

## Il filo diretto con il cittadino

Nuovi scenari e nuovi interlocutori hanno cambiato il volto delle **Pubbliche Amministrazioni e delle Aziende Speciali (ex municipalizzate)**, rendendole di fatto delle **imprese strategiche** che contribuiscono a soddisfare i fabbisogni essenziali del cittadino/cliente/utente finale nella sua **dimensione sovranazionale e comunitaria**, lo supportano nella rivendicazione di nuovi diritti di cittadinanza e nella sperimentazione di nuove forme di socialità, anche attraverso i new media.

Il **Web 2.0 ed i servizi on-line** allargano le possibilità e le modalità di contatto tra aziende ed utenti finali, aumentando di conseguenza anche le necessità di assistenza on e off-line.

**L'ascolto diretto** diventa una questione strategica in grado di influenzare le performance. Mediacom riesce realmente a colmare il gap tra enti e cittadini attraverso servizi che sostengono le istituzioni nella realizzazione di una governance multilivello, al fine di raggiungerli anche nel proprio ambiente domestico. Già nel 1999 Mediacom, prima in Italia ed anticipando le tendenze, lancia il servizio innovativo "**Filo diretto con il Cittadino**" per avvicinare, attraverso il contatto telefonico, gli utenti all'ente pubblico. Oggi, **personale in lingua, disponibile 24h/24, 365 giorni l'anno** ascolta le esigenze e raccoglie le richieste attraverso un numero verde, offrendo le informazioni e l'assistenza necessaria a rafforzare il particolare rapporto di cittadinanza.

## Possibili informazioni da comunicare al cittadino

Ubicazione e orario di apertura uffici comunali - Gestione agenda con sindaco ed assessori - Gestione richieste ritiri rifiuti solidi urbani - Informazioni in lingua riguardo spettacoli, manifestazioni, sagre, turismo, booking, itinerari, musei, eventi, apertura/chiusura scuole - Emergenze contestuali al momento sociale (bullismo, emergenza rifiuti, calamità naturali) - Aggiornamento sui lavori stradali / interventi sul territorio e la loro durata - Gare d'appalto - Informagiovani - Informazioni sulla viabilità - Assistenza - Gestione reclami - Segnalazioni disservizi o incidenti riscontrati - Teleassistenza anziani e disabili, anche in videoconferenza

## Contattando il cittadino

Campagne di sensibilizzazione - Sms informativi per servizi di pubblica utilità - Mailing list - Postalizzazione - Campagne specifiche (es. vaccinazioni)

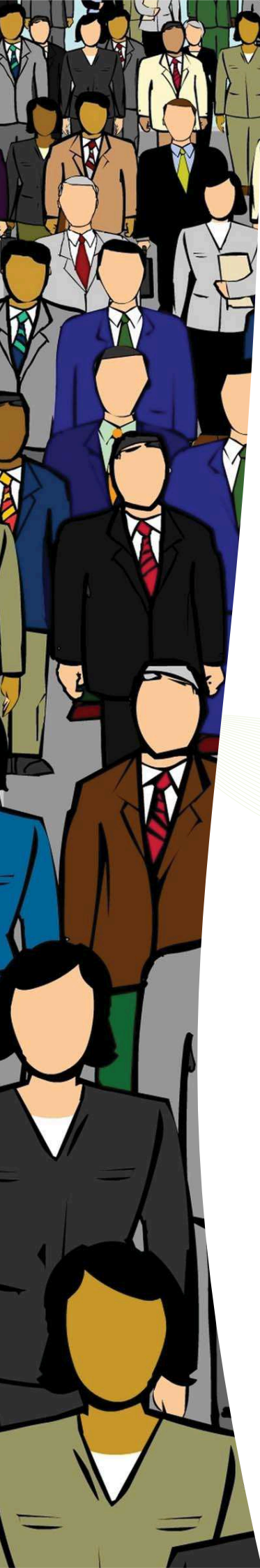
## Gestione servizi ad elevato rischio: Telemedicina e Teleassistenza

I servizi per PA ed ex municipalizzate includono prestazioni assistenziali con un alto livello di rischio potenziale e la gestione di flussi di contatti elevati. La specializzazione in settori quali **Farmacovigilanza, Ossigeno Terapia Domiciliare (OTD), Elettromedicale ed Impianti tecnologici** garantisce il rispetto degli standard qualitativi in ogni area strategica d'intervento. L'assistenza a distanza è la sfida del futuro per migliorare la prevenzione ed il rapporto con i pazienti ed ottimizzare le risorse riducendo ricoveri, tempi d'attesa e di ospedalizzazione. Importanti i progetti legati alla **Telemedicina**, come l'ADI - Assistenza Domiciliare Integrata (realizzati per ASL, Aziende Ospedaliere e strutture private), vedono Mediacom coinvolta nella creazione e nella gestione di centrali di monitoraggio h24 con funzione di assistenza medica, telemetria e refertazione in real time.

## Il marketing e le ricerche di mercato nel settore pubblico

Al pari delle aziende private, le PA necessitano di strumenti d'indagine per orientarsi al **mercato, analizzare** le esigenze della comunità, **monitorare** la soddisfazione ed **ascoltare** le esigenze dei propri utenti. La specializzazione in **Ricerche socio/demografiche** e **Customer Satisfaction** consente di realizzare progetti ed analizzare sul territorio fenomeni sociali nonché il grado di soddisfazione di cittadini, utenti e personale interno (Employer Satisfaction). Il monitoraggio costante nel tempo, sondando le variabili sociali attraverso le tecniche di rilevazione quali/quantitative CATI, CAPI, CAWI, focus group, face to face, consente di ottenere un valore assoluto circa la qualità del servizio offerto. Le indagini e le ricerche sono frutto di appositi studi sul campo, realizzati tenendo conto delle specifiche esigenze del committente:

- Definizione degli obiettivi e dei metodi di campionamento e tecniche di rilevazione
- Redazione di questionari
- Creazione e gestione database specifici (access, excel, spss, spad, xlstat)
- Somministrazione delle interviste (CATI, CAPI, CAWI, face to face)
- Controlli di editing e di robustezza
- Indagine conoscitiva e studio di valutazione
- Imputazione dati
- Analisi dati (descrittive e/o multivariate)
- Creazione report statistici



## La sfida al mercato per le «ex Municipalizzate»

L'attuale sistema dei servizi di interesse generale ha cambiato il volto delle **"vecchie società municipalizzate"**. Parallelamente alla riforma del settore pubblico, la mission delle **Aziende Speciali** è cambiata radicalmente, ampliando visioni ed ambiti territoriali di riferimento. L'Europa è diventato il principale interlocutore e finanziatore, con principi e direttive. Il cittadino/cliente è diventato il centro della programmazione degli obiettivi grazie a strumenti precisi, come la **Customer Satisfaction**, e principi d'azione, come la **trasparenza**.

Mediacom, attenta alle diverse dinamiche del processo, si pone l'obiettivo di supportare le aziende per vincere le sfide della competitività del Paese e del suo sistema di piccole e medie imprese, radicato territorialmente, attraverso politiche e strumenti orientati all'utente/cliente (**Citizen/Customer Oriented**).

## Bilancio sociale

Il Bilancio Sociale è uno strumento straordinario in quanto rappresenta la certificazione di un profilo etico, l'elemento che legittima moralmente il ruolo di un soggetto agli occhi della comunità di riferimento. Un documento che indica come un'azienda, perseguendo i propri obiettivi, migliori la qualità della vita nell'ambiente in cui è inserita. Il bilancio sociale è tra i più importanti **strumenti di comunicazione istituzionale**. La divisione Marketing e Ricerche progetta, realizza e supporta la realizzazione di bilanci sociali, che evidenziano i risultati ottenuti, l'identità aziendale, il valore aggiunto creato, la performance economica, l'impatto sull'ambiente, la performance sociale.

Comunità - Risorse Umane - Azionisti - Fornitori - Clienti

Per coinvolgere gli **stakeholder** nelle dinamiche istituzionali, è necessario instaurare una comunicazione chiara e trasparente. In quest'ottica, il Bilancio Sociale si pone come strumento di comunicazione e di controllo di gestione efficace ed evoluto per integrare pienamente i tre aspetti che costituiscono la **"Responsabilità sociale dell'impresa"**: Economica - Ambientale - Sociale.

## Gestione del credito

L'Europa chiede di **garantire la qualità, riducendo i costi**. L'ottimizzazione delle risorse economico-finanziarie diventa così imprescindibile anche per enti pubblici ed ex municipalizzate e pone l'accento non solo sul recupero dei crediti vantati, bensì su una diversa gestione delle risorse finanziarie e del cash flow. **La Divisione Crediti** interviene con trasparenza, rapidità, efficacia e senza costi fissi. Infatti **la remunerazione è legata solo al risultato ottenuto**. Integrando molteplici competenze professionali (consulenti legali, analisti finanziari, phone collector), spiccate doti relazionali e metodologie gestionali consolidate, i crediti vantati vengono incassati ed il complesso rapporto di cittadinanza con i clienti/utenti salvaguardato.

Tele Sollecito - Lettere di sollecito - Ricerca e aggiornamento Anagrafica Stipula e monitoraggio piani di rientro - Gestione Reclami - Azione legale

