

# Digital Wellness@Telethon

27 ottobre 2017

FONDAZIONE



# Fondazione Telethon: il sistema



Direttore Generale

STRUTTURA ORGANIZZATIVA

120 Dipendenti

Risorse Umane e  
Organizzazione

Amministrazione e  
Finanza

Raccolta Fondi

Ricerca

Sviluppo della Ricerca

«La Fondazione Telethon è un ente senza scopo di lucro. Siamo nati nel 1990 per rispondere all'appello di pazienti affetti da malattie rare. Oggi come allora, siamo organizzati per dare loro ascolto e risposte, ogni giorno dell'anno.»

ISTITUTI DI RICERCA

400 Ricercatori



Genere

(72%)



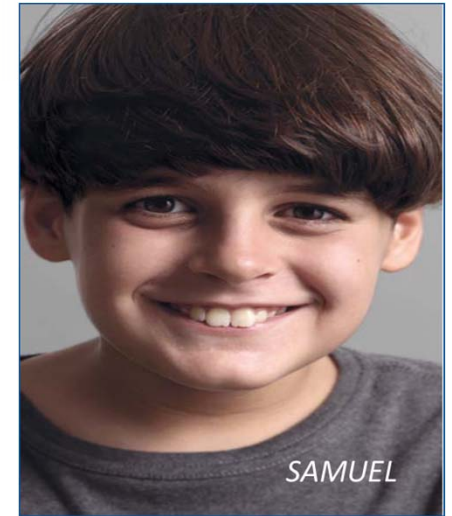
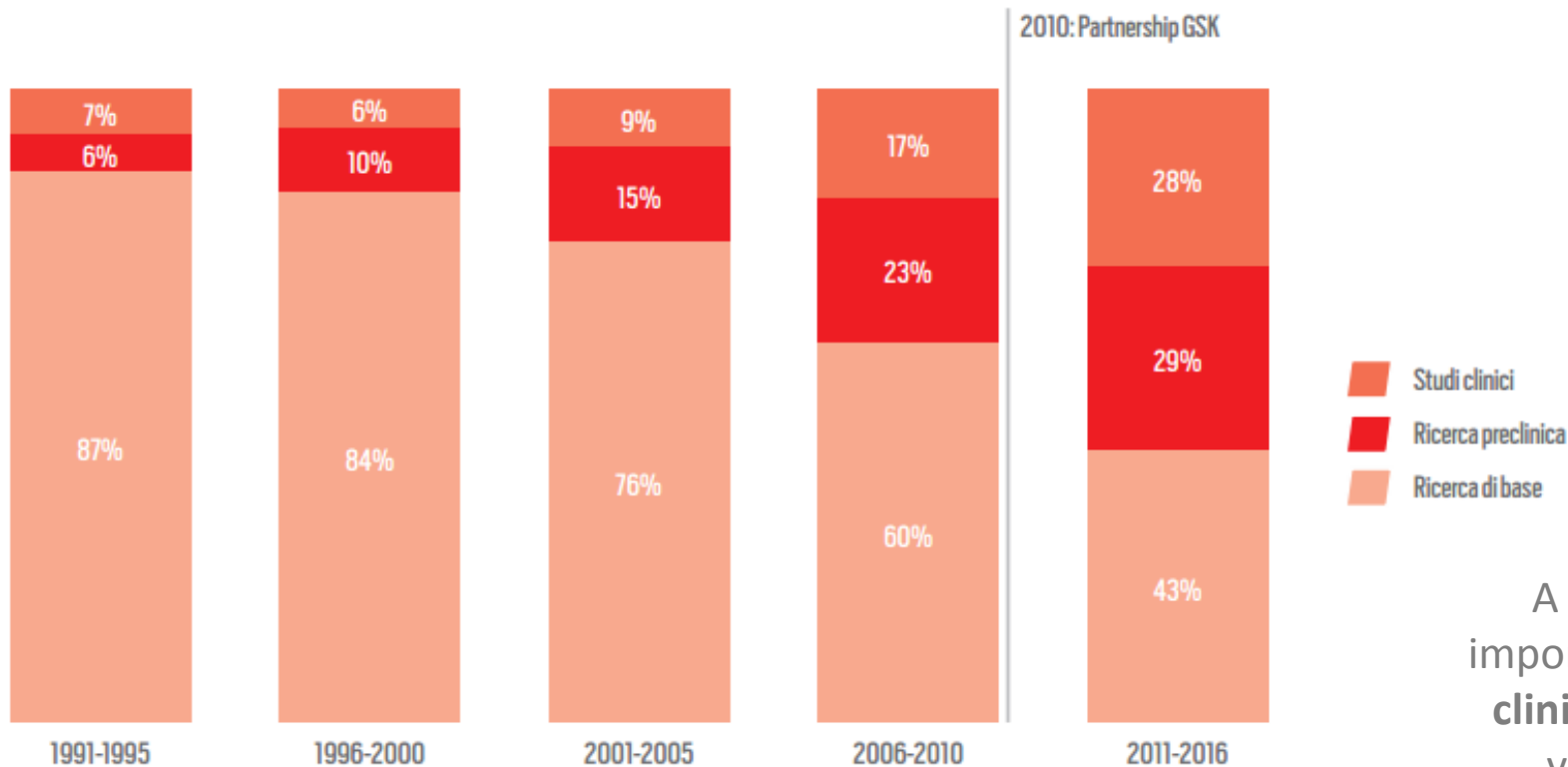
(28%)

Età Media 39,5 Anni



# Gli studi in corso sono sempre più vicini alla cura

LA DISTRIBUZIONE DEI FONDI SULLE DIVERSE FASI DELLA RICERCA DAL 1991 A OGGI...



A crescere in maniera importante è stata la **ricerca clinica** con un incremento visibile già nel 2010.



# I Social come parte integrante della strategia

## I macro temi dello story telling

I nostri tanti contenuti vengono raccontati attraverso uno storytelling che si articola in tre capitoli principali

### FUORI DAL BUIO

Lavoriamo per dare risposte a chi ancora non ha una diagnosi

[Leggi ancora](#)



**FUORI DAL BUIO** L'importanza della diagnosi è il primo passo per combattere e sconfiggere la malattia

### UNA VITA DI QUALITÀ

Un bando clinico e 4 centri Nemo in Italia per migliorare la vita dei pazienti neuromuscolari.

[Leggi ancora](#)



**QUALITÀ DELLA VITA** In attesa della cura ogni persona deve poter avere una qualità di vita il più alta possibile

### VERSO LA CURA

Con la terapia genica, Telethon sta curando molti bambini prima senza speranza.

[Leggi ancora](#)



**CURA** L'obiettivo finale della ricerca, scrivere la parola cura accanto al nome di ogni malattia genetica rara

## I macro temi dello story telling

Attraverso questi tre filoni raccontiamo:

- **Il problema**

- Le malattie genetiche rare. Cosa sono, i numeri, le cause, la trasmissione
- Le persone che le affrontano ogni giorno, le loro famiglie. La vita con la malattia

- **La risposta**

- La ricerca. I criteri di finanziamento, i risultati, i ricercatori, gli istituti, i Centri clinici
- Le modalità di donazione, le campagne, gli eventi e i programmi di mktg strumenti far avanzare la ricerca verso la cura.
- I partner aziendali, gli enti, i volontari sul territorio. In tutta Italia e tutto l'anno, donatori di denaro, di tempo ed energie, che si mettono in gioco perché credono nella missione

# Piattaforme, obiettivi e target



## Le piattaforme

In un'ottica di progressivo miglioramento della propria comunicazione, Fondazione Telethon svolge, con un approccio di **continuo work in progress**, un percorso informativo sulle 4 principali piattaforme di social networking

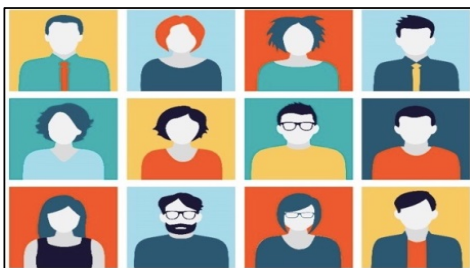
- Facebook
- Twitter
- Instagram
- LinkedIn



## Gli obiettivi

Attraverso un **racconto a 360 gradi** della propria **identità** e delle proprie **attività**, la Fondazione Telethon intende raggiungere 2 **obiettivi** principali:

- Migliorare la brand awareness
- offrire sostegno alla raccolta fondi



## I target

Rispetto alle comunicazione social, sono stati individuati 4 **macro target**:

- Gli Stakeholder: la comunità di: pazienti, familiari, ricercatori
- Donatori - E-buyers
- Persone interessate al sociale e vicine ai temi del non profit
- Persone interessate ai temi scientifici, all'innovazione, alla comunicazione

## La strategia per ciascun social

Per raggiungere gli obiettivi indicati, attraverso la strategia prescelta e gli strumenti narrativi individuati, Fondazione Telethon modula la comunicazione secondo la grammatica di ciascuna piattaforma, **con un piano editoriale specifico ma integrato**.



- **Facebook:** è il social delle emozioni, delle storie, delle community partecipative. Per questo Fondazione Telethon **articola il racconto sulla centralità della persona e dei valori** che intende trasmettere.



- **Twitter:** è il social network del live, dell'informazione in real time. La piattaforma su cui Fondazione Telethon **aggiorna sulle proprie attività di ricerca e raccolta fondi, di comunicazione** in termini puntuali e informativi.



- **Instagram:** la piattaforma delle immagini «parlanti» e del «backstage». Si racconta il «dietro le quinte», **la realtà dell'universo Telethon attraverso le persone e i luoghi «vivi» della lotta alle malattie, della ricerca e della raccolta**.

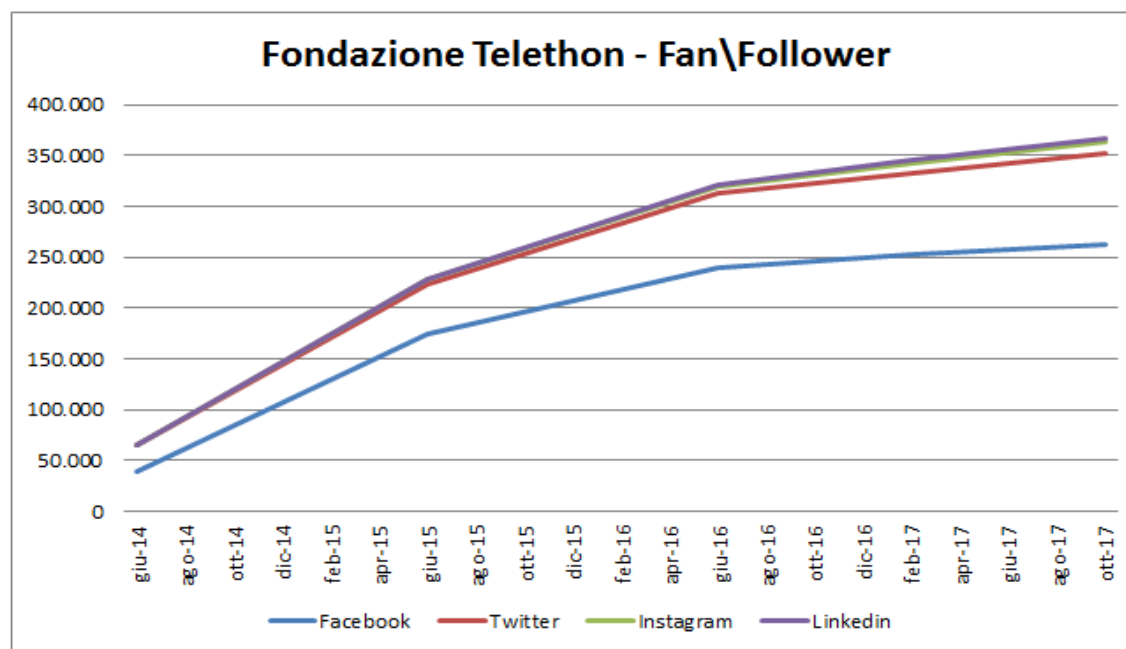


- **LinkedIn:** La rete professionale più grande al mondo. Fondazione Telethon intende ampliare e consolidare **i rapporti di collaborazione con realtà imprenditoriali e figure professionali di alto profilo**, aggiornando sui progetti e le attività a loro dedicati.



## I dati per piattaforma

Di seguito i numeri e i trend di crescita della presenza di Fondazione Telethon sulle singole piattaforme:



	giu-14	giu-15	giu-16	feb-17	ott-17
<b>Facebook</b>	38.383	175.000	240.000	252.350	262.000
<b>Twitter</b>	26.818	48.000	73.300	79.800	90.200
<b>Instagram</b>		5.000	6.500	10.300	12.000
<b>LinkedIn</b>			2.000	2.500	2.980

## Una case history di successo nel 2015!

1/2

Con **#ANDARELONTANO** abbiamo sperimentato con successo un approccio **branded content**, andando a intercettare un'occasione di comunicazione non direttamente legata al nostro mondo di riferimento.



<https://www.youtube.com/watch?v=bGSdeZVUVI8>

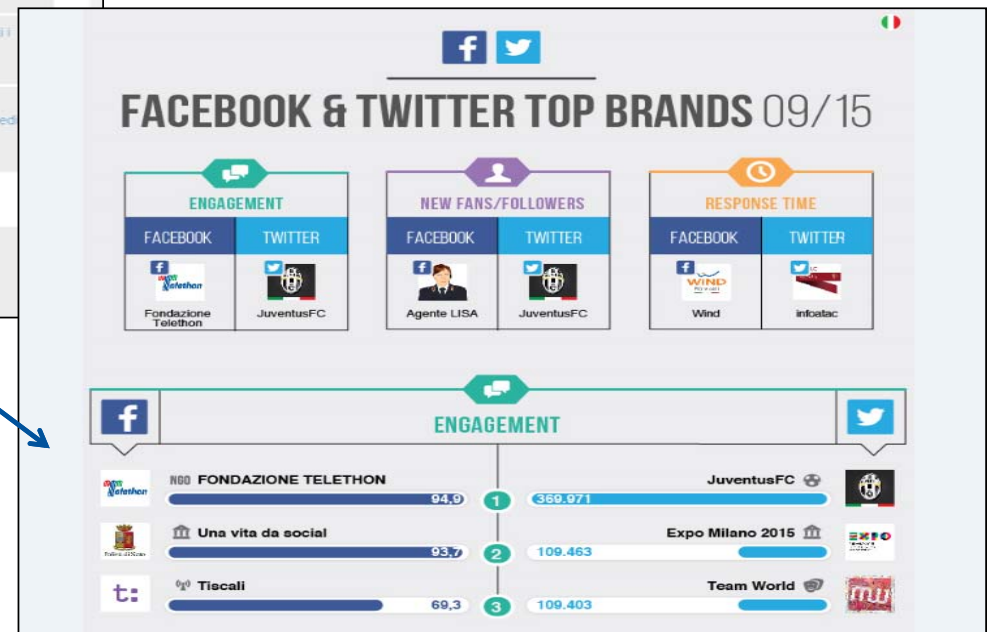
- **3,6 mln di visualizzazioni** su FB dove abbiamo raggiunto 6.5 mio di persone e ottenuto un totale di 208 k di reazioni: 130k mi piace, 16k commenti, 60k condivisioni
- **930k** su Youtube
- oltre **50 uscite** stampa e online

# Una case history di successo nel 2015!

2/2



1° per engagement nella  
Classifica Blogmeter Top Brand Sett 15



# Le nostre campagne di dicembre

1/2



La comunità Telethon è **una sola, grande famiglia**.

Al suo interno ci sono i malati, le famiglie e i ricercatori, ma anche i donatori e i volontari.

Questa campagna parla a tutti loro, preparandoli a un evento unico che li riguarda tutti.

**Una campagna multisoggetto che ha posto l'accento sulla risposta all'appello da parte dei sostenitori: donatori, volontari, aziende** e tutti coloro che in qualche modo contribuiscono alla raccolta fondi della Fondazione.

# Le nostre campagne di dicembre

2/2

## Cambio di rotta

Dal 2012 in avanti stiamo lavorando ad un riposizionamento del brand:

**DA EVENTO TV DI DICEMBRE A CHARITY CREDIBILE E AFFIDABILE CHE LAVORA TUTTO L'ANNO**

per fare questo è stato necessario passare attraverso uno sviluppo della nostra comunicazione:

2012 - 2013: **#IOESISTO**



La persona portatrice di interesse al centro del racconto

2014: **#OGNIGIORNO**



Non ci siamo solo a dicembre

2015: **#NONMIARRENDO**



Un grido testimonia la difficoltà quotidiana, ma anche la fiducia nella possibilità di farcela.

# La campagna di dicembre 2016

FONDAZIONE



**AVIS**

Seguici su

Alessandro, volontario Avis con Niccolò, affetto da emofilia B

**✓ presente**

IN PIAZZA, ANCHE PER NICCOLÒ.

FONDAZIONE **elethon**

La lotta alle malattie genetiche rare chiama tutti, anche te. Alessandro ha scelto di rispondere scendendo in piazza con Avis. E tu, come sarai #presente?

Scopri tutti i modi per donare su [telethon.it](http://telethon.it)

Seguici su

Laura, donatrice regolare con Giorgia, affetta da atrofia muscolare spinale

**✓ presente**

CON IL CUORE DI CIOCCOLATO, ANCHE PER GIORGIA

FONDAZIONE **elethon**

La lotta alle malattie genetiche rare chiama tutti, anche te. Laura ha scelto di rispondere acquistando il cuore di cioccolato Telethon in piazza. E tu, come sarai #presente?

Scopri tutti i modi per donare su [telethon.it](http://telethon.it)

Seguici su

Annamaria, donatrice con Antonio, affetta da atrofia muscolare spinale

**✓ presente**

CON IL MIO SMS DA 2 EURO, ANCHE PER ANTONIO.

FONDAZIONE **elethon**

La lotta alle malattie genetiche rare chiama tutti, anche te. Annamaria ha scelto di rispondere con un SMS solidale. E tu, come sarai #presente?

Scopri tutti i modi per donare su [telethon.it](http://telethon.it)



# Digital Wellness!



- Sviluppare **una cultura digital avanzata nell'area marketing**, funzionale alle esigenze di comunicazione e raccolta fondi della Fondazione.
- Costruire e garantire **un programma trasversale di formazione digital** a favore di tutte le persone della squadra Telethon.



# L'Identità del progetto

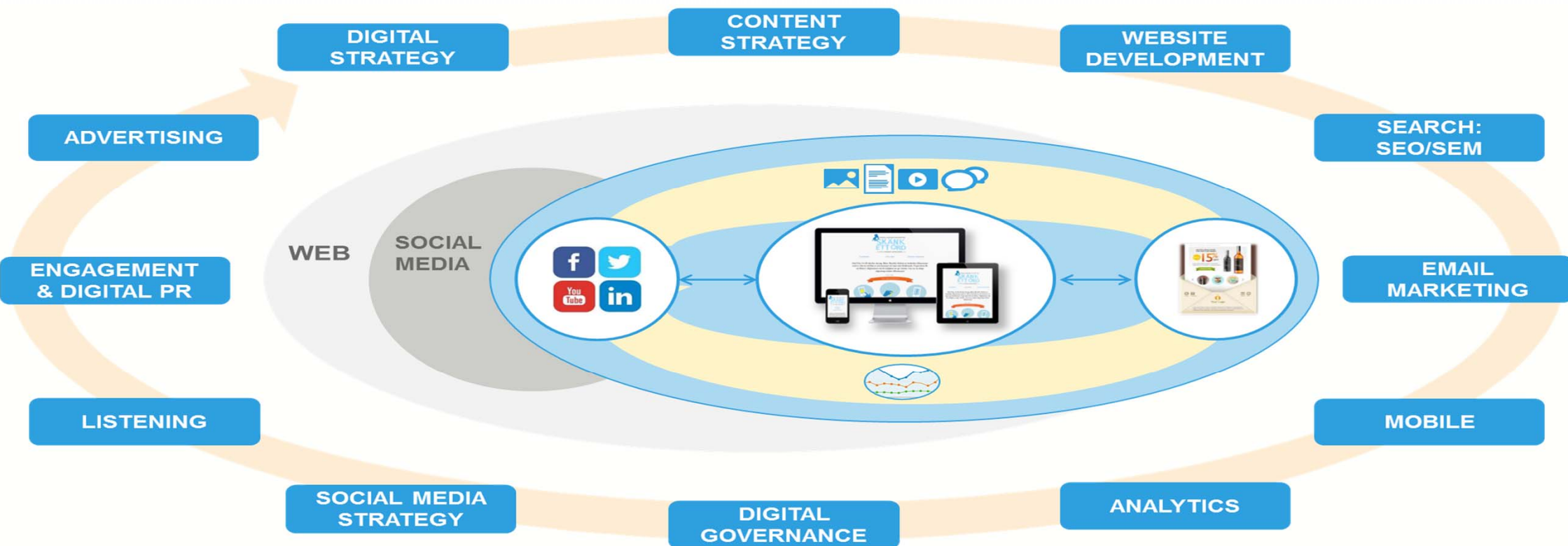
Vogliamo impostare **un percorso di education** che abbia una sua identità ed un suo visual, in modo da stimolare maggiormente la partecipazione, il riconoscimento dei vantaggi che genererà a ciascun partecipante ed il senso di appartenenza verso l'organizzazione.

“**Digital Wellness**” ci piace perchè “star bene” in chiave digitale significa lavorare meglio, e perché sia aggancia al meglio anche ai concetti di programma continuativo e di miglioramento progressivo. Il nome inoltre vuole rendere più “leggero” l'aspetto formativo, suggerendo una logica che non è top down, ma in cui il partecipante è un protagonista.

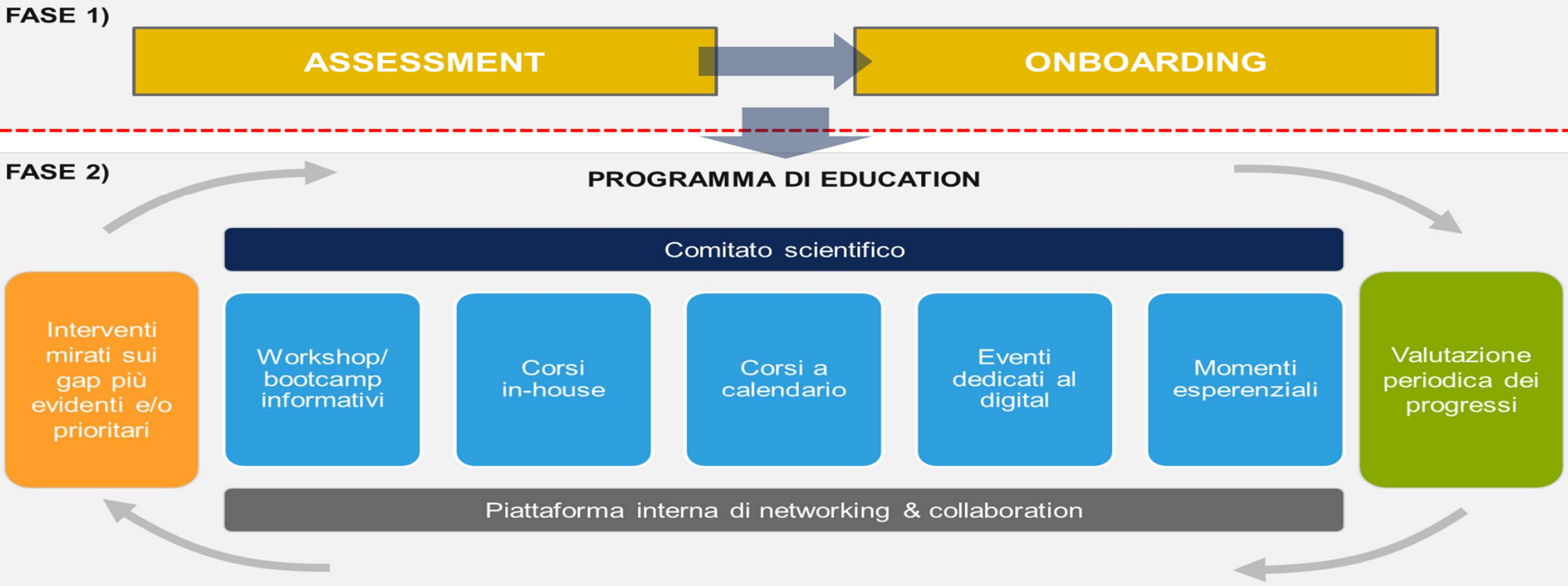
“**Digital Wellness**” si pone anche l'importante obiettivo di individuare delle figure di riferimento nell'organizzazione ("champions"), che fungano da trainer per il resto del team!



# Le Competenze su cui lavorare...



# La struttura progettuale



# Una Academy, 3 obiettivi principali



## APPRENDERE

Education, programmi, percorsi



## CONDIVIDERE

Missione, contenuti istituzionali



## INNOVARE

Digital evolution, contaminazione interna, scambio con il mondo esterno

# Telethon Academy Advisory Board

- ✓ Franco Amicucci (Fondatore Amicucci Formazione-Skilla)
- ✓ Paolo Cerino (Direttore CSR & Comunicazione Interna - Sace)
- ✓ Gabriele Gabrielli (Presidente Fondazione Lavoro per la persona - Adjunct Professor at LUISS e Professor of Practice at LUISS Business School)
- ✓ Mauro Lupi (Partner - Digital Break)
- ✓ Antonella Severino (Associate Partner - Human Value)



## 2 team, 1 obiettivo comune!

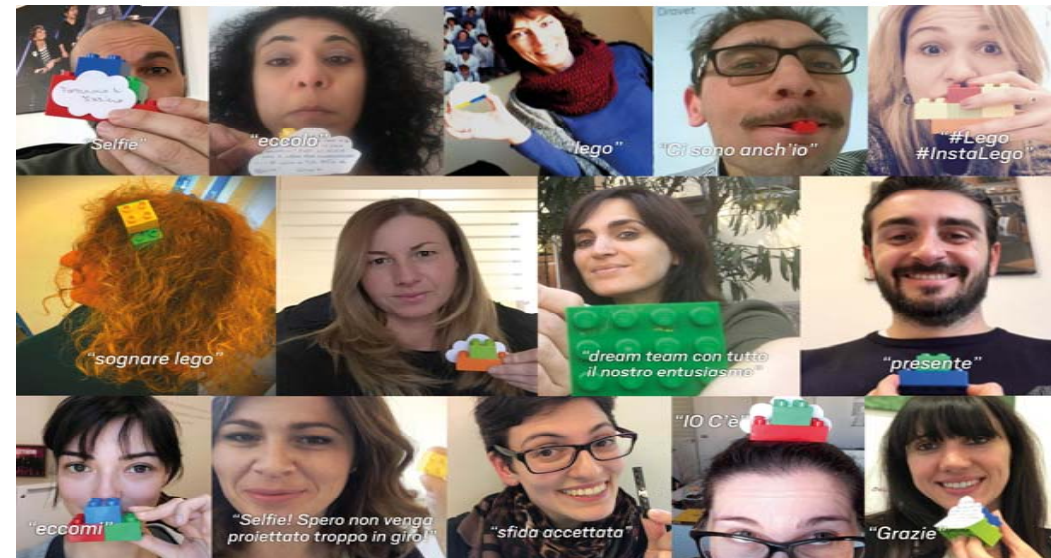
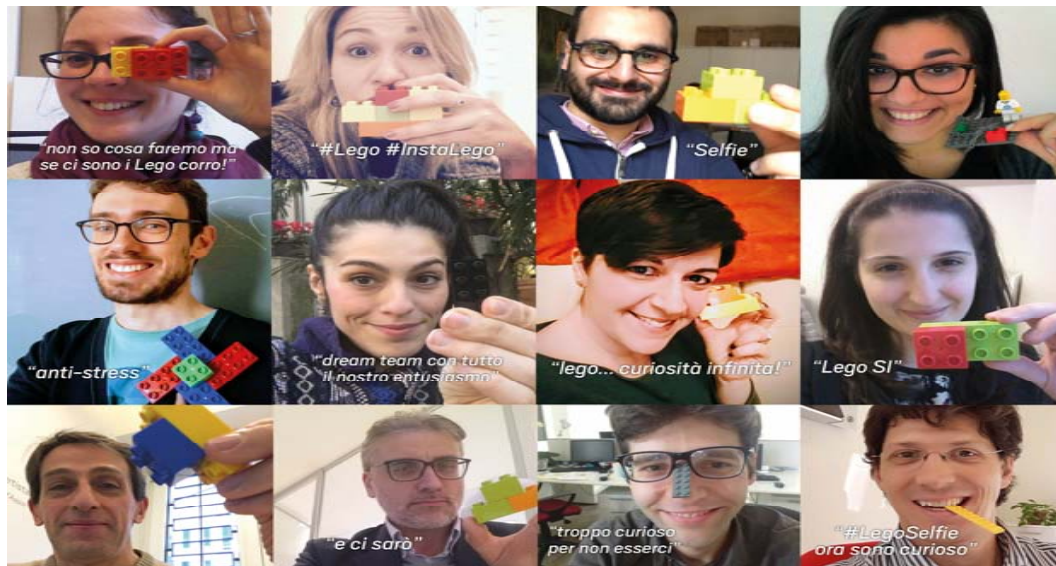
Due tavoli di lavoro continuativi sui macro temi **Formazione di Missione e Intranet & Digital Evolution**, con il compito di **elaborare scelte su strumenti da utilizzare, modalità di condivisione di contenuti, azioni di ingaggio, attività di education.**

Le due squadre sono state coinvolte nel mese di maggio in 4 giornate di formazione con il **metodo Lego SeriousPlay** che hanno permesso di:

- Consolidare i gruppi
- Individuare gli strumenti per lavorare
- Responsabilizzare ciascuno verso gli obiettivi condivisi



# Le 2 Squadre 😊 😊



# Old Intranet: Inter Nos



Oggi è Lunedì 12 Ottobre 2015 - S. Serafino

[Home](#) Entriamo nel Personale

Visualizza tutto il contenuto del sito

**Elenchi**

**Siti**

**Documenti**

- Privacy
- Area Istituzionale
- Procedure Interne
- Brand Book
- Sicurezza
- Agevolazioni Fiscali

**D.Lgs 231 del 2001 e Codice Etico**

**Service Desk - IT**

 Inoltra le tue richieste di assistenza informatica

**Servizi Generali - SG**

 Service desk dei Servizi Generali

**Rubrica**

 La rubrica di Telethon

**Stampanti**

 Installa una nuova stampante

### Comunicazioni

Titolo	Data	Descrizione
Matteo Renzi cita il video "Andare lontano"	22/09/2015	Rassegna stampa
Dallo studio sulle malattie rare un gene "scudo" contro infarto e ictus	15/07/2015	News dalla ricerca
I risultati del bando di ricerca 2015	15/07/2015	News dalla ricerca
Il cuore batte anche d'estate	02/07/2015	newsletter Telethon.it
"Trovate la scienza migliore"	23/06/2015	News dalla ricerca

1 - 5 ▶

### Il Calendario di Telethon

Titolo	Luogo	Data inizio	Data fine
Nessun elemento disponibile per questa visualizzazione dell'elenco "Calendario Interno". Per creare un nuovo elemento, fare clic su "Nuovo".			

Luogo	Data Inizio	Data Fine
Feed not available at this time		

### Rassegna Stampa

>> [Clicca qui per visualizzare la rassegna stampa di oggi](#)

### Oggi non ci sono

Nominativo	Dal	Al	Note
Nessun elemento disponibile per questa visualizzazione dell'elenco "Oggi non ci sono". Per creare un nuovo elemento, fare clic su "Nuovo elemento".			

### Newsletter

L'ultima newsletter di telethon.it

### Cerca su Google

### Consulta su...



- [Il tuo cedolino in un click](#)
- [HR WorkFlow - Presenze](#)

### Bacheca

Titolo
Lista della spesa rinvenuta nei pressi del bagno del II piano
RITROVATO ACCENDINO CELESTE BIC
CERCASI CANTINA A ROMA
Benvenuta Chiara!
pacchetto camel blue

1 - 5 ▶

### Link Utili

Link





# New Intranet: Ogni Giorno

The screenshot shows the SharePoint intranet interface for Fondazione Telethon. The browser address bar displays the URL: <https://fondazionelethon.sharepoint.com/sites/ognigiorno/P>. The top navigation bar includes "Office 365" and "SharePoint" on the left, the "Fondazione Telethon" logo in the center, and user information "Daniele Eleodori" on the right. A secondary navigation bar contains "CONDIVIDI" and "SEGUI" options.

**Office 365**

siamo lieti di annunciare il nuovo scenario organizzativo relativo "all'anima scientifica" della nostra struttura, che vedrà l'unificazione di persone & aree organizzative della Direzione Scientifica e della Direzione Sviluppo della Ricerca in un unico Team, denominato D ...

Marina Ceccacci | 23 giorni fa Mark as unread

**Evento Formativo Fondazione Trapianti Onlus**  
All  
Carissimi,

grazie per aver partecipato con grande interesse all'evento a cura della Fondazione Trapianti Onlus organizzato dal team di Formazione di Missione di Fondazione Telethon.

Per chi non ha potuto partecipare o per chi desidera rivederlo, su YouTube è disponibile il cortometraggio "E la vi ..."

1 2 >

**Il Calendario Telethon**

ottobre 2017

LUNEDÌ	MARTEDÌ	MERCOLEDÌ	GIOVEDÌ	VENERDÌ	SABATO	DOMENICA
25	26 00:00 - 00:00 TECHNOLOG	27 Evento "Imp	28	29 Convention Coordinatori Pro	30	1

**FONDAZIONE TELETHON** 264,467 likes  
PER DARE UN NOME A MALATTIE TANTO RARE QUANTO SCONOSCIUTE.  
Like Page Donate

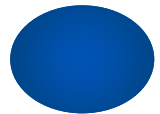
**FONDAZIONE TELETHON** 5 hours ago

«È difficile immaginare la vita senza Sebastian e grazie alla terapia genica non devo farlo. Lui è fortunato, un sopravvissuto. A nove anni dal trattamento la sua vita è più "normale" di quanto avrei potuto immaginare». Sebastian è affetto da ADA\_SCID, ma mamma Lynette può scrivere questa lettera. Leggila sul sito!

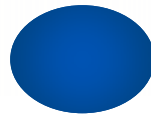
**Seguici Su**

Facebook Twitter

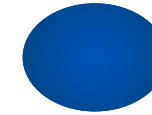
# New Intranet: Ogni Giorno



Accesso ai contenuti  
Telethon

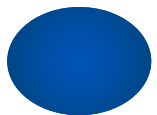


Integrazione  
Office 365



Strumenti  
di lavoro

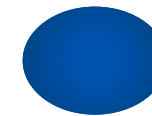
**OGNI GIORNO**  
CONDIVIDERE PER COSTRUIRE



Instant Messaging e Project  
Management



Servizi  
in cloud



Multidevice

# Office 365 : i Tools in uso!



## OneDrive

Strumento utilizzato per la condivisione di files tra gli utenti e come futura implementazione per la condivisione di files con utenti esterni all'organizzazione senza dover utilizzare le e-mail



## Yammer

Strumento Social per condividere informazioni, collaborare ed interagire con chiunque all'interno dell'organizzazione



## Sharepoint

Le divisioni interne usano i siti di Sharepoint per creare canali informativi, condividere informazioni, scambiare files con One Drive



## Skype for Business

Utilizzato per la messaggistica in tempo reale, per condividere presentazioni ed organizzare meeting con gli strumenti di videoconferenza in dotazione quali notebook, telefoni, smartphone ed apparati audio-video delle Sale riunioni



## Planner

Impiegato per la pianificazione di task e attività all'interno dei gruppi aziendali



## Power BI

Servizio di analisi business basato sul cloud utilizzato dalla divisione finanziaria per produrre una vista unificata dei dati di business più importanti, creare dashboard in tempo reale e report interattivi.



**GRAZIE**

FONDAZIONE

