

# Progetto attrattività professionisti sanitari

Stato avanzamento lavori | 17 ottobre 2022



*Azienda Provinciale  
per i Servizi Sanitari  
Provincia Autonoma di Trento*



PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

TRENTINO

TRENTINOSVILUPPO  
IMPRESA INNOVAZIONE MARKETING TERRITORIALE

PROCESS

## 1. Il contesto

Il progetto, promosso da **APSS** con il supporto di **Trentino Sviluppo**, coinvolge anche altri **stakeholders** che a vario titolo possono mettere in atto azioni coordinate volte ad attirare e accompagnare i professionisti sanitari sia all'interno di APSS sia sul contesto territoriale di destinazione, fin dal primo contatto di conoscenza con la realtà trentina.



PROCESS

## 2. Gli obiettivi

Gli obiettivi principali sono:

- Aumentare la **visibilità delle procedure** di ingresso in APSS (bandi)

- Aumentare il **numero di candidati iscritti e partecipanti** alle procedure di selezione

- **Velocizzare** la **procedura di contatto** dei candidati ritenuti idonei

- Diminuire il **numero di rinunce** all'assunzione dei candidati in graduatoria

- Migliorare le **leve di attrattività**

- Posizionare il Trentino come **territorio attrattivo e proattivo** rispetto alla ricerca di talenti anche in ambito sanitario



PROCESS

## 3. Target del Progetto Attrattività

- **medici di medicina generale** e di continuità sanitaria (“guardie mediche”)
- **medici specialisti:** pronto soccorso, radiologi, pediatri, ginecologi, anestesisti
- **infermieri**
- **tecnici di radiologia e di laboratorio**
- **ostetriche**
- **altre figure (es: ingegneri)**

PROCESS

## 4. Cosa stiamo facendo - Le 5 macrofasi

Il "Progetto attrattività" lanciato da APSS a fine 2021 prevede **cinque macro-ambiti di azione:**

1.

### Attività propedeutiche

Stiamo ascoltando i nostri professionisti per analizzare insieme punti di forza e di debolezza al fine di definire le iniziative di attrattività



2.

### Team di accoglienza

La nostra squadra multiprofessionale sta accompagnando coloro che sono interessati a conoscere le opportunità lavorative offerte da APSS



3.

### Accoglienza sul territorio

E' attiva una rete di collaborazione con le APT per facilitare l'inserimento del professionista e della sua famiglia nel nostro territorio



4.

### Sistema di reclutamento

Diamo evidenza alle nostre procedure concorsuali utilizzando modalità e canali di comunicazione innovativi e a grande diffusione



5.

### Campagna sperimentale

Stiamo partendo con la prima campagna di comunicazione finalizzata ad attirare professionisti sanitari



PROCESS

## Macrofase 1

### Attività propedeutiche

Stiamo ascoltando i nostri professionisti per analizzare insieme punti di forza e di debolezza al fine di definire le iniziative di attrattività



### 4 FOCUS GROUP

(medici giovani, infermieri, medici pensionandi, direttori di UO) sulle leve di attrattività e trattenimento di APSS e sulla qualità di vita sul territorio provinciale



### 95 INTERVISTE

AL PERSONALE USCITO/IN USCITA  
(in progress)

#### PRINCIPALI LEVE DI ATTRATTIVITÀ

- Opportunità di sviluppo professionale e scientifico
- Vision e valori del capo
- Ambiente di lavoro "innovativo" e facilitante
- Autonomia e crescita
- Clima tra colleghi

#### TEMI DI TRATTENIMENTO

- Qualità innovativa della tecnologia
- Facilitare le prassi amministrative e rimuovere ostacoli burocratici
- Aver cura di chi cura: ritmi meno impegnativi
- Dare valore alla professione e professionalità

PROCESS

## Macrofase 2

### Team di accoglienza

La nostra squadra multiprofessionale sta accompagnando coloro che sono interessati ad APSS a conoscere le opportunità lavorative



### COMPONENTI DEL TEAM

Al fine di raggiungere l'obiettivo del processo di accoglienza, fanno parte del team:

- 1 medico
- 1 sanitario
- 2 amministrativi

5 Concorsi seguiti dal team (ad oggi)

110 Professionisti contattati dal team



### MODALITÀ DI LAVORO

mail dedicata [teamaccoglienza@apss.tn.it](mailto:teamaccoglienza@apss.tn.it)

#### Allo scadere di un bando di concorso:

- meet con i direttori di Unità operativa della disciplina oggetto di concorso per definire leve di attrattività professionale di contesto
- meet con i candidati per fornire info contrattuali e professionali
- possibilità di incontri individuali per approfondimento aspetti contrattuali e professionali

## PROCESS

# Macrofase 3

## Accoglienza sul territorio

E' attiva una rete di collaborazione con le APT per facilitare l'inserimento del professionista e della sua famiglia nel nostro territorio



- è attiva una lista di referenti APT fornita a chi prende servizio in APSS.  
Su Trento e Rovereto il servizio è garantito da Trentino Sviluppo (Team Attrazione)
- obiettivo: insediamento più facile sul territorio
- **principali servizi offerti** (eterogeneità dell'offerta sul territorio):

supporto nella ricerca alloggio

supporto per percorso scolastico dei figli

supporto nella ricollocazione professionale dei familiari



PROCESS

## Macrofase 4

### Sistema di reclutamento

Diamo evidenza alle nostre procedure concorsuali utilizzando modalità e canali di comunicazione innovativi e a grande diffusione



#### STRUMENTI

comunicazione online utilizzando i social media Apss (LinkedIn, Facebook e Twitter) e la sezione «Lavora con noi» del sito Apss



#### ATTIVITÀ SVOLTE

- creazione nel sito Apss di una nuova sezione «Lavora con noi» contenente le posizioni sanitarie aperte e la descrizione delle principali iniziative di welfare aziendale e del territorio
- pubblicazione sui social media di Apss (LinkedIn, Facebook e Twitter) delle figure maggiormente ricercate
- condivisione dei messaggi social con altri enti e realtà trentine (es. PAT, Agenzia del Lavoro, UniTn)
- in fase di avvio l'utilizzo di siti dedicati all'incontro domanda/offerta di lavoro

**31** Bandi concorso lanciati sui social

**9** Post sponsorizzati

VISIBILITÀ

**3.063**

numero massimo persone raggiunte con un post Fb non sponsorizzato (17 click sul link del concorso)

**193.997**

numero massimo persone raggiunte con un post Fb sponsorizzato (2.705 click sul link del concorso)

I dati dimostrano un considerevole incremento delle adesioni ai bandi dopo la promozione sui social.

PROCESS

## Macrofase 5



### Campagna promozionale

strategie  
e strumenti  
di comunicazione



*Azienda Provinciale  
per i Servizi Sanitari*  
Provincia Autonoma di Trento



invest in  
**Trentino**



STRATEGY

## Target della campagna sperimentale

Due i **target** scelti in via prioritaria per il progetto pilota, identificati e descritti in altrettante "personas":

Con chi desideriamo entrare in relazione?



GIOVANE SPECIALIZZANDO



GIOVANE MEDICO



UPGRADE CAMPAGNA 2023

INFERMIERI

TECNICI RADIOLOGIA

MEDICI DI MED. GENERALE

ALTRI PROFESSIONISTI



### STRATEGY

# L'ascolto: conosciamo i nostri "personas"

Trentino for Talent | HEALTH
Campagna di comunicazione e promozione

STRATEGY

## Personas n°1



**GIOVANE SPECIALIZZANDO**

**Anna**  
Medico specializzando  
28 anni  
Brescia  
celibe

**Media**  
Netflix, Prime Video  
Internazionale (on-line)  
Pubmed, MedLine, Scopus,  
Gazzetta ufficiale concorsi  
FB, Twitter  
Whatsapp

**Community**  
Luoghi di discussione online:  
società scientifiche, gruppi social  
dedicati alla disciplina anche  
con declinazione regionale  
(es. ASSMED, Associazione  
Medici Trentini)  
Casi clinici: su nejm.org  
Chat gruppo specializzanti  
su Whatsapp

**Vacanza**  
Località:  
mare e montagna  
**Durata:**  
2 settimane di vacanza  
in Italia e all'estero

**Sport**  
Corsa  
Yoga  
Sci

**Hobby**  
Aperitivi, cene con amici  
Viaggi  
Lettura  
Musica, Cinema

**Canali d'acquisto**  
Amazon  
Just Eat  
Deliveroo  
Ikea

**Goals**

- Terminare la scuola di specializzazione
- Acquisire formazione e competenze elevate
- Scegliere carriera: pratica vs università

**Problems**

- Gestione clinica del paziente in affiancamento a un collega esperto
- Elevata competizione per posti di eccellenza
- Lavorare in un centro importante, per crescere

Trentino for Talent | HEALTH
Campagna di comunicazione e promozione

STRATEGY

## Personas n°2



**GIOVANE DIRIGENTE MEDICO**

**Valeria**  
Medico specialista  
34 anni  
Padova  
Coniugata con figli

**Media**  
Netflix, Prime Video  
(Rds, RTL 102.5, Radio2)  
Internazionale (on-line)  
Pubmed, MedLine, Scopus,  
Gazzetta ufficiale concorsi  
FB, Twitter  
Whatsapp

**Community**  
Ordine medici  
Società scientifiche per ogni  
specializzazione (universitarie  
e/o ospedaliere): newsletter + eventi  
(convegni), molte hanno  
componente "giovani"  
Luoghi di discussione online:  
società scientifiche, gruppi social  
Casi clinici: su nejm.org

**Vacanza**  
Località:  
mare e montagna  
**Durata:**  
10 giorni di vacanza  
in Italia e all'estero

**Sport**  
Corsa  
Yoga  
Sci

**Hobby**  
Aperitivi, cene con amici  
Viaggi  
Lettura  
Musica, Cinema

**Canali d'acquisto & Brand**  
Amazon Ikea  
Just Eat Esselunga  
Deliveroo Naturasi

**Goals**

- Avere finalmente la "tua" casa
- Costruire il proprio futuro professionale
- Iniziare a lavorare in libera professione
- Work life balance e congedo parentale
- Avanzamento di carriera meritocratico e maternità

**Problems**

- Carico di lavoro eccessivo (turnistica)
- Responsabilità professionali (coperture assicurazioni + assistenza legale)
- Servizi prima infanzia 0-6 di alto livello
- Servizi logistici gestione domestica: lavanderia, stireria, aiuto pulizie



### TOPICS

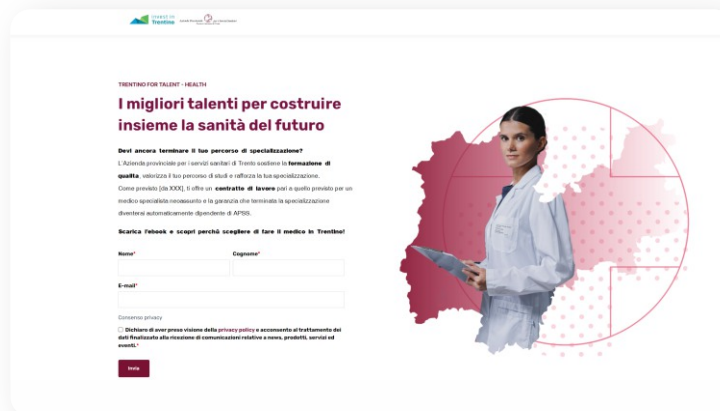
- \_\_\_\_\_
- Vantaggi economici
- \_\_\_\_\_
- Formazione
- \_\_\_\_\_
- Esperienza sul campo
- \_\_\_\_\_
- Progressione di carriera
- \_\_\_\_\_
- Qualità della vita
- \_\_\_\_\_
- Welfare familiare
- \_\_\_\_\_
- Accoglienza sul territorio
- \_\_\_\_\_



## STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

# Costruire la prima relazione informativa

- Congressi, convegni, formazione (segnalibri, brochure, biglietti da visita)
- Occasioni personali di incontro con Direttori (biglietti da visita, ..)
- Riviste specializzate
- Social
- Google



- E-BOOK di presentazione di APSS e delle opportunità professionali
- interviste testimonial
- testi informativi di approfondimento (blog, FAQ)
- contatto team accoglienza (webinar e appuntamento individuale)



## STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

# Dalle prime informazioni all'iscrizione ad un concorso

- Congressi, convegni, formazione (segnalibri, brochure, biglietti da visita)

- Occasioni personali di incontro con Direttori (biglietti da visita, ..)

- Riviste specializzate

- Social

- Google

E-BOOK di presentazione di APSS e delle opportunità professionali

interviste testimonial

testi informativi di approfondimento (blog, FAQ)

contatto team accoglienza (webinar e appuntamento individuale)



[www.investintrentino.it/APSS](http://www.investintrentino.it/APSS)



## 1. C'è un concorso attivo?



- TS avvisa via mail della possibilità di iscriversi (anche per discipline affini)



## 2. Oggi gg/mm/aa esce il concorso per una disciplina target



- Lascia i riferimenti alla Stanza del cittadino, APSS ti ricontatterà



## 3. Non c'è un concorso attivo e nemmeno in previsione?

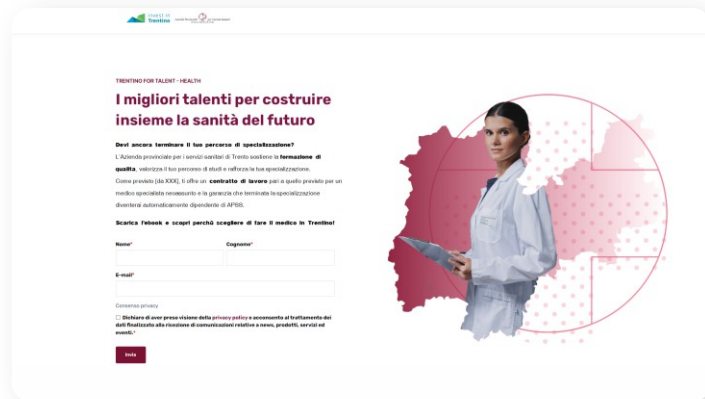




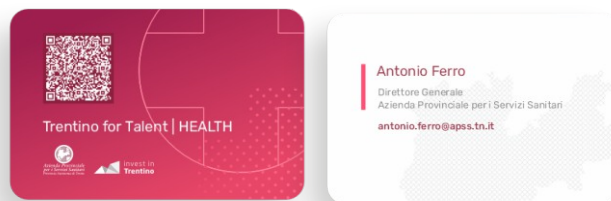
## STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

# Brand Identity e contenuti di valore

Landing page



Biglietti da visita



Post social



Signalibro



Shooting fotografico



Whitepaper



Banner web





STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

## Interviste testimonial

Nulla è più efficace del passaparola, della testimonianza diretta.  
Abbiamo incontrato, intervistato e ripreso in video sei testimonial:





Grazie



*Azienda Provinciale  
per i Servizi Sanitari*  
Provincia Autonoma di Trento



invest in  
**Trentino**



PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

**TRENTINO**

**TRENTINOSVILUPPO**  
IMPRESA INNOVAZIONE MARKETING TERRITORIALE