

Milano, li 27 ottobre 2022

Digital Mindset for Digital Health

**Digital Health and Digital
Transformation: nuove professionalità
per il settore.**



LIFESCIENCE



Gi Group

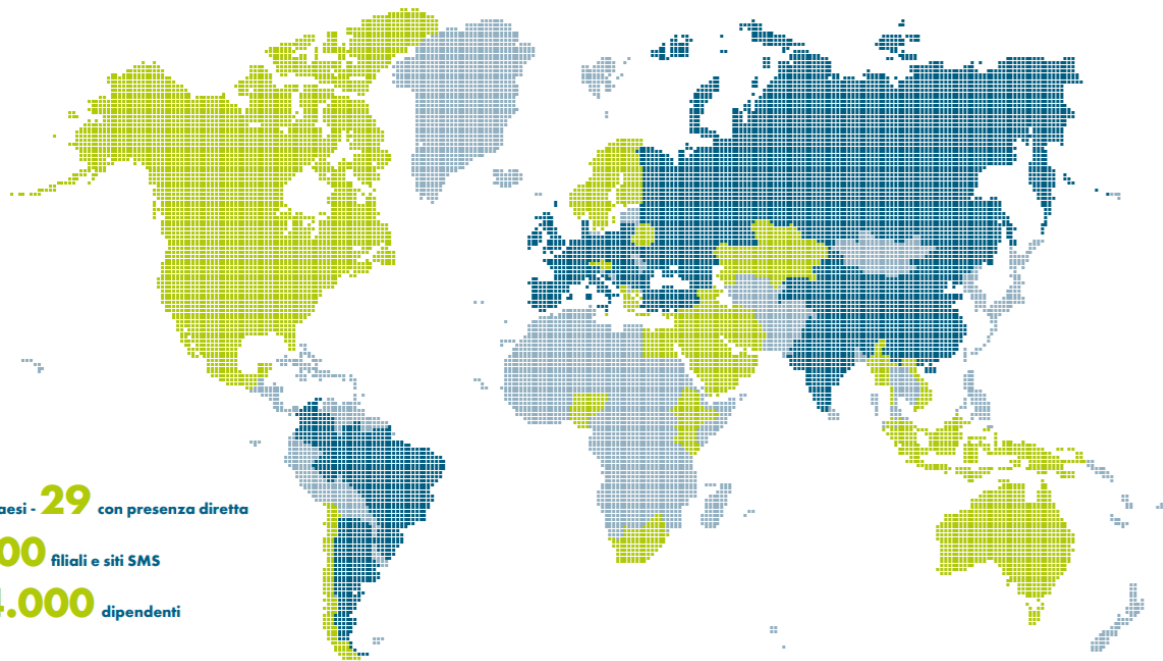
Chi siamo e la nostra mission

Gi Group è la prima multinazionale italiana del lavoro nonché una delle principali realtà a livello mondiale nei servizi dedicati allo sviluppo del mercato del lavoro.

La nostra Mission.

Attraverso i nostri servizi vogliamo contribuire, da protagonisti e a livello globale, all'evoluzione del mercato del lavoro e all'educazione al valore personale e sociale del lavoro.

- **57** paesi - **29** con presenza diretta
- oltre **500** filiali e siti SMS
- più di **4.000** dipendenti



Gi Group

3rd
Italy



5th
Europe wide



16th
Worldwide



20+

anni di
esperienza
nel mercato
italiano

1,7 M

Il numero di
candidati
nel nostro
database in
Italia

Numerose
partnership con le
principali
organizzazioni,
istituzioni, centri
per l'impiego,
università e
scuole.

Global Corporate Member



WORLD
EMPLOYMENT
CONFEDERATION

nel 2021
+3,2 miliardi di fatturato nel mondo
1,7 miliardi di fatturato in Italia



Gi Group: I nostri valori



Attenzione



Passione



Apprendimento continuo
e innovazione



Collaborazione



Sostenibilità



Responsabilità

Con il nostro lavoro cerchiamo di partecipare alla fatica che tutti gli uomini e tutti i popoli fanno per costruire un inizio di felicità.



Gi Group: I nostri servizi



Temporary, permanent
e professional staffing



Ricerca & Selezione



Executive Search



Outsourcing



Formazione



Supporto
alla ricollocazione



Consulenza HR



I nostri Brand



Percorsi di formazione e sviluppo del personale, formazione finanziata



Executive Search



Consulenza HR



Ricerca e Selezione



Professional Staffing



Temporary e Permanent Staffing



Amministrazione HR



Servizi di Engineering e Outsourcing ICT



Operations & Supply Chain



Outplacement



Sales & Field Marketing



Milano, li 27 ottobre 2022

La Star Matrix

Digital Health and Digital Transformation: nuove professionalità per il settore.



LIFESCIENCE



Ringraziamento a chi ha reso possibile lo studio

Partner progetto



Altre Associazioni intervistate per analisi del contesto

Assolombarda



Egualia

INDUSTRIE FARMACI ACCESSIBILI

Farmindustria

Aziende intervistate



Pharma (6)

- AstraZeneca
- Chiesi Farmaceutici
- Doppel
- Sanofi
- ...



Biotech (5)

- AGC Biologics
- IRBM Science Park
- Takeda
- ...



Medical Devices (5)

- Bracco Imaging
- DIESSE Diagnostica Senese
- Philips Healthcare
- ...



LIFESCIENCE



Processo



1. ANALISI CONTESTO LIFE SCIENCE

- Caratteristiche del Life Science (*articoli, webinar, libri...*)
- Intervista con i rappresentanti delle Associazioni di categoria



2. INTERVISTE CON AZIENDE DI RIFERIMENTO

- Selezione di 16 realtà di riferimento nel Life Science:
 - 6 aziende Pharma
 - 5 aziende Biotech
 - 5 aziende Medical Devices
- Interviste one-to-one con Direttore HR o Direttore Operativo



3. COSTRUZIONE STAR MATRIX

- Normalizzazione delle informazioni raccolte
- Creazione proposta di Star Matrix



4. VALIDAZIONE E CONDIVISIONE STAR MATRIX

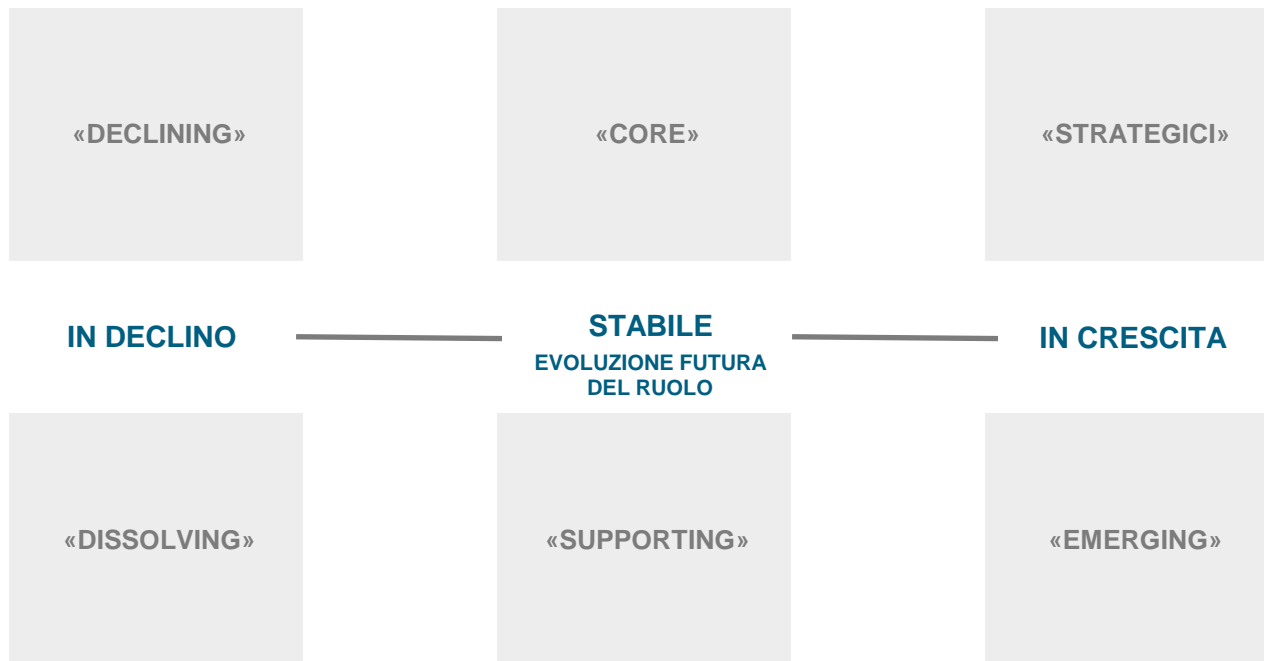
- Focus Group con aziende per validazione Star Matrix
- Validazione finale con Attori Istituzionali
- Presentazione risultati

Gi Group Star Matrix (2/3)

CONTRIBUTO STRAORDINARIO

	S	O
Autonomia Decisionale	X	
Complessità Attività	X	
Competenze Specializzate	X	
Gestione Risorse	X	
Rid Costi Aum Ricavi	X	
Impatto Innovazione	X	

IMPORTANZA DEL RUOLO OGGI



CONTRIBUTO ORDINARIO

Fonte: Odm Consulting

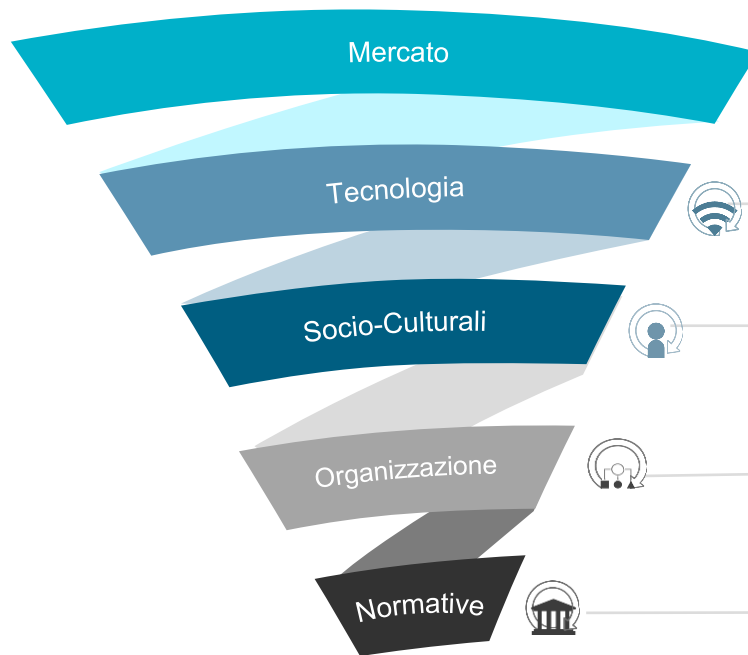
Life Science

Tendenze evolutive
emerse dalle interviste



Tendenze evolutive del Life Science

Attraverso lo studio di contesto, le interviste con gli attori istituzionali e le aziende sono emersi numerosi elementi di contesto in grado di incidere sulla struttura organizzativa, i ruoli e le competenze del Life Science. Tali elementi possono essere ricondotti a 5 macro-tendenze evolutive che riportiamo in ordine di impatto:



€ → Patient centricity; Medicina 5P; Patient Support e Advocacy; Attenzione malattie rare; Servitization; Scadenza brevetti; Open innovation/ Partnership start-up; Più vendita e distribuzione; Aumenta la competitività; Polarizzazione; M&A; Decentramento.

Wi-Fi → Sviluppo nuovi farmaci e terapie; Sofisticazione diagnostica; Data analytics; Telemedicina; Proattività paziente (self-monitoring); Efficienza tempi e costi; Automazione processi produttivi; Mindset e competenze digitali.

Persona → Allungamento vita media e cronicità; Approccio benessere, salute e lavoro (diversity); Planetary health; Globalizzazione; Digitalizzazione pazienti (più informati, consapevoli, proattivi); Gap formativi università-lavoro; Giovani attratti da team work, smartworking, sostenibilità.

Gruppo → Centralizzazione; Outsourcing; Large-scale projects; Partnerships e Open innovation; Contoterzisti per sviluppo e produzione; Innovazione facilities produttive e protocolli; Lean management; Digitalizzazione lavoro; Skills

Edificio → Alta regolamentazione; Compliance normativa; Legislazione by reaction; Normativa stringente per prodotti, dati bioech e medical devices; Tempi approvazione lunghi; Procedure obsolete; Normativa digitalizzazione arretrata.

01 Centralità Paziente, Medicina 5P, Maggiore attenzione a malattie rare, Integrazione Ph., Biot., Med. Dev. elementi chiave nella ridefinizione arena competitiva.

01 Tecnologia supporta le altre evoluzioni ed è il driver attraverso cui distinguersi.

02 Caratteristiche popolazione e diverso approccio alla cura della salute trasformano i need e le attese: «digital and personalized health».

03 Risposta delle imprese a evoluzioni di Mercato e Socio-Culturali alimentata da diverso grado di tecnologia.

04 Le normative sono fattori a cui le aziende reagiscono.

Risultati



Generale



Funzione

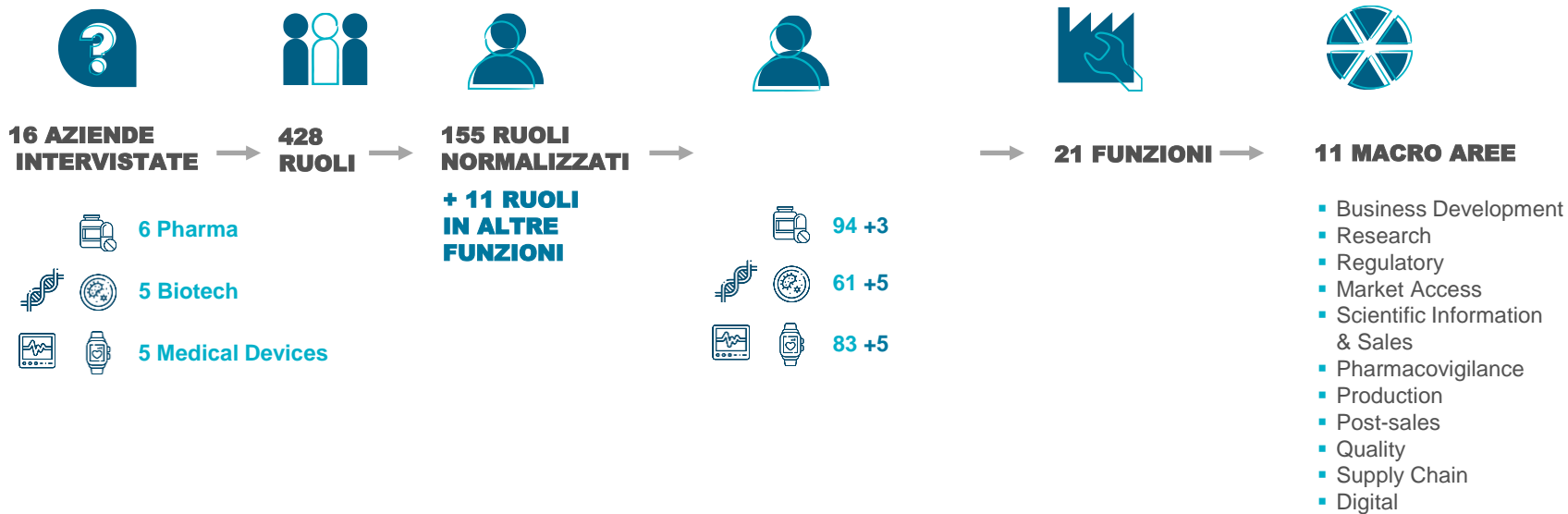


**Ruoli per funzione
e macro-area**



**Risultati
Finali**

Ruoli mappati



Perimetro di analisi



155 (+11)

BUSINESS
DEVELOPMENT



QUALITY

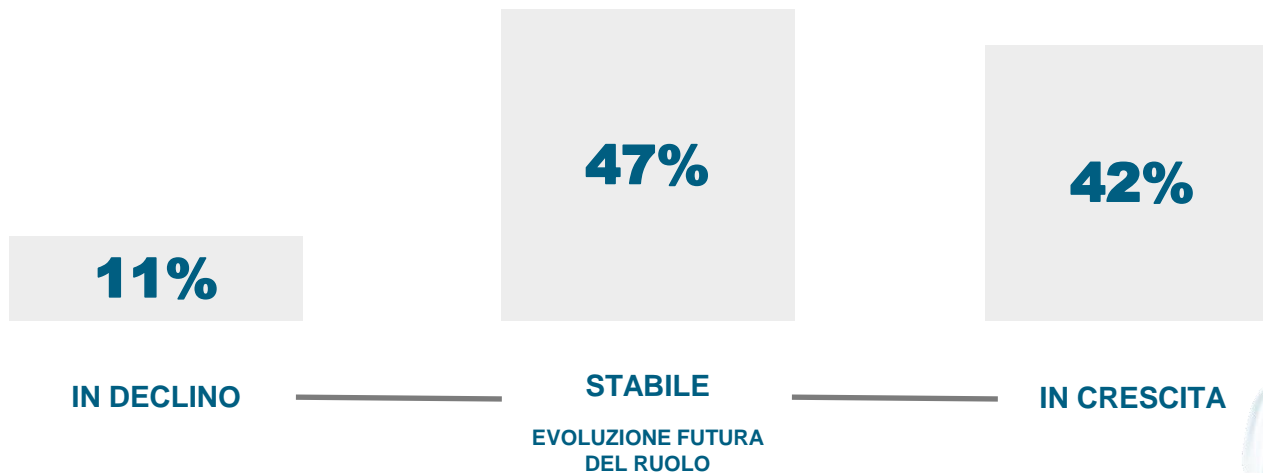
SUPPLY CHAIN (PLANNING, PROCUREMENT and LOGISTICS)

DIGITAL

Star Matrix - Evoluzione prevista dei ruoli (1/2)



155 (+11)



Star Matrix - Evoluzione prevista dei ruoli (2/2)

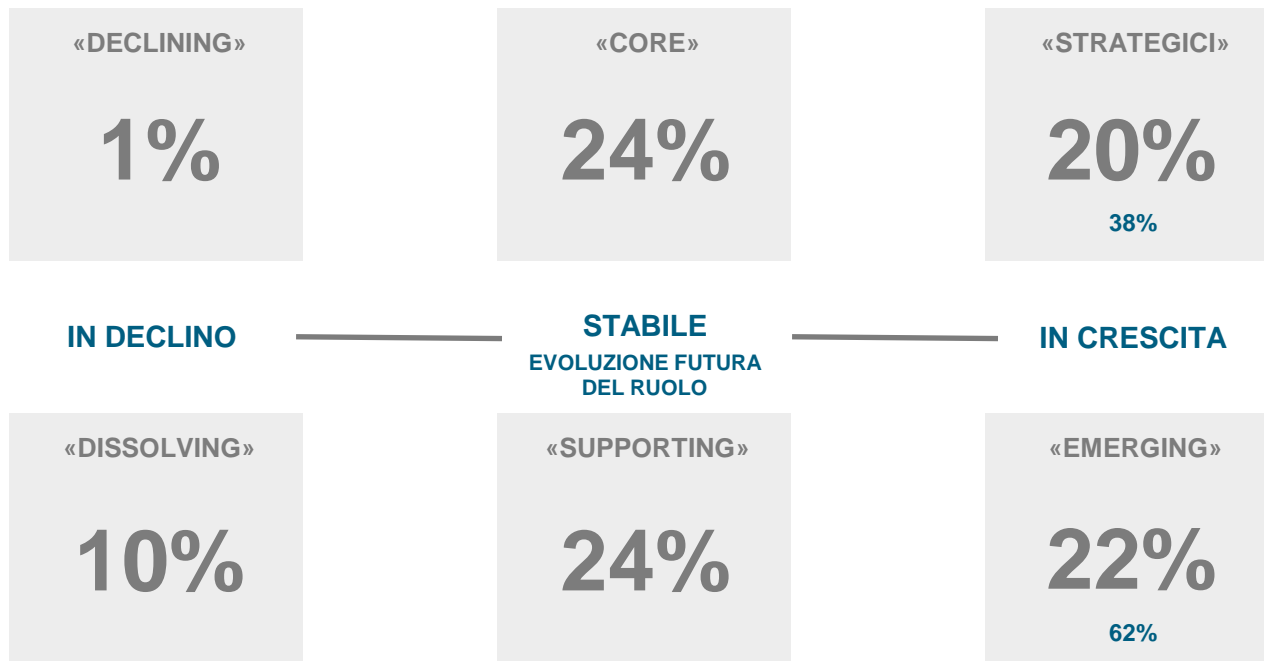


155 (+11)

CONTRIBUTO STRAORDINARIO

IMPORTANZA DEL RUOLO OGGI

CONTRIBUTO ORDINARIO



Sui 155 ruoli base (senza comprendere quelli **ALTRE FUNZIONI** che sono tutti in crescita – indicato in *Blu* come si distinguono questi ruoli fra Strategici ed Emerging).

Risultati



Generale



Funzione



Ruoli per funzione
e macro-area

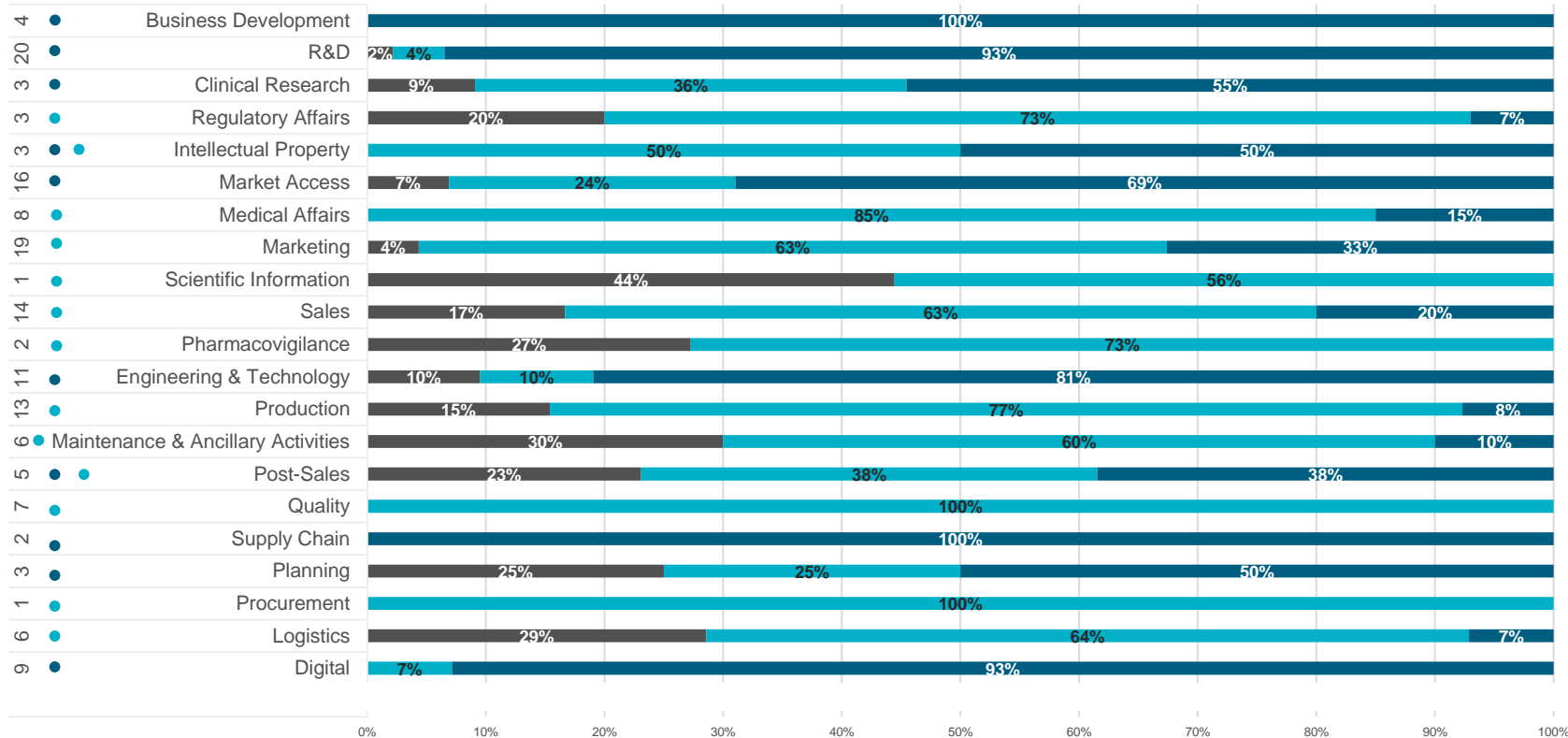


Risultati
Finali

Evoluzione prevista dei ruoli per Funzione



155 (+11)



■ In declino ■ Stabile ■ In crescita

E-COMMERCE AND DIGITAL MEDIA MANAGER

Ambito Consumer Health



1. SCOPO DELLA MANSIONE

- Responsabile della gestione e sviluppo di un Sistema Digitale a supporto della BU Consumer
- Affiancare le altre BU e l'Azienda nella transizione digitale, in termini di mindset e strumenti



2. ATTIVITA' PRINCIPALI

- Startappare i canali di vendita on-line (Amazon, ecc...)
- Gestire il traffico on-line in relazione a volumi di vendita e di acquisto, eventuali community e report correlati
- Interazione diretta con clienti e prospect per implementare la strategia di vendita on-line, in alternativa a quella tradizionale



3. SVILUPPO DIGITAL MINDSET AZIENDALE

- Collaborazione stretta con BI per ottimizzare le campagne marketing on-line
- Forte incremento dell'approccio ai Digital media per velocizzare il go to market dei prodotti
- Essere il punto di riferimento delle agenzie esterne di comunicazione e social (e-commerce, influencers, ecc..)
- Monitoraggio del look and feel del sito internet e delle pagine social dell'azienda



DIGITAL AND DATA ANALYST MANAGER

Ambito Etico - Marketing



1. SCOPO DELLA MANSIONE

- Sviluppare strategie di comunicazione digitale con gli Stakeholder
- Affiancare l'area medical e la rete esterna nello sviluppo dell'approccio digitale all'analisi dei dati.



2. ATTIVITA' PRINCIPALI

- Analisi dei dati per integrare al meglio attività di is sul territorio con gli strumenti digitali
- Affiancare PM e MA nel perfezionamento della comunicazione digitale (e-visual, mailing, e-gadget, ecc..)
- Affiancare PM e MA nel perfezionamento della modalità di sponsorizzazione degli eventi e congressi (virtual stand, ecc..)
- Affiancare PM e MA nello sviluppo dei servizi digital per le Farmacie



3. SVILUPPO DIGITAL MINDSET AZIENDALE

- Sviluppo della comunicazione digital dell'azienda.
- Collaborare con le funzioni interne per valutare nuove opportunità e implementare le relative strategie



Insight



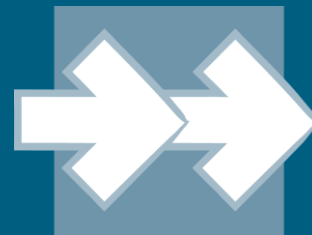
Generale



Funzione



Ruoli per funzione
e macro-area



Insight

Insight Life Science

6. COMPETENZE E FORMAZIONE

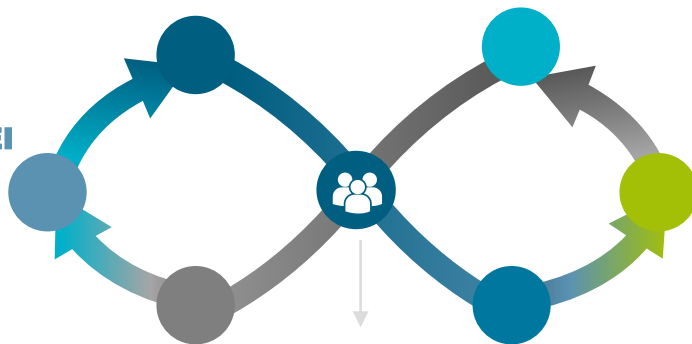
- Fondamentale up-skilling, re-skilling di competenze sia hard che soft;
- Must have: digital mindset, competenze digitali, capacità di sviluppo relazioni multi-channel, capacità di lavoro per progetti e collaborazione.

5. FUNZIONI IN EVOLUZIONE NEI PROSSIMI ANNI

- Business Development;
- R&D;
- Clinical Research;
- Market Access;
- Engineering & Technology;
- Supply Chain;
- Digital.

4. TECNOLOGIA ACCELERA SVILUPPO DEL LIFE SCIENCE E L'INNOVAZIONE

- Analisi e integrazione dati;
- Strumenti e studi più veloci e precisi;
- Nuove soluzioni (*medicina personalizzata, sofisticazione medical devices, servitization, home care, telemedicina...*).



«PATIENT CENTRIC APPROACH»

Sviluppo di “personalized medicine e patient journey”, si punta a diagnosi precoce e prevenzione per migliorare la vita delle persone.

1. LIFE SCIENCE: INTEGRAZIONE IN ATTO

- Solida fra Pharma e Biotech, in fase di sviluppo Medical Devices mentre Sanità resta un mondo a sé.

2. ECCELLENZA ITALIANA A LIVELLO EUROPEO

- Qualità produzione;
- Professionalità del personale;
- Protagonista nella lotta Covid-19.

3. MORFOLOGIA LIFE SCIENCE IN EVOLUZIONE

- Sviluppo networking, open innovation e large-scale project;
- Poli di eccellenza nazionali e internazionali;
- Partnership con Università, Centri Ricerca, start-up, CDO, CDMO;
- Alta competizione nel settore.

Grazie dell'attenzione!



LIFESCIENCE



www.gigroup.it

www.odmconsulting.com