



## Profilo e catena del valore aziendali

Realizzato per AssoLowcost

Aprile 2009



Databank S.p.A. - Corso Italia, 8 - 20122 Milano - Italia  
Telefono (02) 721071 - Telefax (02) 72107333

## Business model di Centro Medico S. Agostino (1/2)



### Il Centro Medico S. Agostino

nasce per garantire:

- un'assistenza sanitaria di qualità a tariffe calmierate
- accesso facile e veloce alle cure
- Eccellente qualità del servizio anche rispetto al tempo dedicato alla visita
- centralità del rapporto tra medico e paziente, fondato sull'ascolto, sulla chiarezza delle informazioni cliniche e sulla fiducia
- servizi gratuiti di orientamento e assistenza nel percorso di cura.

Il business model del Centro Medico S. Agostino si fonda su:

- **Prezzi** contenuti, fissati sui minimi di mercato
- **Offerta di prestazioni sanitarie** che il Servizio Sanitario Nazionale offre in misura insufficiente o per le quali richiede lunghi tempi di attesa (odontoiatria, servizi psicologici, servizi paramedici, ecc.)
- **Forti risparmi** grazie al carattere etico dell'iniziativa e del suo azionista (Oltre Venture) che consente:
  - ✓ la semplice preservazione nel tempo del capitale investito (1,5 milioni di €)
  - ✓ un top management di alto livello
  - ✓ il contributo di importanti primari e quindi il coinvolgimento di professionisti di diverse strutture ospedaliere /universitarie con remunerazione equivalente al servizio pubblico
- **Efficienza operativa e Customer orientation** per garantire l'equilibrio economico e l'autonomia finanziaria dell'attività
- **Elevata qualità professionale** con l'impiego di medici professionisti supportati e supervisionati da primari ospedalieri
- Servizio sanitario integrato con una **forte componente relazionale**

Il progetto di Centro Medico è stato pianificato sulla base dei seguenti fattori di successo:

- **Prezzo:** il modello di business è stato pianificato partendo dal prezzo del servizio, la tariffa fissata a 60€ per la visita specialistica è un potente fattore di differenziazione e si colloca su livelli accessibili anche a fasce di popolazione con redditi medio – bassi (il ticket si attesta attorno ai 20 – 30€)
- **Shopping experience:** locali progettati per rendere più confortevole la permanenza e per trasmettere sicurezza e serenità, particolare attenzione è stata dedicata nella realizzazione di zone dedicate ai bambini, tra cui anche WC , lavandino su misura e fasciatoio.
- **Accessibilità:** semplicità per prendere appuntamenti, dislocazione centrale, sede prossima alla metropolitana, orari di apertura molto ampi.
- **Attenzione al Cliente/paziente:** impegno ad orientare e accompagnare la persona nell'intero percorso sanitario, trasparenza delle informazioni e comprensibilità delle spiegazioni cliniche via via fornite; sportello gratuito di informazione e orientamento; servizio di mediazione linguistica e culturale per gli stranieri.

- **Qualità:** uno staff di professionisti provenienti da realtà ospedaliere e universitarie, selezionati grazie alla collaborazione di alcuni tra i più stimati medici primari delle principali strutture milanesi, sono coinvolti nella progettazione dell'offerta medica oltre che essere responsabili della supervisione clinica; i laboratori sono dotati di moderne attrezzature mediche; il personale d'accoglienza è attento e sempre a disposizione garantendo un servizio medico ad alta intensità di relazione (ogni paziente è seguito, tendenzialmente, dallo stesso medico).
- **Target:** il bacino di riferimento è ampio e molto variegato anche sotto il profilo socioeconomico, si tratta spesso di cittadini che già usufruiscono del SSN ma che hanno bisogno di prestazioni sanitarie non previste o che non possono aspettare i tempi di erogazione dell'offerta pubblica.
- **Relazioni con opinion leader:** il coinvolgimento dei primari favorisce il passaparola e qualifica in termini professionali l'attività sanitaria

- Ha iniziato l'operatività il marzo 2009. Nel primo mese di attività, senza un particolare supporto pubblicitario ma con il passaparola e alcuni articoli di stampa, ha registrato oltre 1.000 prenotazioni di visite, 600 effettuate in marzo e 400 in aprile.
- Ad un mese dall'avvio le visite/giorno si sono attestate attorno fra 40 e 50, nell'ultimo trimestre del 2009 l'obiettivo è raggiungere 60/70 visite/giorno.
- Il fatturato di pareggio che si colloca attorno alle 100 visite/giorno auspicabilmente potrà essere raggiunto già entro la metà del 2010.
- Attualmente 10 persone lavorano a tempo pieno con presenza di un direttore sanitario e un medico coordinatore part time.
- 170 accessi al giorno nel sito nei primi due mesi di vita
- Buoni risultati di Customer Satisfaction, con la Overall a 8,8/10

# La mappa del posizionamento competitivo di Centro Medico S. Agostino

