generali	Servizi da attivare entro 1H (x) Periodo	
01 Percorso di cura	▪ **Percorsi** di **cura** per **patologie comuni:** sindrome metabolica, ipertensione, dermatologia, diabete, mal di schiena	✓	✓	✓		1H2018 (almeno 1 percorso)	~35% delle richieste
02 Info sulla salute	▪ **Educazione** e **pillole informative** su: (Previsti in My Generali) – Prevenzione **patologie** più **comuni** – Conduzione **stile di vita sano** e prevenzione **patologie ped.** – **Benessere psicofisico**	✓	✓		✓	1H2018	
03 Accesso a network Check Up	▪ Pacchetti di **check up personalizzati** ▪ **Test sindrome metabolica** da inviare alla centrale operativa ▪ **Replacement Previmedical**	✓	✓		✓	1H2018	
Accesso al network	▪ **Card** per **accesso** a tutto il **network convenzionato Generali** ▪ **Rete Dental**	✓	✓			2H2018	
Ricerca e prenotaz.	▪ In ambito della **diagnostica** e **cure fisioterapiche**: geolocalizzazione strutture, prenotazioni esami e pagamento	✓	✓			2H2018	
Percorsi di prevenz.	▪ Arricchimento **percorsi di prevenzione già esistenti** nella collettiva sanitaria (es. posturale per tassisti)		✓			TBD	
Autosuff.	▪ **Personal driver** in caso di infortunio ▪ **Adattamento auto/ casa** in caso di grave infortunio ▪ **Fisioterapie** di diversa «modulazione» per recupero infortunio ▪ **Network cliniche di eccellenza** per gestione «**critical illness**» ▪ **Network residenza a lungo termine** e per **case management**	✓ ✓	✓	✓	✓	TBD 2H2018	
Supporto alla vita familiare	▪ **Assistenza pratiche e psicologica** In caso di morte assicurato ▪ Supporto psicologico per **cyber bullismo**, **baby sitting** e **badanti**, **job coaching** in caso di perdita di lavoro	✓		✓		TBD	
Assistenza	▪ **Switch** prestazioni non di emergenza a **modello a servizio**	✓		✓		TBD	

© DESIGN GROUP ITALIA

Servizi wave 1 + wave 2

Wave 1
1H2018

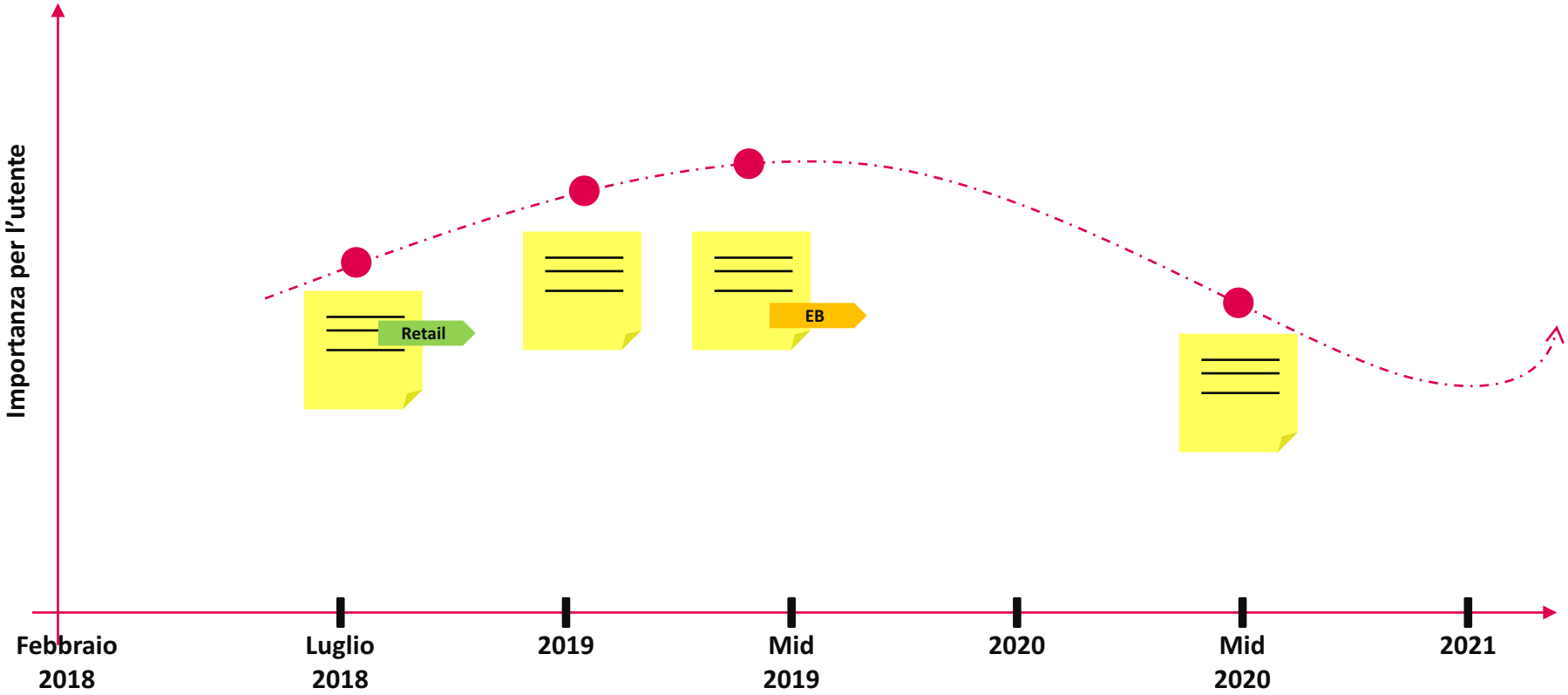
- Percorsi Di cura
- Accesso Network Checkup
- Info Salute
- Second opinion
- Fast access per steering Strutture e cure

Wave 2
2H2018

- Accesso Network
- Ricerca e Prenotazione
- Network residenza A lungo termine

© DESIGN GROUP ITALIA

Roadmap



© DESIGN GROUP ITALIA

Wrap-up

© DESIGN GROUP ITALIA

THANK YOU.

DESIGN GROUP ITALIA
Via Aleardo Aleardi, 12
20154 Milano ITALIA
tel. +39 02 58325272

315 Hudson Street
New York, NY 10013 USA
tel. +1 (347) 951-4350

www.designgroupitalia.it

© DESIGN GROUP ITALIA