**FisioGame**

*Aumenta l’aderenza terapeutica*

Un’app che affianca i fisioterapisti nella gestione dei pazienti, che aumenta l’aderenza terapeutica grazie all’utilizzo della gamification.

Il servizio è composto da due applicazioni, una desktop per i Fisioterapisti, e una Mobile per i pazienti. I fisioterapisti possono assegnare dei task dalla loro dashboard e gestire i pazienti, gli appuntamenti e i calendari di lavoro.  
  
I pazienti sulla loro app riceveranno quindi delle “missioni da compiere”, con i compiti da svolgere quotidianamente per ottenere i risultati che hanno stabilito di raggiungere con il loro fisioterapista.

**Target**

Fisioterapisti caratterizzati da una visione innovativa e orientata alla prevenzione e al mantenimento del benessere dei pazienti.

Professionisti (30 - 50 anni) con esperienza consolidata o in fase di espansione della loro carriera, non ci sono differenze significative di genere nell’adozione della tecnologia in fisioterapia, ma il target tende ad avere una mentalità aperta all’innovazione.

### 

### **Interessi e Valori:**

1. Interesse per l’**innovazione in fisioterapia** e le nuove tecnologie per il trattamento dei pazienti.
2. Orientamento alla **medicina preventiva** e alla cura a lungo termine.
3. Attenzione alla **Customer Experience** e alla fidelizzazione del paziente.
4. Interesse per il **monitoraggio dei progressi terapeutici** attraverso dati misurabili.
5. Sensibilità verso la **digitalizzazione e l’efficienza nella gestione dello studio**.

### **Comportamento d’Acquisto:**

1. Cerca **soluzioni scalabili** e strumenti che possano migliorare l’efficienza lavorativa.
2. Disposto a **investire in tecnologie** che migliorano il servizio offerto ai pazienti.
3. Propenso a valutare **demo e prove gratuite** prima di acquistare un software.
4. Sensibile alle recensioni e al **passaparola di altri fisioterapisti** prima di adottare un nuovo strumento.
5. Predilige **piani di abbonamento o licenze annuali** per un investimento a lungo termine.

**Bisogni**  
Migliorare l’organizzazione e la gestione del tempo;

Ottimizzare la customer experience;

Aumentare l’aderenza terapeutica dei pazienti e la soddisfazione globale;

Far parte di un gruppo di professionisti che credono nella prevenzione e non solo nel trattamento;

Avere formazione continua di soft skill e non solo tecnica;

Ottenere un sistema scalabile ma personalizzato per la gestione dei pazienti.

**Competitor**  
App per l’assegnazione di esercizi:

Physiapp, Corpore, Physitrack

Punti di forza: quantità di video-esercizi caricati, esercizi assistiti AI

Punti di debolezza: nessuna ha un sistema per incentivare i pazienti a continuare

La differenziazione per Fisiogame sta nella gamification lato paziente, che accumula punti e vince premi completando le missioni. Lato Professionista ha un sistema completo, con cui gestisce tutte le operazioni burocratiche dello studio, fissa gli appuntamenti, riceve remind e controlla il paziente anche a distanza. Un sistema completo pensato per migliorare la customer experience.

**Branding e Posizionamento**

FisioGame aiuta i fisioterapisti ad aumentare l’aderenza terapeutica dei pazienti attraverso un’app che offre l’ottimizzazione della customer experience dei pazienti, una migliore e completa organizzazione del tempo e formazione continua live e online.

**Identità e Valori**

Due brand distinti che operano in sinergia, con un’identità visiva e comunicativa differenziata per rispondere alle esigenze di due target specifici: **fisioterapisti (B2B)** e **pazienti (B2C)**. Questo permetterà una comunicazione più specifica e diretta, e sarà utile per il futuro quando l’app per i clienti verrà aperta al pubblico.

FISIOGAME (B2B) – Il Brand per i Fisioterapisti

**Colori**

Blu scuro → Affidabilità, professionalità, competenza. È il colore predominante nella dashboard, trasmette sicurezza e serietà.

Verde brillante → Crescita, innovazione, tecnologia. Evidenzia gli aspetti legati alla modernità del software e alla gamification.

**Tipografia**

Font moderno e leggibile → Deve trasmettere serietà e chiarezza, senza risultare troppo rigido o tecnico.

Nell’app viene utilizzato Lato, un font pulito e versatile per garantire una UX chiara e intuitiva.

**Logo**

Design essenziale e istituzionale, con un'icona circolare che richiama connessione, innovazione e continuo miglioramento.

Può includere un monogramma "FG" o un brandmark astratto che esprima i valori del brand.

**Tono di Voce**

Professionale, autorevole, collaborativo.

Il linguaggio è diretto, chiaro e rassicurante, con focus sui benefici pratici per il fisioterapista.

Lo storytelling è orientato ai dati e alle opportunità di crescita professionale.

Lo stile della comunicazione è formale ma non distante, per creare fiducia e avvicinare i professionisti all’uso della tecnologia.

GO BUDDY (B2C) – Il Brand dell’app mobile per i Pazienti

**Colori**

Arancione e Giallo → Energia, positività, coinvolgimento. Sono colori caldi e accoglienti, che trasmettono entusiasmo e dinamismo.

**Tipografia**

Font morbidi e leggibili → Devono trasmettere empatia e accessibilità.

Il testo nell’app segue una logica user-friendly, con elementi visivi chiari e comprensibili.

**Logo**

Stile più giocoso e accogliente rispetto a FisioGame.

L’icona richiama l’idea di un “buddy” (amico), che guida e supporta il paziente nel percorso terapeutico. Può includere un elemento grafico che richiama il concetto di crescita e supporto.

**Tono di Voce**

Motivante, amichevole e accessibile.

Il linguaggio è semplice e incoraggiante, senza termini troppo tecnici.

La comunicazione si basa su empatia, supporto e motivazione, per far sentire il paziente accolto e compreso.

Il focus è sull’esperienza utente, con un linguaggio che enfatizza il divertimento e il coinvolgimento.

**Posizionamento**

Innovazione e tecnologia al servizio del benessere

**Marketing Mix**

**Product**

Oltre ad avere un ufficio virtuale che funziona da CRM, il professionista avrà la possibilità di far scaricare l’app ai pazienti per assegnare degli esercizi e verificarne l’esecuzione, l’obiettivo è quello di avere un controllo dei pazienti anche a distanza e aumentare quindi aderenza delle terapie di esercizi prescritti grazie all’implementazione della gamification.

**Price**

Servizio a prezzo variabile con piani di abbonamento mensile e annuale

**Place**

Online ma anche offline con le fiere

**Promotion**

Inizialmente per la validazione l’app verrà divulgata solo tramite i fisioterapisti, attraverso partnership con aziende che offrono servizi e macchinari ai fisioterapisti, come fisiotools e altre. Sponsorizzate sui social e raccolta lead con materiale da scaricare per approfondimento sull’utilizzo della gamification in fisioterapia.  
  
Successivamente l’app per i pazienti verrà aperta al pubblico e sponsorizzata separatamente come app di allenamento certificata dai fisioterapisti, all’interno si potranno trovare i fisioterapisti più vicini che lavorano con l’app.