

IPERFORMAZIONE™ | PROGETTO PILOTA NAZIONALE

NeuroPerformance Intelligence™

Neuroscienze, KPI e analisi avanzata per reti commerciali ad alte prestazioni

Protocollo operativo e di valutazione per 30 account che gestiscono punti vendita sul territorio nazionale

LA PROPOSTA

Un percorso che integra sviluppo commerciale, qualità della relazione con i punti vendita, gestione dei conflitti, service recovery, dati e autoregolazione. Ogni risultato viene letto rispetto a una baseline reale e verificato nel tempo.

Parametro	Definizione
Popolazione	30 account nazionali
Disegno	3 coorti da 10, avvio progressivo
Durata	28 settimane, inclusa baseline
Unità di analisi	Account, punto vendita, transazione/caso
Output	Dashboard, report d'impatto, playbook operativo
Versione	10/08/2026

Ideazione e cura: Ugo Maria Ilardo

IperFormazione™ · Neuroscienze applicate · Human Performance

Sintesi esecutiva

Il progetto in una pagina: perché farlo, come funziona e cosa misurare.

NeuroPerformance Intelligence™ trasforma la formazione commerciale in un intervento osservabile sul campo. Il programma non valuta soltanto quanto gli account apprendono: verifica se cambia la qualità della relazione con i punti vendita, se migliorano coinvolgimento e produzione, se diminuiscono escalation e tempi di risoluzione e se aumentano proposta, upgrade e sviluppo di mercati diversi dall'individuale.

La scelta metodologica

I 30 account vengono assegnati a tre coorti bilanciate da 10. Le coorti iniziano il percorso a distanza di quattro settimane. In questo modo tutti ricevono l'intervento, ma l'avvio progressivo crea periodi di confronto contemporaneo tra account già formati e account ancora in baseline. È un disegno stepped-wedge pragmatico, adatto a rollout organizzativi quando non si vuole escludere nessuno dall'intervento [1].

Le due misure primarie

- Indice di Coinvolgimento del Punto Vendita (IC-PDV, 0-100): attività, adozione delle campagne, formazione, esecuzione degli accordi e pulse relazionale.
- Produzione netta normalizzata per PDV attivo: volumi o margine confrontati con baseline, stagionalità, mix e potenziale del portafoglio.

La componente neuroscientifica

La proposta non usa EEG o neurotecnologie costose. Prevede, su base volontaria, un microciclo di HRV-biofeedback e respirazione lenta per allenare autoregolazione durante reclami, conflitti e conversazioni ad alta pressione. L'HRV resta un feedback di training, non un indicatore di valutazione professionale e non viene usato per graduatorie individuali [4-7].

DECISIONE RICHIESTA

Avviare una baseline di otto settimane prima di fissare target definitivi. I valori obiettivo riportati nel documento sono soglie progettuali iniziali e vanno ricalibrati sui dati storici disponibili.

Indice del progetto

- 01. Obiettivi, perimetro e principi
- 02. Disegno del pilota e timeline
- 03. Percorso formativo e field sprint
- 04. Architettura dei KPI
- 05. Conflitti, incidenti di servizio e service recovery
- 06. HRV-biofeedback e autoregolazione
- 07. Piano di misurazione e analisi statistica
- 08. Governance, privacy e sostenibilità

- 09. Dashboard, deliverable e criteri go/no-go
- Appendici. Rubriche, dataset minimo e fonti

01 / OBIETTIVI, PERIMETRO E PRINCIPI

Obiettivi, perimetro e principi

Che cosa deve cambiare e quali confini impediscono di confondere formazione, controllo e ricerca.

1.1 Obiettivo generale

Aumentare la capacità dei 30 account di generare valore nei punti vendita attraverso relazioni più solide, gestione ordinata dei problemi, proposta consulenziale e sviluppo di opportunità in segmenti individuali, aziendali e legati al mondo dei veicoli storici.

1.2 Obiettivi specifici

- Rendere la relazione con i PDV intenzionale, segmentata e tracciabile, superando il contatto prevalentemente reattivo.
- Separare coinvolgimento e produzione, studiando il primo come indicatore anticipatore e la seconda come risultato differito.
- Riconoscere e gestire conflitti reali, apparenti e ambigui senza negare il vissuto del PDV o anticipare attribuzioni di responsabilità.
- Ridurre impatto e ricorrenza delle problematiche originate dai servizi venduti: mancato soccorso, tempi di intervento, informazioni errate, gestione impropria del prodotto o aspettative non allineate.
- Aumentare la qualità della proposta, il tasso di upgrade e la penetrazione dei servizi poco conosciuti.
- Sviluppare mercati ulteriori: aziende, flotte, convenzioni locali e mondo dei veicoli di interesse storico.
- Allenare autoregolazione e qualità decisionale nelle conversazioni ad alta pressione, con tecniche semplici e non invasive.

1.3 Ipotesi di impatto

Ipotesi	Risultato atteso
H1	Dopo l'intervento l'IC-PDV aumenta rispetto ai periodi di baseline, al netto di stagionalità e differenze tra portafogli.
H2	L'aumento dell'IC-PDV al mese t anticipa un miglioramento della produzione normalizzata al mese t+1.
H3	La gestione strutturata dei casi aumenta la risoluzione al primo contatto e riduce tempo di chiusura, riaperture ed escalation.
H4	La qualità di proposta cresce prima della conversione: aumentano offer rate, copertura di servizi poco noti e opportunità qualificate.
H5	Il microciclo di autoregolazione riduce stress percepito e tempo di recupero dopo simulazioni critiche; l'effetto commerciale resta esplorativo.

1.4 Principi di progettazione

Principio	Applicazione
Persone prima dei numeri	I KPI orientano decisioni e apprendimento; non sostituiscono ascolto e giudizio professionale.
Dati prima delle opinioni	Ogni conflitto o problema viene ricostruito separando fatti, aspettative, percezioni e

Principio	Applicazione
	responsabilità.
Misure proporzionate	Si privilegiano dati già disponibili, pulse brevi, rubriche osservabili e strumenti fisiologici economici.
Effetto prima del p-value	Si riportano differenze, intervalli di confidenza, dimensioni dell'effetto e rilevanza operativa.
Nessuna promessa neuroscientifica	Biofeedback e respirazione sono strumenti di training; non diagnosticano e non provano da soli un incremento delle vendite.

02 / DISEGNO DEL PILOTA E TIMELINE

Disegno del pilota e timeline

Una valutazione pragmatica, compatibile con il lavoro sul territorio e più robusta di un semplice prima/dopo.

2.1 Popolazione e unità di osservazione

- Partecipanti: 30 account che gestiscono portafogli di punti vendita sul territorio nazionale.
- Cluster operativo: account. I punti vendita sono annidati nel portafoglio dell'account e possono avere caratteristiche molto diverse.
- Unità elementari: PDV-mese, transazione/prodotto, opportunità commerciale e caso di assistenza o reclamo.
- Stratificazione prima dell'assegnazione: area geografica, numero e potenziale dei PDV, baseline produttiva, mix prodotti e anzianità nel ruolo.

2.2 Rollout stepped-wedge

Periodo	Gruppo	Fase	Attività
Settimane -8 / 0	Tutti	Baseline	Raccolta KPI storici e correnti; pulse PDV; simulazione iniziale; PSS-10 e HRV solo volontari.
Settimane 1 / 4	Coorte A	Avvio percorso	Coorti B e C restano in baseline; prime misure contemporanee di confronto.
Settimane 5 / 8	Coorte B	Avvio percorso	A è in intervento; C resta in baseline.
Settimane 9 / 16	Coorte C	Avvio percorso	Tutte le coorti passano progressivamente all'intervento.
Settimane 17 / 24	Tutti	Consolidamento	Coaching, field sprint, community di pratica e raccolta post-intervento.
Settimane 25 / 28	Tutti	Follow-up	Misura di mantenimento, analisi, workshop risultati e piano di scala.

Nota metodologica: il termine stepped-wedge descrive un avvio progressivo a coorti. Se l'assegnazione temporale non può essere randomizzata per vincoli organizzativi, il disegno va dichiarato come quasi-sperimentale e interpretato con maggiore prudenza.

2.3 Tempi di misura

Momento	Quando	Che cosa
T-8 / T0	Baseline continuativa	KPI operativi settimanali/mensili; qualità dati; segmentazione del portafoglio.
T1	Subito prima dell'avvio di ogni coorte	Pulse account/PDV, simulazione, PSS-10 volontaria, HRV volontaria.

Momento	Quando	Che cosa
T2	Fine modulo 8	Conoscenze, rubriche comportamentali, qualità dei casi, KPI precoci.
T3	+8 settimane	KPI commerciali e di servizio; mantenimento comportamenti; pulse PDV.
T4	+16 settimane	Follow-up finale, sostenibilità e analisi dei mercati sviluppati.

2.4 Regole per i target

I target non vanno fissati esclusivamente come percentuali uguali per tutti. Ogni account parte da una baseline diversa. Il cruscotto deve quindi mostrare sia il valore assoluto sia la variazione standardizzata rispetto al proprio punto di partenza, mantenendo soglie minime comuni su qualità e servizio.

TARGET PRELIMINARI

IC-PDV +10 punti; produzione normalizzata +8%; first contact resolution +10 punti percentuali; tempo mediano di risoluzione -20%; upgrade conversion +5 punti; penetrazione servizi poco noti +10 punti. Confermare dopo la baseline.

03 / PERCORSO FORMATIVO E FIELD SPRINT

Percorso formativo e field sprint

Otto moduli brevi, pratica su casi reali, coaching e trasferimento immediato sul territorio.

3.1 Architettura

Ogni coorte completa il percorso in otto settimane. La formazione sincrona è limitata a ciò che richiede confronto, simulazione e feedback; i contenuti informativi vengono fruiti in microlearning. Ogni modulo produce un'evidenza osservabile sul campo.

M	Tema	Focus	Evidenza sul campo
1	Baseline e portafoglio PDV	Segmentazione per potenziale, relazione, rischio e bisogni.	Mappa portafoglio e priorità a 30 giorni.
2	Relazione e coinvolgimento	Ascolto, fiducia, contatto proattivo, accordi e follow-up.	Piano di ingaggio per 5 PDV prioritari.
3	Conflitti reali e apparenti	Fatti, percezioni, aspettative, bias e de-escalation.	Analisi strutturata di 2 casi reali.
4	Service recovery	Presa in carico, SLA, escalation, aggiornamenti e chiusura.	Applicazione del protocollo RECOVER.
5	Prodotto e proposta responsabile	Beneficio, limite, aspettativa corretta e verifica comprensione.	Revisione di 3 proposte o script.
6	Upgrade e servizi poco noti	Eligibility, offer rate, bisogno, next best offer e follow-up.	Campagna test su un segmento definito.
7	Mercati aziendali e storico	Aziende, flotte, convenzioni e veicoli di interesse storico.	Pipeline di 5 opportunità qualificate.
8	Consolidamento e coaching	KPI, learning review, peer coaching e piano 60 giorni.	Contratto di miglioramento individuale.

3.2 Format per ciascun modulo

Componente	Impegno	Funzione
Microlearning	20-25 minuti	Concetti, procedure e prodotti; verifica breve.
Laboratorio live	90 minuti	Caso reale, simulazione, feedback e decisione operativa.
Field sprint	7 giorni	Applicazione su un gruppo definito di PDV e raccolta evidenze.
Peer review	30 minuti	Confronto in triadi: fatto, scelta, esito, alternativa.
Coaching	30 minuti/account ogni 2 settimane	Lettura KPI, blocco principale e prossimo esperimento.

3.3 Protocollo di conversazione con il PDV

1. Preparare: leggere dati, casi aperti, potenziale e impegni precedenti.
2. Aprire: chiarire lo scopo della conversazione e verificare le priorità del PDV.
3. Esplorare: usare domande, ascolto e riformulazione; distinguere bisogno dichiarato e bisogno operativo.
4. Proporre: collegare servizio e beneficio, dichiarare limiti e condizioni, evitare promesse non controllabili.
5. Concordare: definire azione, responsabilità, scadenza e indicatore di riuscita.
6. Seguire: aggiornare prima che il PDV debba sollecitare; chiudere solo dopo conferma dell'esito.

3.4 Rubrica di osservazione delle simulazioni

Dimensione	Punteggio 0	Punteggio 1	Punteggio 2
Preparazione	0: assente	1: parziale	2: dati e obiettivo chiari
Ascolto	0: interrompe/presuppone	1: ascolta ma non verifica	2: esplora e riformula
Diagnosi	0: attribuisce colpe	1: distingue solo in parte	2: separa fatti, aspettative e lacune
Proposta	0: generica/non corretta	1: coerente ma poco argomentata	2: pertinente, trasparente e verificata
Accordo	0: nessun next step	1: azione senza owner/tempo	2: owner, tempo, indicatore e follow-up
Regolazione	0: escalation emotiva	1: recupero tardivo	2: tono stabile, pausa e scelta intenzionale

04 / ARCHITETTURA DEI KPI

Architettura dei KPI

Leading indicator e risultati commerciali vanno letti insieme, senza confonderli.

4.1 KPI primari

KPI	Definizione/formula	Fonte	Cadenza	Target*
IC-PDV (0-100)	25% PDV attivi + 20% adozione campagne + 15% formazione + 20% azioni concordate + 20% pulse relazionale.	CRM/LMS/pulse	Mensile	+10 punti
Produzione netta normalizzata	Volumi o margine per PDV attivo, indicizzati a baseline=100 e corretti per stagionalità, mix e potenziale.	Vendite/controllo	Mensile	+8%

4.2 Relazione e coinvolgimento

KPI	Formula	Fonte	Cadenza	Target*
PDV attivi	PDV con almeno un contatto utile o attività nel mese / PDV assegnati	CRM	Mensile	+8 pp
Visite/contatti pianificati	Eseguiti / pianificati, esclusi contatti amministrativi	CRM	Settimanale	>=85%
Azioni concordate chiuse	Azioni concluse entro data / azioni concordate	CRM	Mensile	+10 pp
Pulse relazione	Media 5 item PDV, scala 1-5: ascolto, chiarezza, affidabilità, utilità, follow-up	Survey	Mensile	+0,4
Adozione campagne	PDV aderenti / PDV eleggibili	Campaign data	Per campagna	+10 pp
Partecipazione formativa PDV	PDV con completamento / PDV invitati	LMS/eventi	Mensile	+10 pp

4.3 Servizio, conflitti e problem solving

KPI	Formula	Fonte	Cadenza	Target*
Incidenza problematiche	Casi / 1.000 tessere o servizi attivi	Ticketing	Mensile	-15%
First contact resolution	Casi risolti senza passaggio / casi chiusi	Ticketing	Mensile	+10 pp
Tempo di prima risposta	Mediana ore lavorative apertura-primo aggiornamento	Ticketing	Settimanale	-25%
Tempo di risoluzione	Mediana ore/giorni apertura-chiusura confermata	Ticketing	Mensile	-20%
Riaperture	Casi riaperti entro 14 giorni / casi chiusi	Ticketing	Mensile	-20%
Escalation evitabili	Escalation dovute a ritardo, mancato update o ownership incerta / escalation totali	Audit casi	Mensile	-25%
Qualità classificazione	Accordo tra valutatori su reale/apparente/ambiguo	Audit	Bimestrale	kappa >=0,70
Recidiva	Casi della stessa causa entro 60 giorni / cause chiuse	Problem log	Bimestrale	-15%

4.4 Sviluppo commerciale

KPI	Formula	Fonte	Cadenza	Target*
Upgrade offer rate	Clienti/PDV eleggibili ai quali l'upgrade è stato proposto / eleggibili contattati	CRM	Mensile	+15 pp
Upgrade conversion	Upgrade attivati / upgrade proposti	Vendite	Mensile	+5 pp
Attivazione a 30 giorni	Upgrade ancora attivi e corretti a 30 giorni / upgrade attivati	Vendite	Mensile	>=95%
Penetrazione servizi poco noti	PDV con almeno una vendita del servizio / PDV eleggibili	Vendite	Mensile	+10 pp
Ampiezza portafoglio	Numero medio categorie servizio vendute per PDV attivo	Vendite	Mensile	+0,5
Pipeline aziendale	Opportunità qualificate con bisogno, referente, valore e prossima azione	CRM	Mensile	+20%
Mercato storico	PDV/prospect attivati su servizi per veicoli di interesse storico	CRM/Vendite	Trimestrale	Baseline + target

* Target progettuali iniziali. Dopo le otto settimane di baseline vanno approvati sponsor, controllo di gestione e responsabile del programma.

4.5 Coinvolgimento versus produzione

Il coinvolgimento è un leading indicator: può migliorare prima che la produzione reagisca. Il cruscotto deve quindi evitare giudizi prematuri. L'analisi esplorativa userà un modello laggato: IC-PDV del mese t come predittore della produzione del mese t+1, controllando produzione precedente, stagionalità e potenziale del portafoglio. Un'associazione positiva non dimostra da sola causalità, ma aiuta a verificare se il coinvolgimento precede davvero il risultato.

05 / CONFLITTI, INCIDENTI DI SERVIZIO E SERVICE RECOVERY

Conflitti, incidenti di servizio e service recovery

Un conflitto non si risolve stabilendo subito chi ha ragione, ma ricostruendo il caso e governando il prossimo passo.

5.1 Tassonomia del conflitto

Tipo	Criterio	Risposta corretta
Reale	Esiste uno scostamento verificabile: mancato soccorso, SLA superato, informazione errata, prodotto non gestito correttamente.	Riconoscere il fatto, proteggere il cliente/PDV, attivare recovery e prevenzione.
Apparente	Il servizio è coerente con condizioni e SLA, ma aspettativa, linguaggio o percezione non erano allineati.	Non negare il disagio; chiarire evidenze e condizioni; ripristinare fiducia e comprensione.
Ambiguo	Le informazioni sono incomplete, contraddittorie o distribuite tra più sistemi/soggetti.	Sospendere l'attribuzione; nominare un owner; definire dati mancanti e tempo del prossimo aggiornamento.

5.2 Protocollo RECOVER

	Passo	Comportamento osservabile
R	Riconoscere	Accogliere il problema e dichiarare la presa in carico senza promettere esiti non controllabili.
E	Evidenze	Raccogliere contratto/prodotto, orari, contatti, log, SLA, comunicazioni e impatto.
C	Classificare	Reale, apparente o ambiguo; severità, urgenza, rischio reputazionale e cliente vulnerabile.
O	Owner	Nominare un responsabile unico del caso e la catena di escalation.
V	Verificare e aggiornare	Comunicare un tempo certo per il prossimo aggiornamento, anche quando la soluzione non è pronta.
E	Esito	Proporre soluzione/rimedio, controllare comprensione e confermare la chiusura con il PDV.
R	Ricorrenza	Registrare causa, azione preventiva, responsabile e verifica a 30/60 giorni.

5.3 Caso guida: tessera e mancato soccorso

1. Protezione immediata: verificare se il cliente è ancora in situazione di rischio e attivare il canale operativo corretto.
2. Ricostruzione: identificativo tessera, copertura, luogo, orari, contatti, esito, log della centrale e informazioni fornite dal PDV.
3. Classificazione: mancata erogazione, ritardo, copertura non prevista, errore di comunicazione, problema tecnico o combinazione.

4. Aggiornamento al PDV: owner, cosa è stato verificato, cosa manca e prossimo contatto con orario definito.
5. Recovery: soluzione, eventuale rimedio previsto dalle procedure, spiegazione trasparente e conferma del PDV.
6. Learning loop: causa radice, modifica di script/processo/formazione e controllo della recidiva.

5.4 Audit mensile dei casi

Elemento	Regola
Campione	Minimo 3 casi/account/mese, includendo almeno un caso critico e uno riaperto.
Valutatori	Due valutatori su almeno il 20% del campione per stimare accordo e coerenza.
Rubrica	Presa in carico, evidenze, classificazione, ownership, aggiornamenti, esito, prevenzione: 0-2 ciascuno.
Output	Cause ricorrenti, gap di prodotto/processo, buone pratiche e azioni di sistema.
Uso	Coaching e miglioramento; non classifica punitiva dei singoli account.

06 / HRV-BIOFEEDBACK E AUTOREGOLAZIONE

HRV-biofeedback e autoregolazione

Una componente opzionale, economica e proporzionata: utile per il training, non per diagnosticare o misurare il valore professionale.

6.1 Perché inserirlo

Le conversazioni su disservizi, reclami e conflitti possono generare attivazione fisiologica, restringere l'attenzione e favorire risposte automatiche. La respirazione lenta guidata e l'HRV-biofeedback possono sostenere l'allenamento all'autoregolazione; la letteratura mostra risultati promettenti su stress e alcune dimensioni di performance, ma non giustifica l'affermazione che il biofeedback aumenti direttamente le vendite [4-7].

6.2 Protocollo minimo consigliato

Fase	Attività
Baseline	5 minuti seduti a riposo + 3 minuti dopo una simulazione critica; condizioni il più possibile standardizzate.
Training 1	20 minuti: respirazione lenta, postura, espirazione non forzata e riconoscimento dei segnali di attivazione.
Training 2-4	Tre sessioni settimanali guidate da 20 minuti con feedback; pratica autonoma 10 minuti, 5 giorni/settimana per 4 settimane.
Trasferimento	Routine PAUSA: fermarsi, espirare lentamente, nominare il fatto, scegliere la prossima azione prima di rispondere.
Post	Ripetizione del compito standard e misura a 4 settimane; follow-up a 8 settimane.

6.3 Misure fisiologiche essenziali

Misura	Significato	Uso corretto
RR validi	Qualità del segnale e quota artefatti	Prerequisito; escludere sessioni non affidabili.
RMSSD	Variabilità battito-battito a breve	Confrontare condizioni standardizzate, non classificare persone.

Misura	Significato	Uso corretto
	termine	
Frequenza respiratoria	Respiri/minuto	Verificare aderenza alla pratica, senza imporre un ritmo unico.
Recupero	Tempo per rientrare vicino al proprio baseline dopo simulazione	Indicatore di training più interpretabile del valore assoluto.
Stress di stato	Scala 0-10 prima/dopo	Integra la lettura fisiologica con l'esperienza soggettiva.

Le registrazioni HRV a breve termine richiedono condizioni standardizzate e controllo degli artefatti. Il protocollo usa sessioni di 5 minuti coerenti con gli standard classici di misurazione; i valori non hanno significato diagnostico autonomo [5].

6.4 Soluzione economica

Voce	Scelta proporzionata
Sensori	6-10 fasce toraciche ECG-compatibili condivise tra le coorti; evitare smartwatch non validati per RR grezzi.
Software	App con esportazione RR/CSV e protocollo di respirazione; preferire licenza temporanea o strumento già disponibile.
Facilitazione	Un professionista formato sul biofeedback; 4 sessioni per coorte più setup e controllo qualità.
Alternativa zero-sensore	Respirazione lenta con timer e scala stress 0-10. Meno informativa, ma adatta quando privacy o logistica sconsigliano la misura.

6.5 Regole etiche e privacy

- Partecipazione separata e volontaria, senza conseguenze sulla valutazione professionale.
- Informativa chiara su finalità, tempi di conservazione, accessi e diritto di ritiro.
- Dati grezzi pseudonimizzati e separati dai sistemi HR/CRM; al management solo risultati aggregati.
- Nessuna graduatoria individuale, soglia di idoneità o inferenza clinica.
- Valutazione preventiva con DPO/medico competente quando richiesta dal contesto organizzativo e dalla natura dei dati.

07 / PIANO DI MISURAZIONE E ANALISI STATISTICA

Piano di misurazione e analisi statistica

Scegliere il test in base al tipo di dato, non adattare il dato al test preferito.

7.1 Dataset minimo

Tabella	Campi essenziali
Account	account_id pseudonimo, coorte, area, anzianità, portafoglio, baseline
PDV-mese	pdv_id, account_id, mese, potenziale, attivo, visite, campagne, formazione, pulse, produzione
Opportunità	segmento, data, valore/stadio, servizio, next action, esito
Transazione	prodotto, eligibility, proposta, attivazione, upgrade, stato a 30 giorni
Caso servizio	categoria, severità, SLA, tempi, passaggi, riapertura, escalation, causa, recidiva
Assessment	T1-T4, conoscenze, simulazione, PSS-10 volontaria, HRV volontaria

7.2 Analisi per tipo di outcome

Outcome	Natura	Analisi principale
IC-PDV, pulse, punteggi simulazione	Continuo	Modello lineare misto: intervento, tempo, coorte, baseline; intercette casuali account e PDV.
Produzione/margine	Continuo, spesso asimmetrico	Modello misto su log o distribuzione Gamma; offset/esposizione quando necessario.
Upgrade, adozione, FCR	Binario/proporzione	GLMM binomiale con denominatore eleggibili e struttura account/PDV.
Numero reclami/escalation	Conteggio	GLMM Poisson o binomiale negativa; offset per 1.000 servizi/tessere.
Tempo di risoluzione	Tempo, asimmetrico	Modello misto log-normale o analisi time-to-event con fragilità per account.
Riapertura/recidiva	Binario entro finestra	GLMM binomiale; finestra predefinita 14/60 giorni.
Misure T1-T4 semplici	Continuo bilanciato	ANOVA a misure ripetute solo se assunzioni soddisfatte; altrimenti modello misto o Friedman.
Accordo classificazione	Categorico	Cohen kappa o kappa pesato; target $\geq 0,70$.
IC-PDV → produzione	Relazione temporale	Modello laggato esplorativo: IC-PDV t predice produzione t+1, controllando produzione t.

7.3 Perché non basta l'ANOVA

L'ANOVA classica assume osservazioni indipendenti e, nella versione a misure ripetute, richiede dati relativamente completi e condizioni specifiche sulla covarianza. In questo progetto i mesi sono ripetuti, i PDV appartengono agli account e gli outcome includono proporzioni, conteggi e tempi. I modelli misti sono quindi più adatti perché rappresentano la gerarchia e usano tutta l'informazione disponibile senza ridurre ogni account a una sola media [2-3].

7.4 Regole di analisi

- Definire prima dell'analisi due outcome primari e un set chiuso di outcome secondari.
- Riportare stima dell'effetto, intervallo di confidenza al 95%, p-value e rilevanza operativa.
- Correggere i confronti multipli secondari con Benjamini-Hochberg/FDR; le analisi esplorative restano etichettate come tali.
- Inserire tempo, coorte e principali covariate baseline; valutare stagionalità e cambiamenti di policy/prodotto.
- Documentare i dati mancanti; niente last observation carried forward. Usare modelli misti e analisi di sensibilità.
- Verificare qualità del modello, overdispersione, residui, outlier influenti e stabilità delle stime.
- Calcolare la potenza con simulazione dopo la baseline, stimando ICC e varianza reali. Con 30 account, privilegiare effetti moderati e intervalli di confidenza.

7.5 Misure brevi consigliate

Strumento	Uso
Pulse PDV, 5 item	Ascolto; chiarezza; affidabilità; utilità; follow-up. Scala 1-5, mensile, ≤ 60 secondi.
PSS-10	Stress percepito nell'ultimo mese, solo volontaria e separata dalla valutazione professionale [8].
Scala stress di stato	0-10 prima/dopo simulazione o pratica; non è misura clinica.
Rubrica simulazione	6 dimensioni, 0-2; doppia valutazione su un sotto-campione.
Intervista PDV	Campione di 12-18 PDV, T1 e T4: cambiamenti osservati, casi critici, valore percepito.

Governance, privacy e sostenibilità

Ruoli chiari e dati utilizzabili sono parte dell'intervento, non attività accessorie.

8.1 Ruoli

Ruolo	Responsabilità
Sponsor	Approva obiettivi, rimuove impedimenti, protegge tempo e accesso ai dati.
Program owner	Guida disegno, coorti, faculty, coaching, decisioni e comunicazione.
Data lead	Data dictionary, estrazioni, qualità, dashboard, analisi e riproducibilità.
Product/service SME	Casi, procedure, SLA, escalation e correzione degli script.
Area manager	Coaching sul campo e verifica delle evidenze, senza alterare le regole di misura.
DPO/HR/medico competente	Valuta basi, rischi e salvaguardie per survey e dati fisiologici.
Account	Applica field sprint, registra evidenze e partecipa alle retrospettive.
PDV panel	Restituisce pulse e feedback qualitativo, con carico minimo.

8.2 Cadence di governo

Frequenza	Rito	Output
Settimanale	15 minuti per coorte	Ostacoli, dati mancanti, casi critici e prossimo sprint.
Quindicinale	Coaching	KPI leading, evidenza comportamentale e una priorità per account.
Mensile	Steering	Cruscotto, differenze tra coorti, rischi, decisioni di sistema.
Bimestrale	Learning review	Cause ricorrenti, servizi poco noti, mercati e pratiche trasferibili.
Finale	Impact workshop	Risultati, limiti, decisione di scala e backlog miglioramenti.

8.3 Pacchetti di investimento

Livello	Comprende	Quando sceglierlo
Essenziale	CRM/ticketing esistenti, pulse PDV, 8 moduli, coaching leggero, simulazioni e modelli misti sui KPI.	Nessun sensore; respirazione guidata non misurata.
Consigliato	Essenziale + 6-10 sensori HRV condivisi, 4 sessioni/coorte, audit casi doppio su 20% e supporto statistico dedicato.	Miglior equilibrio tra rigore e costo.
Ricerca	Consigliato + campionamento esteso, valutatore indipendente, pre-registrazione pubblica e report scientifico.	Solo se esiste sponsorship per ricerca e governance dati.

8.4 Driver di costo

Voce	Ordine di grandezza
Design e data setup	5-10 giornate/persona
Faculty live	12 ore/coorte + preparazione
Coaching	15-24 ore totali/mese, secondo intensità
Analisi e dashboard	4-8 giornate iniziali + 1-2/mese
Audit casi	Circa 90 casi/mese, campione minimo
HRV opzionale	6-10 sensori condivisi + 12 sessioni guidate

Le ore sono driver da valorizzare con costi interni/fornitore reali. È preferibile quotare dopo il data assessment, perché la qualità e accessibilità dei dati possono incidere più dei dispositivi.

09 / DASHBOARD, DELIVERABLE E CRITERI GO/NO-GO

Dashboard, deliverable e criteri go/no-go

Il progetto termina con una decisione, non con la sola consegna di attestati.

9.1 Cruscotto a quattro viste

Vista	Indicatori	Funzione
Relazione	IC-PDV, pulse, PDV attivi, azioni chiuse, adozione campagne	Leading
Servizio	Incidenza, FCR, tempi, riaperture, escalation, recidiva	Qualità/rischio
Commerciale	Produzione normalizzata, offer rate, conversione, mix, pipeline	Lagging
Apprendimento	Simulazioni, field sprint, coaching, PSS-10/HRV aggregata opzionale	Meccanismo

9.2 Regole visive

- Mostrare baseline, valore attuale, variazione assoluta, variazione percentuale e intervallo di confidenza.
- Separare sempre numeratore e denominatore: una conversione alta su poche proposte non è un buon risultato.
- Evidenziare esposizione e mix: numero PDV, eleggibili, servizi attivi, potenziale e stagionalità.
- Usare semafori soltanto rispetto a soglie concordate; non confrontare account con portafogli non comparabili.
- Aggiungere una nota qualitativa: cosa è cambiato, quale ostacolo resta, quale esperimento segue.

9.3 Deliverable

ID	Output	Scadenza
D1	Protocollo e data dictionary	Prima della baseline
D2	Dashboard baseline e qualità dati	Settimana 0
D3	8 moduli, casi e playbook RECOVER	Avvio coorte A
D4	Cruscotto mensile e coaching pack	Mensile
D5	Interim analysis	Settimana 16
D6	Impact report con limiti e raccomandazioni	Settimana 28
D7	Versione editoriale per IperFormazione™	Dopo validazione aziendale

9.4 Criteri di successo e decisione

Esito	Criterio	Decisione
GO	Entrambi i KPI primari migliorano in modo operativo; nessun peggioramento su qualità/complaint; adozione >=80%; dati sufficienti.	Scalare e integrare nei processi ordinari.
ADAPT	Migliorano leading indicator e competenze, ma produzione o servizio non reagiscono ancora; eterogeneità elevata.	Rivedere leve, segmenti, tempi e supporto; estendere follow-up.
STOP/ REDESIGN	Nessun effetto credibile, qualità dati insufficiente, carico sproporzionato o rischi privacy/organizzativi non mitigabili.	Interrompere, correggere disegno e non attribuire colpe ai partecipanti.

Sul sito IperFormazione™ pubblicare metodo, KPI, percorso e risultati aggregati con limiti. Non pubblicare dati individuali, classifiche, dettagli di casi riconoscibili o risultati preliminari presentati come prova definitiva.

A / APPENDICI OPERATIVE

Appendici operative

Strumenti pronti da trasformare in moduli, fogli di raccolta e dashboard.

A.1 Pulse PDV - 5 item

1. L'account comprende le priorità del mio punto vendita. | 1 Per nulla - 2 Poco - 3 Abbastanza - 4 Molto - 5 Del tutto
2. Le informazioni ricevute sono chiare e affidabili. | 1 Per nulla - 2 Poco - 3 Abbastanza - 4 Molto - 5 Del tutto
3. Quando emerge un problema, so chi lo sta gestendo e quando riceverò un aggiornamento. | 1 Per nulla - 2 Poco - 3 Abbastanza - 4 Molto - 5 Del tutto
4. Le proposte ricevute sono pertinenti per i miei clienti e per il mio mercato. | 1 Per nulla - 2 Poco - 3 Abbastanza - 4 Molto - 5 Del tutto
5. Gli impegni concordati vengono seguiti fino alla chiusura. | 1 Per nulla - 2 Poco - 3 Abbastanza - 4 Molto - 5 Del tutto

Domanda aperta facoltativa: Qual è una cosa concreta che l'account potrebbe fare per aumentare il valore della relazione?

A.2 Scheda caso reale/apparente/ambiguo

Campo	Domanda guida
Fatto osservabile	Che cosa è accaduto, quando e secondo quale fonte?
Impatto	Cliente, PDV, sicurezza, economico, reputazione, continuità.
Aspettativa	Che cosa si aspettava il PDV/cliente e da dove nasceva?
Condizione/SLA	Quale regola, copertura o tempo si applicava?
Classificazione	Reale / apparente / ambiguo; livello di certezza.
Owner e next update	Chi prende in carico e quando aggiorna?
Esito e conferma	Soluzione, comprensione e conferma di chiusura.
Prevenzione	Causa radice, azione, owner e verifica a 30/60 giorni.

A.3 Registro degli esperimenti commerciali

Campo	Contenuto
Segmento	Quali PDV/clienti/prospect e perché
Ipotesi	Se facciamo X, allora Y cambierà perché...
Intervento	Script, proposta, canale, frequenza e periodo
Metriche	Offer rate, conversione, valore, qualità, feedback
Guardrail	Reclami, cancellazioni, informazioni errate, carico PDV
Esito	Continuare, adattare, interrompere

A.4 Checklist di avvio

- Sponsor, program owner e data lead nominati.
- Definizioni KPI approvate e coerenti tra sistemi.
- Otto settimane di baseline disponibili o pianificate.
- Coorti bilanciate e ordine di avvio definito prima di osservare i risultati.
- SLA, tassonomia casi e protocollo di escalation validati dagli SME.
- Pulse PDV testata su un piccolo campione; carico ≤ 60 secondi.
- Rubrica simulazione calibrata tra valutatori.
- Piano privacy separato per survey e HRV opzionale.
- Piano statistico e outcome primari congelati prima dell'analisi.
- Criteri GO/ADAPT/STOP approvati dallo steering.

B / FONTI E RIFERIMENTI

Fonti e riferimenti

Riferimenti metodologici essenziali usati per il disegno.

- [1] Hemming K, et al. Reporting of stepped wedge cluster randomised trials: extension of the CONSORT 2010 statement. *BMJ*. 2018;363:k1614. DOI: 10.1136/bmj.k1614. [Apri la fonte](#)
- [2] Oforha BC, et al. Analysing cluster randomised controlled trials using generalized linear mixed models: a practical guide. *BMC Medical Research Methodology*. 2023. [Apri la fonte](#)
- [3] French B. Mixed-effects Models for Longitudinal Data Analysis. SISCER, University of Washington/Vanderbilt. 2021. [Apri la fonte](#)
- [4] Lehrer PM, et al. Heart Rate Variability Biofeedback Improves Emotional and Physical Health and Performance: A Systematic Review and Meta Analysis. *Appl Psychophysiol Biofeedback*. 2020;45:109-129. DOI: 10.1007/s10484-020-09466-z. [Apri la fonte](#)
- [5] Task Force of the ESC and NASPE. Heart rate variability: standards of measurement, physiological interpretation and clinical use. *Circulation*. 1996;93:1043-1065. DOI: 10.1161/01.CIR.93.5.1043. [Apri la fonte](#)
- [6] Vagedes J, et al. Mobile Heart Rate Variability Biofeedback for Work-Related Stress in Employees. 2024/2025. [Apri la fonte](#)
- [7] Blaser BL, et al. The effect of a single-session HRV biofeedback intervention on cognitive performance in highly stressed individuals. *Frontiers in Psychology*. 2023. [Apri la fonte](#)
- [8] Cohen S, Kamarck T, Mermelstein R. A global measure of perceived stress. *Journal of Health and Social Behavior*. 1983;24:385-396. DOI: 10.2307/2136404. [Apri la fonte](#)
- [9] European Data Protection Board. Practical data protection guidance and GDPR resources. [Apri la fonte](#)

Avvertenza

Questo documento è un protocollo progettuale e divulgativo. Le soglie KPI devono essere confermate sui dati reali; le analisi richiedono competenza statistica; le misure HRV non hanno finalità diagnostica o terapeutica. Prima dell'uso organizzativo occorre validare procedure, basi informative, privacy, ruoli e comunicazione con le funzioni competenti.