

Dare voce ai cittadini: dall'ascolto al co-design dei servizi.

Ascolto, personalizzazione e qualità dei servizi.

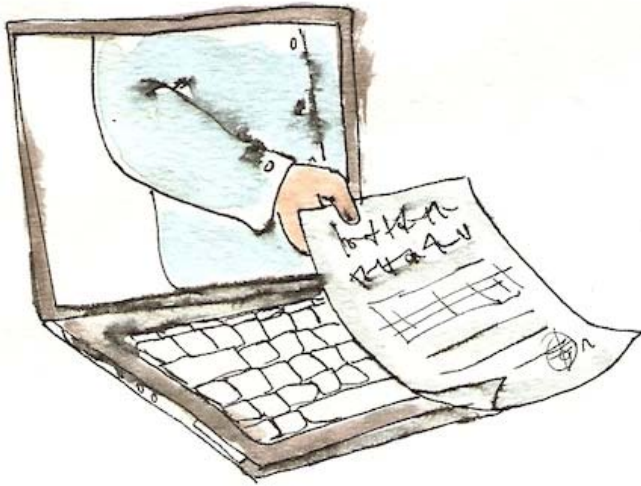
Come si può 'risparmiare' con la rete

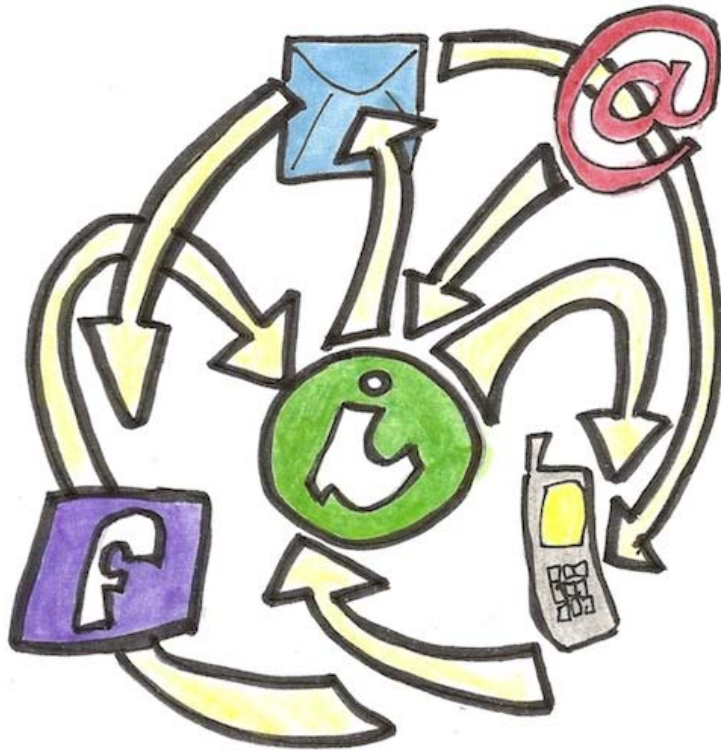
Claudio Forghieri



INDICE

- ❑ Il cittadino a cui ci rivolgiamo
- ❑ Ripensare l'essenza del servizio
- ❑ Informazioni, transazioni e relazioni
- ❑ L'ascolto diffuso
- ❑ Social Citizen Relationship Management





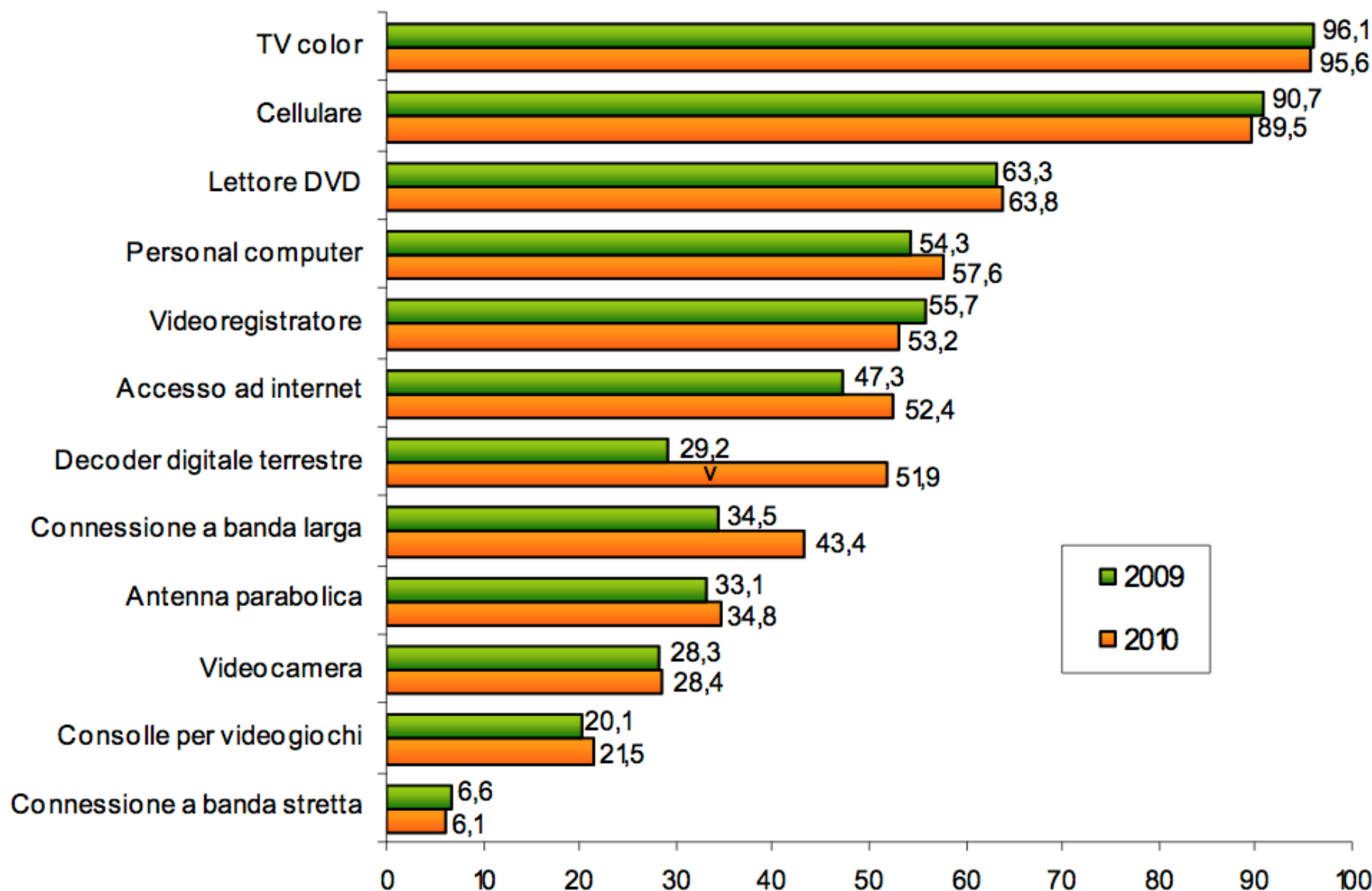
CHI E' IL CITTADINO 2.0?

- E' dotato di tecnologie
- Condivide
- Si fida
- Si profila
- Partecipa
- Commenta

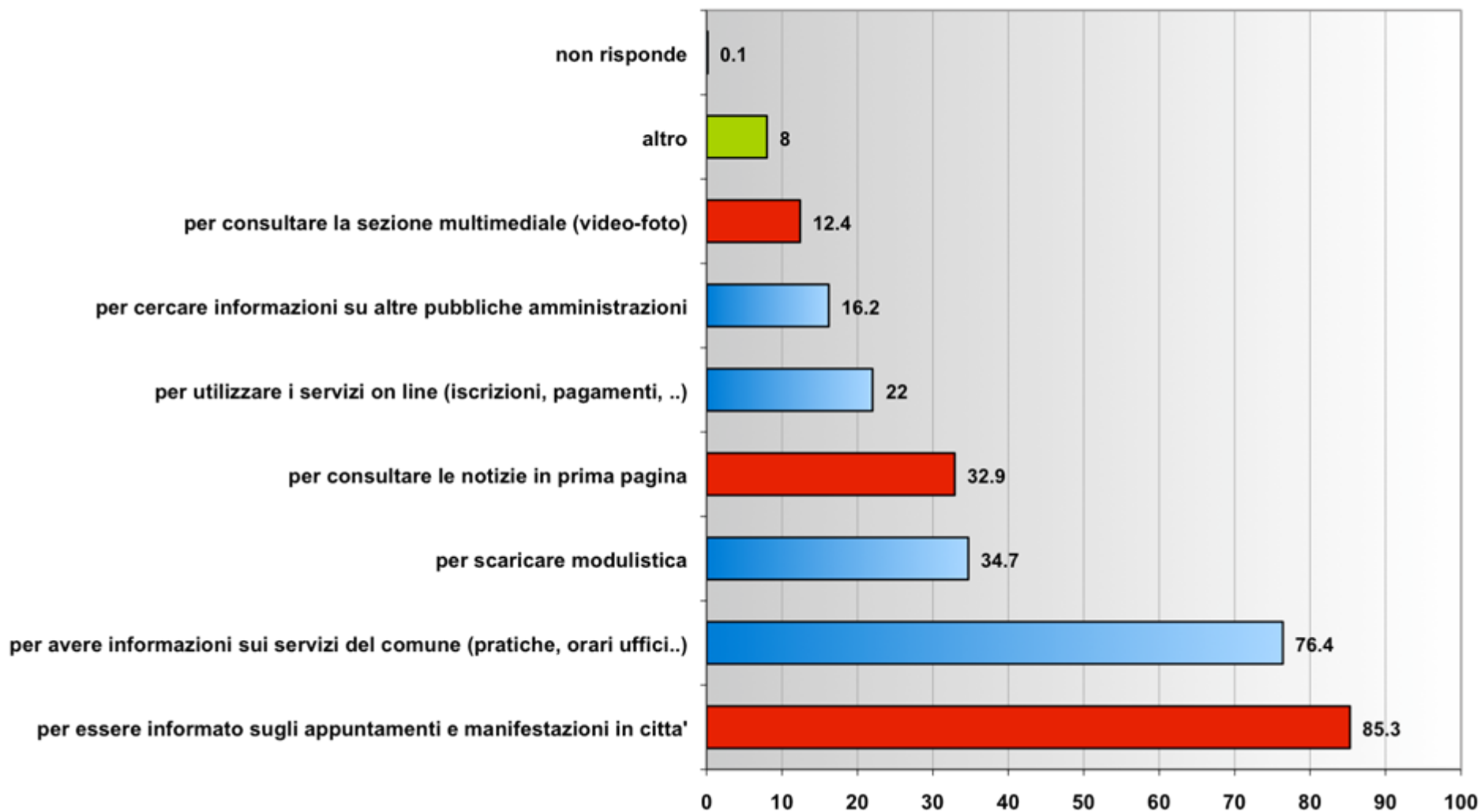
Ma il driver non sono i servizi della PA!

CHI E' IL CITTADINO / UTENTE DEI SERVIZI "COMUNE"?

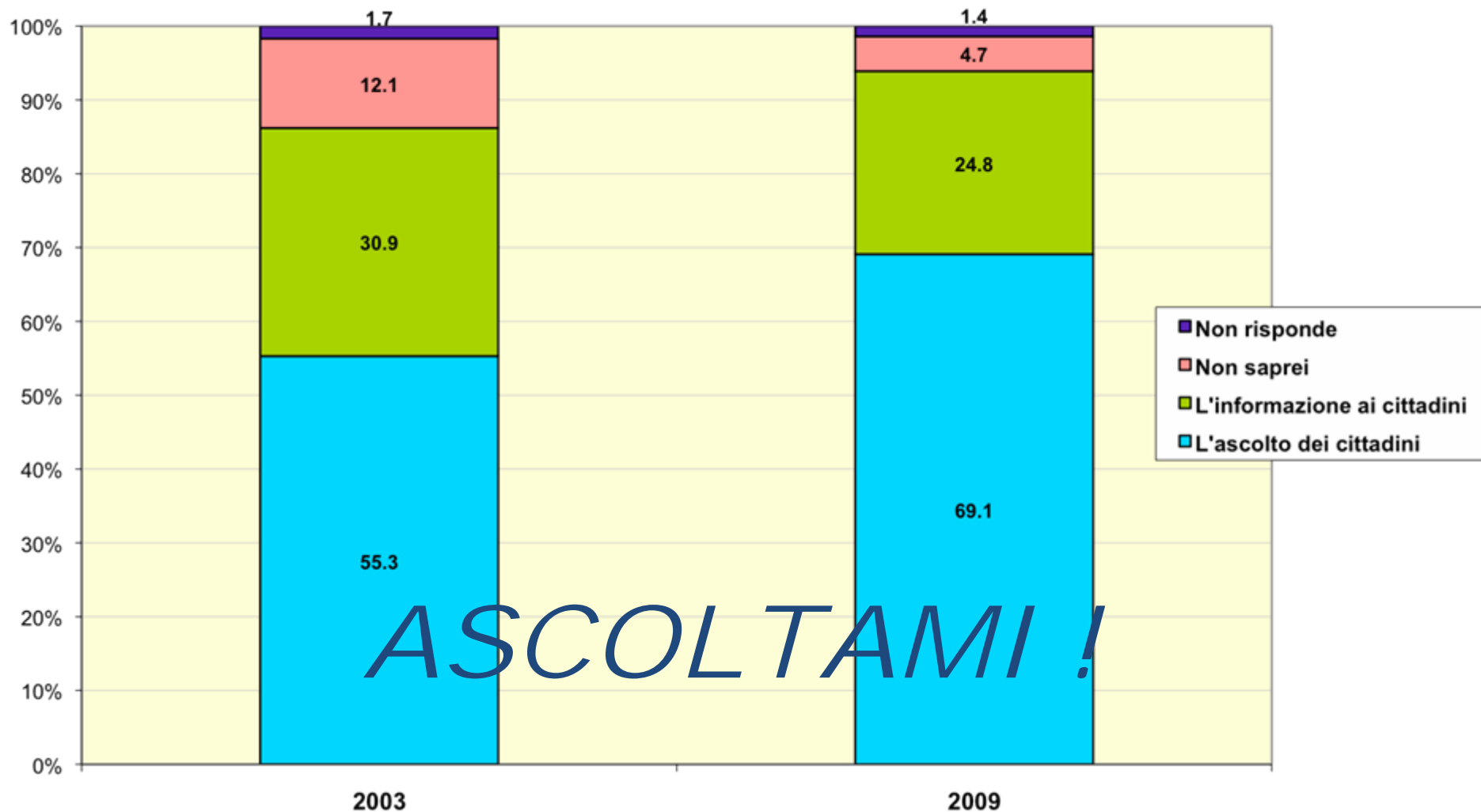
Famiglie per beni tecnologici posseduti. Anni 2009 e 2010 (per 100 famiglie)



Per quali motivi utilizzi la rete civica Mo-Net? (Multipla - 1976 risposte)



Per un Comune comunicare con i cittadini significa sia informare che ascoltare. Oggi, secondo Lei, il Comune di Modena cosa deve accentuare?



RIPENSARE L'ESSENZA DEL SERVIZIO

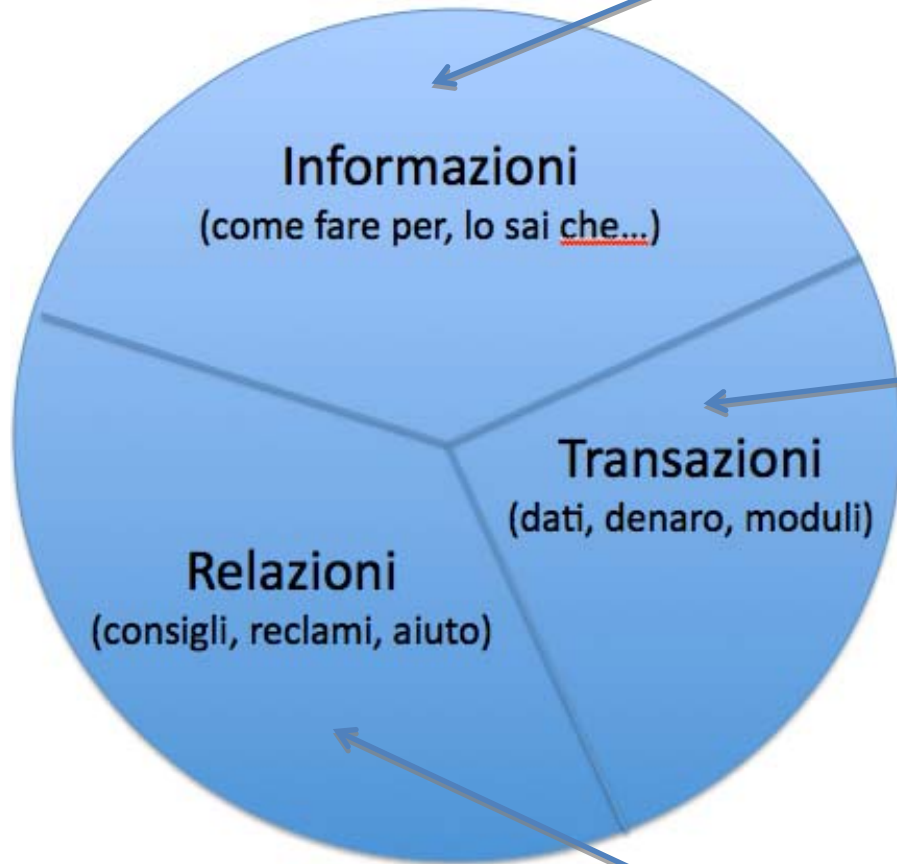


Monitoraggio continuo
dell'uso che viene fatto dei
servizi

Coinvolgimento degli utenti

Co design

IL SERVIZIO E' COMPOSTO DA:



Canali e media accessibili ai cittadini per agevolare al massimo l'accesso all'informazione e alla conoscenza

Canali e intermediari con i quali è semplice e vantaggioso chiudere la pratica, gestire lo scambio di flussi di dati, ottimizzare tempi, costi, risorse

Canali e luoghi per orientare; rispondere a bisogni complessi che attivano insiemi di procedimenti; ascoltare, creare una dimensione di scambio

LA COMPONENTE INFORMATIVA/ canali e strumenti



Canali generalisti dove c'è certezza di trovare informazioni aggiornate

Canali one to one, ovvero che raggiungono il cittadino e gli notificano delle informazioni utili
→ configurazione e contatti

Integrare le informazioni via Mobile: le informazioni devono essere **contestuali e georeferenziate**

Il ruolo dei video: **emozionare**

Il ruolo dei social media: **moltiplicatori** dell'informazione

Social Media: **intercettare** i cittadini nelle nuove piazze



LA COMPONENTE INFORMATIVA/ascolto

Che **uso** che viene fatto dei canali? C'è **soddisfazione** per come sono gestiti?

Quanti cittadini/utenti sono raggiunti da **canali one to one**?

Che tipo di **reattività** dimostrano? Sono interattivi? Commentano?

Che **tipo di commenti** emergono dai social media? E dai blog?

LA COMPONENTE TRANSATTIVA / canali



Esternalizzare le interazioni

Scegliere i canali in base a fiducia, sicurezza, economicità, **prossimità**

Nuovi **interlocutori**, intermediari, infomediari

Verso portali che **concentrano i bisogni** degli utenti (ispirarsi ai modelli del mercato, per esempio quello turistico)

LA COMPONENTE TRANSATTIVA / ascolto



C'è **soddisfazione** per i servizi esternalizzati?

C'è fiducia nei nuovi **intermediari**?

Cosa pensa il **personale** degli outsourcer?



LE RELAZIONI

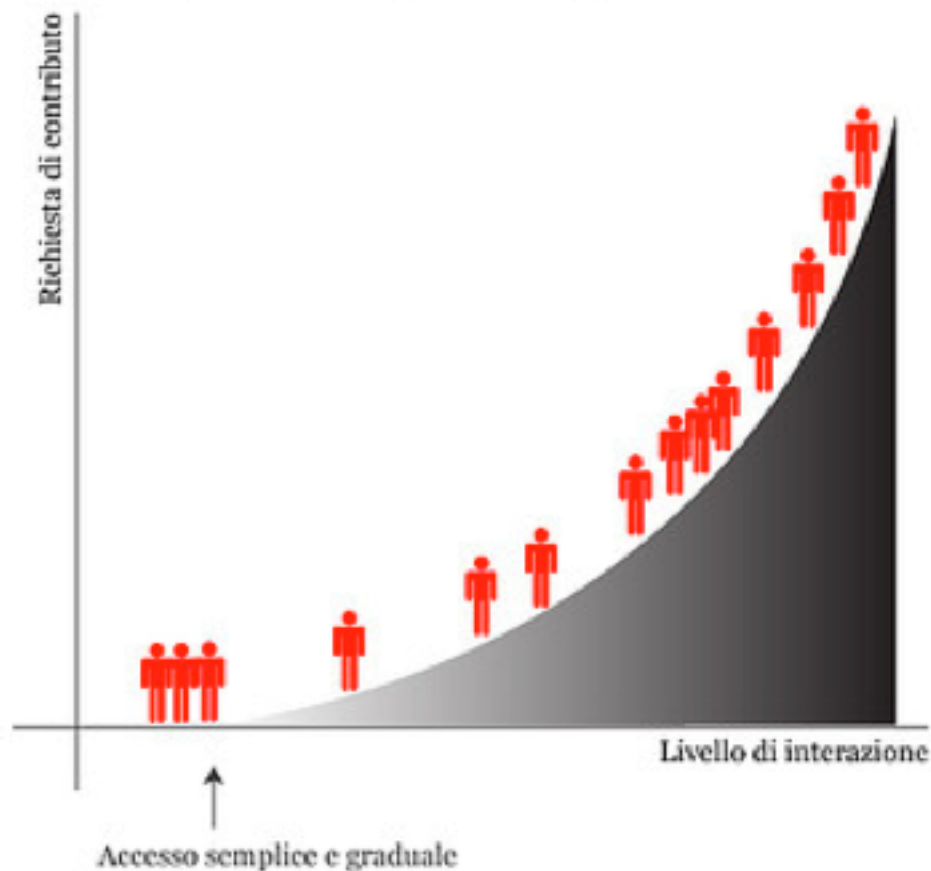
Non si possono externalizzare le relazioni

Si danno in gestione i canali, non le relazioni

I cittadini chiedono di essere ascoltati. Come? Dove?

E' possibile automatizzare l'ascolto?

Iniziativa con **coinvolgimento graduale**



© we are social / stefano maggi
Licenza Creative Commons Attribution - Noncommercial - NoDerivs. Il contenuto può essere utilizzato a fini non commerciali con l'attribuzione "by We Are Social / Stefano Maggi" e link a <http://wearesocial.it>.

LA SOLUZIONE? RAGIONARE IN TERMINI DI COMMUNITY DI UTENTI

Interessi / Affinità /
appartenenza (una città)

Canali semplici e poco
dispendiosi per abilitare
l'interazione potenziale

- Mail
- Sms
- Social media
- Web community

*2.0 = ASCOLTO



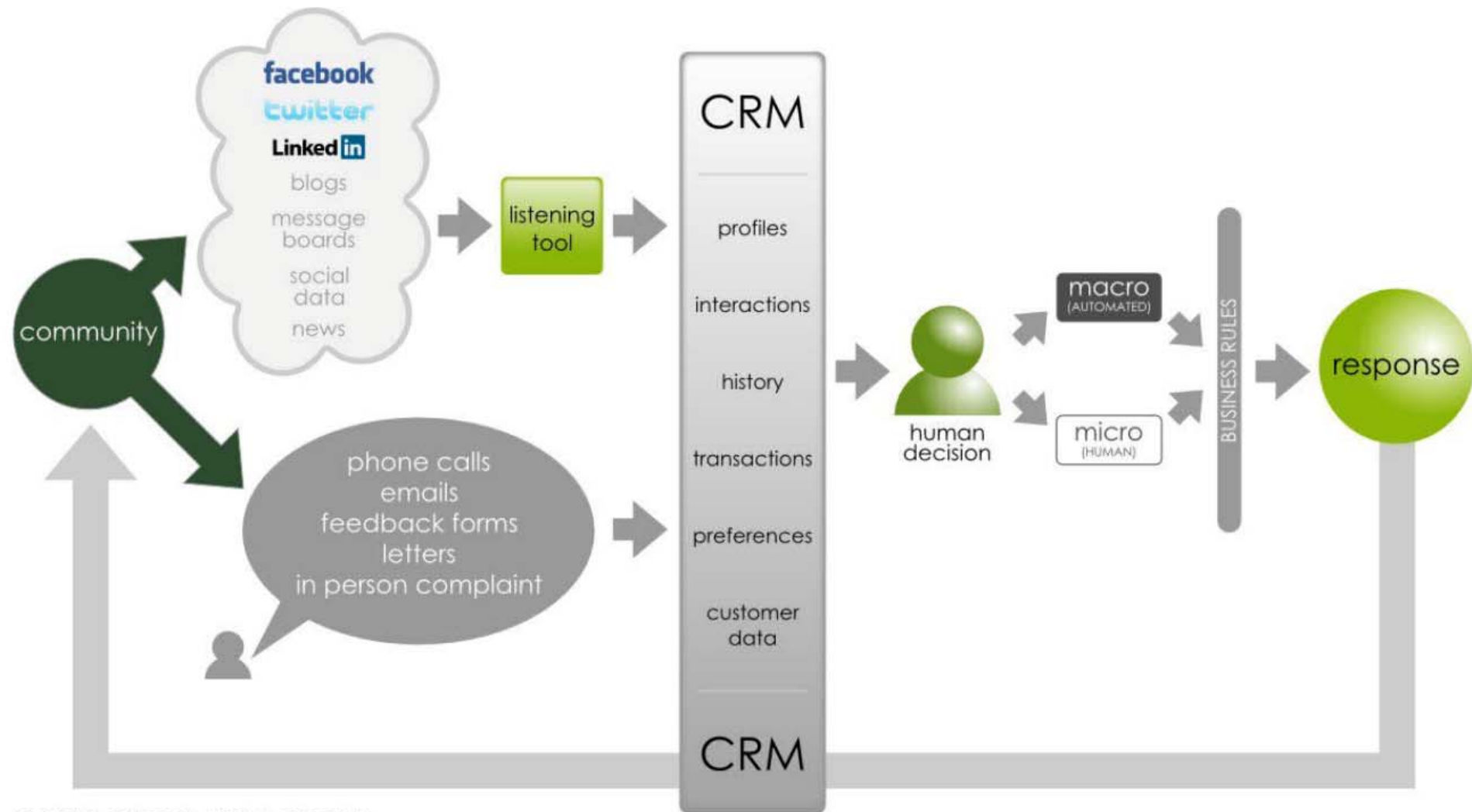
Tutto ciò che tratta di 2.0 richiede la **capacità di ascoltare e di abilitare alla partecipazione**

Dovremo valutare la PA in base all'intelligenza degli utenti che riesce a intercettare e a far fruttare

Compresa quella dei dipendenti pubblici

C'è anche un personale 2.0, come lo stiamo valorizzando?

Social CRM Process



Social Citizen Relationship Management

Servono una nuova cultura del servizio e un nuovo modello di relazione che si basi sull'anticipazione dei bisogni e sull'ascolto su molteplici piani e canali

Gli utenti dei servizi esprimeranno sempre più le loro opinioni sui loro interessi rispetto alla PA

I cittadini si stanno abituando al concetto di notifica telematica grazie ai servizi del web 2.0

Idea per una PA predittiva:

Abilitare cruscotti di monitoraggio permanente dell'uso dei servizi e della rilevazione dei social media insights

Permettere al cittadino di configurare i propri canali di contatto preferiti

Notificare tutto su canali a basso costo



SOCIAL NETWORKING

Una PA va sui social media come una nazione apre le sue ambasciate.

Una casa lontana da casa per dialogare, interagire, reperire utili informazioni, conoscer le opportunità del territorio



SOCIAL NETWORKING



IMPARARE A USARE I SOCIAL MEDIA COME UNA RISORSA DELLA PA

Informazione, promozione, interazione

Progettare l'integrazione tra i siti istituzionali e il mondo 2.0



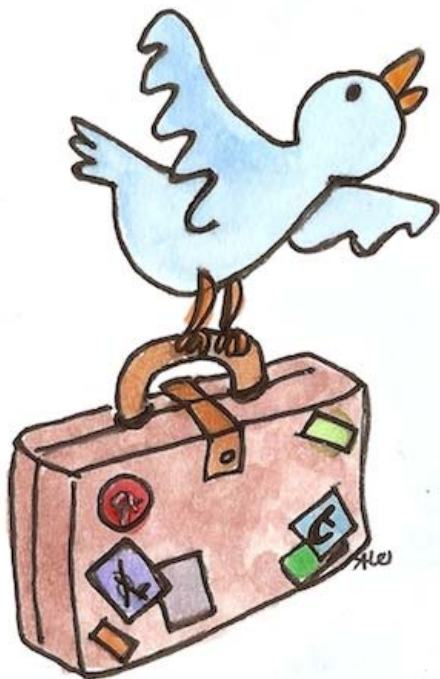
COSA POTREBBE MANCARE

La consapevolezza diffusa delle
potenzialità del web 2.0

Non è solo tecnologia, è cambiamento
totale del modo di fare le cose

**Formazione, alfabetizzazione,
sensibilizzazione del personale
pubblico ...**

e dei cittadini ...



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Claudio Forghieri

claudio@forghieri.org

Credits
Illustrazioni di Alessia Bellino