



POLITECNICO
MILANO 1863

HelpMater

Un sistema integrato di supporto e orientamento

October 10, 2025

Birtig

Massari

Nedina

Popovschii

Vignocchi

- 1 Presentazione generale
- 2 Prospetti generali
- 3 Individuazione utenti
- 4 Domande
 - Domande di background
 - Domande di presente
 - Domande di futuro
- 5 Implementazione
- 6 NeedFinding

- 1 Presentazione generale
- 2 Prospetti generali
- 3 Individuazione utenti
- 4 Domande
 - Domande di background
 - Domande di presente
 - Domande di futuro
- 5 Implementazione
- 6 NeedFinding

1: Presentazione generale

HelpMater nasce dalla realizzazione che non esiste nessun sistema integrato per la prevenzione, informazione e un reindirizzamento verso un percorso di cura facile e intuitivo.

Le attività di informazione e divulgazione sono tante, ma poi nel pratico ci si va a perdere e spesso l'utente finale, trovandosi di fronte a applicativi poco intuitivi e privi di qualunque tipo di umanità, si ritrova a posticipare o addirittura abbandonare l'idea di iniziare un percorso.

Nasce così l'idea di HelpMater, un *buddy-system* integrato che permetta a un utente (in questo caso abbiamo ristretto il target a studenti universitari) di poter affrontare in maniera più consapevole le proprie ansie e paure, di essere ascoltato e di mettersi in relazione con altre persone che condividono esperienze simili, in modo tale da avere del confronto e una crescita propositiva.

- 1 Presentazione generale
- 2 Prospetti generali**
- 3 Individuazione utenti
- 4 Domande
 - Domande di background
 - Domande di presente
 - Domande di futuro
- 5 Implementazione
- 6 NeedFinding

I prospetti generali che ci siamo posti sono quelli di identificare dei pattern ricorrenti nei nostri utenti, andare a definire un tipo di interazione personalizzata e dinamica che permetta a un utente che ha avuto il coraggio di provare a mettersi in discussione e cercare di capire i propri disagi.

L'idea di "curare" è per lo più abbandonata considerando la difficoltà della tematica e della cura stessa, abbiamo quindi pensato di creare una sezione specifica che possa mettere in contatto gli utenti con dei specialisti.

L'idea è che ancora oggi la terapia è un tabù e spesso andarci direttamente fa paura, per questo è necessario un "reindirizzamento graduale" tramite un supporto.

- 1 Presentazione generale
- 2 Prospetti generali
- 3 Individuazione utenti**
- 4 Domande
 - Domande di background
 - Domande di presente
 - Domande di futuro
- 5 Implementazione
- 6 NeedFinding

3: Individuazione utenti

Dovendo restringere il campo di ricerca abbiamo pensato di iniziare da un ambiente a noi molto familiare: l'università.

Da ciò abbiamo definito:

- **Utenti Target:** studenti universitari 18–30 anni
- **Utenti Lead:** persone in terapia o che hanno affrontato un qualche tipo di percorso
- **Esperti di dominio:** psicologi

Ovviamente questo non toglie alla possibilità di scalare l'applicativo con anche altri tipi di utenti.

- 1 Presentazione generale
- 2 Prospetti generali
- 3 Individuazione utenti
- 4 Domande
 - Domande di background
 - Domande di presente
 - Domande di futuro
- 5 Implementazione
- 6 NeedFinding

Le domande si dividono in 3 macro categorie:

1. Domande di background
2. Presente
3. Futuro

Segue la presentazione delle categorie, e a cosa servono le domande.

- 1 Presentazione generale
- 2 Prospetti generali
- 3 Individuazione utenti
- 4 Domande**
 - Domande di background
 - Domande di presente
 - Domande di futuro
- 5 Implementazione
- 6 NeedFinding

4.1: Domande di background

Le domande di background servono all'identificazione di situazioni ricorrenti a seguito di esperienze pregresse comuni. Questo permette di individuare delle zone di lavoro su cui intervenire.

Domande:

1. Corso di studi
2. Età
3. Genere
4. Background familiare
5. Background studi

- 1 Presentazione generale
- 2 Prospetti generali
- 3 Individuazione utenti
- 4 Domande**
 - Domande di background
 - **Domande di presente**
 - Domande di futuro
- 5 Implementazione
- 6 NeedFinding

Le domande di presente servono per identificare il grado di “soddisfazione della vita” di un utente, in modo da identificare vari tipi di approcci da implementare successivamente.

Domande:

1. Ambito universitario
2. Equilibrio vita/lavoro
3. Percezione di pressione (famiglia, società, università)

- 1 Presentazione generale
- 2 Prospetti generali
- 3 Individuazione utenti
- 4 Domande**
 - Domande di background
 - Domande di presente
 - **Domande di futuro**
- 5 Implementazione
- 6 NeedFinding

Queste domande servono per comprendere le esigenze dei nostri utenti e, in base alla situazione attuale e pregressa, il come poterli aiutare a migliorare e perseguire i propri obiettivi.

Domande:

1. Prospettiva accademica
2. Prospettiva personale
3. Domande generali per pattern

- 1 Presentazione generale
- 2 Prospetti generali
- 3 Individuazione utenti
- 4 Domande
 - Domande di background
 - Domande di presente
 - Domande di futuro
- 5 Implementazione**
- 6 NeedFinding

Per l'implementazione bisogna aspettare di aver identificato tutte le domande e che siano state svolte le interviste.

Solo a quel punto sarà possibile definire concretamente le modalità e la struttura del sistema.

- 1 Presentazione generale
- 2 Prospetti generali
- 3 Individuazione utenti
- 4 Domande
 - Domande di background
 - Domande di presente
 - Domande di futuro
- 5 Implementazione
- 6 NeedFinding**

- Esplorare necessità e comportamenti degli studenti rispetto a benessere e salute mentale.
- Derivare requisiti per un servizio di supporto (digitale e/o non digitale).
- Focus su: accesso, consapevolezza, sostegno tra pari, collegamento a professionisti.

Approccio ibrido: survey quantitativo + 9 interviste qualitative.

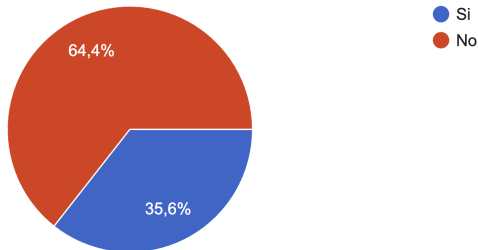
- **Campione:** 19–24 anni, corsi e condizioni abitative eterogenee (pendolari/fuorisede).
- **Raccolta:** modulo online diffuso su canali universitari, interviste da 30–45'.
- **Temi guida:** percezioni, barriere d'accesso, strategie personali, attese verso strumenti di supporto.
- **Ruoli:** intervistatore + moderatore per note e segnali non verbali.

1. **Servizio pratico e immediato** (~25%): autonomia, strumenti semplici, poco orientati alla condivisione emotiva.
2. **Need-to-know** (~30%): curiosi ma cauti; chiedono trasparenza, onboarding chiaro, anonimato.
3. **Hybrid seekers** (~20%): digitale come ponte verso contatto umano; gradiscono contesti moderati.

4. **Community-oriented** ($\sim 15\%$): ascolto tra pari, appartenenza, spazi sicuri e moderati.
5. **Chatbot-curious** ($\sim 10\%$): avvio protetto e non giudicante; chiarire limiti dell'AI.
6. **Offline traditionalists** ($< 1\%$): preferenza netta per l'incontro in presenza.

Assi emersi: *Autonomia* \leftrightarrow *Relazione* e *Digitale* \leftrightarrow *Presenza*.

205 risposte



Percentuale di studenti che hanno usufruito di supporto psicologico.

- **Orientamento e accessibilità:** servizi percepiti poco visibili/complessi.
- **Privacy e fiducia:** anonimato chiave nelle fasi iniziali.
- **Contatto umano:** la tecnologia media, non sostituisce.
- **Condivisione tra pari:** utile se moderata e in contesti sicuri.
- **Prevenzione quotidiana:** routine, sport, attività leggere.
- **Costi e continuità:** barriere economiche ai percorsi privati.

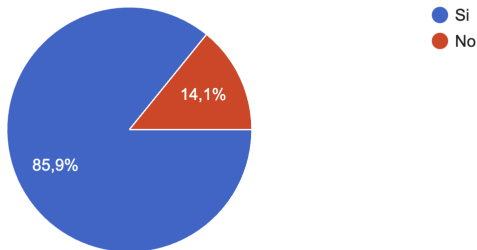
- In alcuni contesti europei permane uno **stigma** sul ricorso allo psicologo.
- Implicazione: progettare messaggi e funzioni **culturalmente adattabili** e non stigmatizzanti.

- Il digitale è un **facilitatore iniziale**, non un sostituto della relazione.
- **Fiducia, trasparenza, anonimato** aumentano l'ingaggio.
- Necessario un servizio **flessibile e adattivo** per segmenti diversi.

1. **Accesso graduale e informato** (onboarding chiaro, percorsi progressivi).
2. **Privacy by design** e controllo granulare dei dati.
3. **Spazi tra pari** moderati, sicuri, con regole chiare.
4. **Ponte verso professionisti** e sportelli universitari.
5. **Benessere quotidiano** (micro-azioni, monitoraggio leggero).

- Definizione **personas** e **journey** per i cluster principali.
- Prototipi di **onboarding trasparente** e **spazi tra pari** moderati.
- Disegno del **ponte digitale** → **professionisti** (handoff semplice).
- Metriche di **engagement** e **trust** (opt-in progressivo, controlli privacy).

205 risposte



Percentuale di utenti che desiderano il tracking dei progressi.