



IMPRESA DIGITALE

Una fotografia dinamica dell'Italia impegnata nella trasformazione tecnologica. I protagonisti, le aziende, i manager: così la digitalizzazione sta cambiando prodotti, procedure e strategie. Un'iniziativa di Affari & Finanza in collaborazione con IBM e Sda Bocconi

8+1 2 Consegna 32 Tweet LinkedIn 0 Indoon

Centro S. Agostino, dalla mail ai big data sui flussi di visite

"La gestione digitale di tutta la catena dei servizi ci consente di evitare i costi del call center. Per incentivare i pazienti a prenotarsi online, rimborsiamo 3 euro sul costo dell'erogazione medica", spiega l'ad Foresti

Christian Benna



L'accettazione del Centro Medico Sant'Agostino

Sanità privata e low cost sull'onda alle tecnologie digitali. La sfida del **Centro Medico Sant'Agostino** di Milano, nato nel 2009 e oggi in corsa verso gli 8 milioni di fatturato (stima 2014), è offrire servizi medici territoriali (non convenzionati con la Regione) specialistici di alta qualità e a costi contenuti. Insomma un rebus di non facile soluzione. Per risolvere l'equazione, l'amministratore delegato della società Luca Foresti si ispira ai modelli informatici più avanzati che consentono di abbattere le spese. "Stiamo digitalizzando tutta la filiera, dalla prenotazione online fino

alle cartelle cliniche. I pazienti chiedono cure efficaci, rapidità d'intervento e zero disagi. E l'informatica riesce a far quadrare tutte le esigenze". Il **Centro Medico Sant'Agostino**, promosso da Oltre Venture, il fondo di venture capitale del non profit, ha appena aperto una seconda clinica, sempre a Milano: in tutto ci lavorano 45 dipendenti, coinvolgendo 240 clinici, che operano in odontoiatria, psicoterapia, logopedia e fisioterapia. Da qualche mese è partito il servizio di prenotazioni online. "Nel giro di due minuti si può prenotare una visita, che è subito confermata da un'email - spiega Foresti - Poi chiediamo un riscontro elettronico ai pazienti a fine intervento, chiedendo loro un giudizio sul servizio, se ci sono state delle mancanze e cosa può essere migliorato". Il prossimo passo sarà la digitalizzazione della cartella clinica, un'applicazione informatica per prenotare o cambiare il giorno di una visita. "La gestione digitale di tutta la catena dei servizi ci consente un risparmio notevole e di evitare i costi del call center. Per incentivare i pazienti ad accettare tutti i passaggi online, abbiamo l'idea di rimborsare 3 euro sul costo dell'erogazione medica". In cantiere c'è anche un progetto per la georeferenziazione delle persone che sono passate al luogo della salute. L'approccio a big data serve al centro per analizzare i flussi delle visite, e capire se i pazienti sono arrivati per passaparola o per inserzione pubblicitaria, in che zona della città abitano, quali professioni esercitano. "Tutto ciò ci consente di orientare l'offerta in modo sempre più mirato ed efficace. Anche per questa ragione ci serviamo dei social network per dialogare costantemente con le persone interessate alle nostre attività".

IMPRESA DIGITALE

Nuovi prodotti, servizi, strategie per le aziende del terzo millennio

Un'iniziativa di **AFFARI & FINANZA** **IBM**



AFFARI & FINANZA

A cura di Luigi Gia e Paola Jadeluca

Hanno collaborato Stefania Aoi, Christian Benna, Stefano Carli, Vito de Ceglia, Luigi Dell'Olio, Silvano Di Meo

Segreteria Affari&Finanza
Stefano Fiori telefono 0649822539
e-mail stefano.fiori@repubblica.it
segreteria_affari_finanza@repubblica.it