

Проект: «Создание и продвижение медицинского информационного портала zdrav.tomsk.ru»



«Лучший PR-проект в INTERNET» (Всероссийская премия за достижения в области связей с общественностью «Белое крыло – 2008»)

Авторы: Д.С. Несветайло, Ю.А. Третьякова

Заказчик: Департамент здравоохранения Томской области

Сроки реализации: 01.03.2008 – 01.03.2010

The screenshot shows the homepage of the official website of the Department of Health of the Tomsk Region. The header features the department's logo, name, and a search bar. Below the header is a navigation menu with links to 'Главная', 'Департамент', 'Для населения', 'Приоритетный национальный проект', 'Целевые программы', 'Официально', and 'Обратная связь'. The main content area is divided into 'Информация' and 'Актуально в медицине'. Under 'Информация', there is a featured article titled 'Программа модернизации здравоохранения' and a sidebar with links to 'Фотоархив', 'Центры здоровья', 'СМИ о медицине', 'Наша газета', 'Запись в поликлинику', and 'Аттестация и обучение'. Under 'Актуально в медицине', there is a 'Новости' section with a list of recent news items and an 'Анонсы' section with upcoming events. On the right side, there are several category buttons: 'Материнство и детство', 'Учреждения здравоохранения', 'Статистика', 'Семейная медицина', and 'Экономисту'. At the bottom right, there is a link to 'Подпишитесь на рассылку новостей сайта!'.

Проблематика

Приоритетом современного социального государства является здоровье и понимание его как главного ресурса для достижения национального благосостояния и обеспечения высокого уровня безопасности жизнедеятельности. Основанный на данном принципе национальный проект «Здоровье» был реализован на территории регионов России в период с 2004 по 2008 годы. В настоящее время отработанные в рамках нацпроекта подходы интегрированы в стратегическую концепцию развития здравоохранения России до 2020 года.

Ключевой задачей современной системы здравоохранения является повышение качества и доступности медицинской помощи, поскольку категория «здоровье» все больше приобретает социально-экономическое значение для страны. Для этого необходимо объединение усилий всех участников рынка медицинских услуг – государства, работников системы здравоохранения и пациентов. Их эффективное взаимодействие возможно при создании системы устойчивых связей, то есть стратегического альянса, цель которого – обеспечение оптимального уровня здоровья населения. На стратегическом уровне решение данного вопроса возможно путем формирования общей коммуникативной политики со стороны государства, способствующей образованию альянса. Инструментом тактического уровня являются технологии связей с общественностью (PR). Среди всех многочисленных средств PR наиболее перспективным и эффективным является Интернет. Он позволяет создать открытое информационное пространство, где каждый пользователь имеет равные права в получении и предоставлении информации. PR-технологии, как часть коммуникативной политики, могут служить средством ликвидации проблем асимметричности информации, ограниченных возможностей для объективной оценки и последующего выбора поставщика медицинских услуг, а также высоких

транзакционных издержек. В конечном итоге, применение PR в здравоохранении оказывает прямое влияние на повышение качества медицинской помощи.

Целевая аудитория

Основная целевая аудитория – экономически активное молодое население, расценивающее здоровье как собственный капитал.

Краткая характеристика потребителей итоговой информации:

- Возраст – 19 - 45 лет;
- Образование – преимущественно высшее и неоконченное высшее;
- Пол – преимущественно женский;
- Работа – студенты, домохозяйки, государственные служащие, специалисты коммерческих предприятий, работники системы здравоохранения и образования.

Наличие преимущественно молодой аудитории не удивительно в целом для интернет-сайтов, но для официального сайта органа государственной власти является очень позитивным моментом, поскольку дает возможность управлять интересами подрастающего поколения.

Цели и задачи проекта

Цель проекта – образование стойких коммуникационных связей (стратегического альянса) между всеми субъектами системы здравоохранения.

Задачи проекта:

- провести исследование общественного мнения по вопросам информированности населения о возможностях системы

здравоохранения и итогах реализации приоритетного национального проекта «Здоровье», а также на предмет потребности жителей региона в электронных ресурсах о здоровье;

- создать интернет-портал, удовлетворяющий потребности населения, работников здравоохранения и органов государственной власти;
- провести PR-кампанию по продвижению ресурса;
- оценить эффективность мероприятий и дать рекомендации по дальнейшему развитию ресурса.

Коммуникационная стратегия

Ключевые положения коммуникационной стратегии:

- выявление и развитие интереса пользователей интернета к актуальной и необходимой медицинской информации (представленной в нужном ключе);
- вовлечение экономически активного населения в диалог с властью, формируя при этом позитивное мнение о деятельности государственных структур;
- организация возможности публичной дискуссии между населением, работниками системы здравоохранения и властью, с возможностями контроля общественного мнения и получения оценки реформирования системы непосредственно от конечного пользователя услуг (пациента);
- образование системы устойчивых связей, основанных на принципах маркетинга партнерских отношений между субъектами системы здравоохранения (как результат).

Тактика, креативные решения:

- выпуск периодического печатного издания (газеты) с названием, аналогичным доменному имени сайта (zdrav.tomsk.ru), а также активной рекламой ресурса в материалах, публикуемых в газете. Распространение издания в точках максимального скопления необходимой аудитории (медицинские учреждения, высшие учебные заведения);
- формулирование «сухой» официальной информации в простом понятном виде;
- применение «свежих» стилей и форм визуализации информации (оформления сайта и полиграфии);
- использование таких форм контакта с аудиторией, к которым нечасто прибегают государственные структуры (рекламные баннеры, общение в форумах и чатах и т.д.);
- применение методов агрессивной социальной рекламы, провоцирующей мгновенную реакцию молодой аудитории;
- проникновение в среды, не занятые ранее государственными структурами (музыкальные и развлекательные интернет-сайты);
- присоединение к необходимой для усвоения аудиторией «сложной» информации более простую, понятную и популярную информацию, для облегчения усвоения первой и формирования лояльности пользователей в целом к ресурсу.

Практические действия

На первом этапе был проведен анализ информационной среды в здравоохранении Томской области, который выявил проблемы асимметричности и монополизации информации, неинформированность населения о возможностях системы здравоохранения, отсутствие партнерских связей между субъектами рынка и необходимость создания единого информационного пространства. Одновременно с этим, социологическое исследование показало, что электронные медицинские ресурсы интересны и востребованы. По результатам исследования была выявлена и основная целевая аудитория.

На втором этапе был разработан сайт zdrav.tomsk.ru с модулями и разделами, необходимыми для удобства обмена информацией всеми участниками стратегического альянса в здравоохранении. Основными модулями сайта стали:

- систематизированная база данных нормативно-правовой информации по теме здравоохранения регионального и федерального уровней (законы, приказы, постановления, письма МЗСР и ДЗТО);
- систематизированная база данных всех медицинских организаций региона (персональные страницы учреждений);
- раздел новостей медицины регионального уровня;
- мониторинг региональной и федеральной прессы;
- профилактический раздел для населения (с описанием заболеваний и рекомендациями по профилактике);
- раздел проектов и программ системы здравоохранения (подробное описание всех направлений проектов, статистика финансирования и результатов);
- статистический раздел (полная оперативная информация об изменении медико-статистических показателей здоровья населения);
- одна неделя из жизни томского здравоохранения;

- раздел обратной связи и онлайн консультаций специалистов Департамента здравоохранения (за первый год работы раздела в адрес сайта поступило более 1500 обращений и жалоб на некачественную медицинскую помощь);
- раздел онлайн записи на прием к специалистам во все поликлиники Томской области.

Следует отметить, что в части работы над разделом обратной связи была разработана удобная система обработки обращений, включающая этап распределения вопросов по специалистам, контроль за получением ответов, согласование ответов с начальником департамента.

Внедренный в сайт модуль записи на прием позволяет пользователю просмотреть расписание нужного специалиста, выбрать свободное время и, используя данные страхового полиса, записаться на прием.

Отдельного внимания заслуживает раздел «Одна неделя из жизни томского здравоохранения». Приказом ДЗТО была утверждена форма ежемесячной оперативной отчетности ЛПУ о событиях, произошедших внутри учреждения (профилактические акции, конференции, выездная работа, уникальные операции, рекорды медицины, установка нового оборудования и т.д.). На основе полученных данных составляется еженедельный обзор событий регионального здравоохранения. Цель – рассказать каждому пользователю сайта как проходят рабочие будни медицинских работников, какие меры предпринимаются для улучшения качества оказания медицинской помощи, а также поощрить ответственных специалистов.

Помимо указанных выше, на сайте открыты следующие разделы: видеоархив, фотоальбом, голосования, права граждан, структура департамента, история томской медицины, рекорды и выдающиеся личности томской медицины, медицинские стандарты, диспансеризация, программное обеспечение, вакансии в медицинских организациях области и многое другое.

Третьим этапом стало планирование финансовых затрат на администрирование и продвижение сайта. Согласно плану было предусмотрено финансирование проекта в размере 960 000 рублей на 2 года работы.

Заключительным этапом реализации проекта стало проведение масштабной рекламной кампании в поддержку сайта, которая задействовала печатные издания, радиопрограммы и баннерную рекламу в Интернете.

Согласно необходимой целевой аудитории выбран ряд рейтинговых музыкальных и развлекательных сайтов, где были размещены тематические баннеры по различным медико-социальным проблемам (распространение СПИД, заболеваемость раком, свиным гриппом, паразитарные инвазии и т.д.). При проектировании баннеров были применены методы агрессивной социальной рекламы.

Для привлечения на сайт дополнительной аудитории, имеющей потенциальную возможность выхода в интернет, но по каким-то причинам не посещающей указанные выше сайты, была учреждена ежемесячная медицинская газета. Название газеты аналогично доменному имени сайта – «ZDRAV.TOMSK.RU», наполнение – печатные версии материалов сайта. Газета распространяется бесплатно в холлах 55 лечебных учреждений Томской области и 3 вузах города (тираж 10 000 экз.).

Также после анализа целевой аудитории радиостанций для проката рекламных роликов были выбраны «Европа плюс» (полное совпадение необходимой аудитории), «Русское радио» («универсальное» радио, охватывающее максимальное число социальных групп населения).

Результаты

Результатом проведенной кампании стал резкий рост посещаемости сайта (со 100-200 до 3000-6000 посещений в сутки) и установление стабильно

высокого показателя в динамике за 2 года. Следует отметить, что на второй год рекламных мероприятий были оставлены только поддерживающая реклама на нескольких сайтах и медицинская газета «ZDRAV.TOMSK.RU», что не привело к снижению посещаемости сайта. Отдаленным результатом рекламной кампании стала активизация интеграции ЛПУ региона в информационное пространство за счет подключения к общей системе электронной записи на прием, а также создания собственных корпоративных сайтов.

Результаты внедрения сайта в информационно пространство региона можно рассмотреть на нескольких уровнях:

- технико-экономический уровень: экономия общих издержек производства медицинских услуг путем удешевления информации как ресурса;
- организационно-экономический уровень: экономия транзакционных издержек путем сокращения неполноты и асимметричности информации, преодоление монополии на информацию, создание информационной структуры ЛПУ, интеграция медико-социальной и экономической деятельности ЛПУ;
- социально-экономический уровень: развитие здравоохранения и как следствие - улучшение показателей здоровья населения (за счет сокращения сроков ожидания консультаций и обследований), снижение нетрудоспособности (за счет оперативного направления на высокотехнологичные операции), формирование менеджмента, основанного на долгосрочных партнерских связях, активизация процесса интеграции ЛПУ в единое информационное пространство, рост социальной интеграции за счет обеспечения равного доступа населения к информационным ресурсам, становление альянса субъектов здравоохранения.

В настоящее время здравоохранение Томской области имеет в распоряжении бесперебойно функционирующий ресурс, отвечающий всем необходимым запросам пользователей, поддерживающий взаимодействие региональных государственных структур, работников системы здравоохранения и пациентов. Сайт стабильно пользуется высокой популярностью пользователей Интернета – пациентов и специалистов в области здравоохранения (входит в рейтинг 100 самых посещаемых сайтов Томской области по данным metka.ru и занимает 1 место среди сайтов медицинской тематики), имеет высокий уровень цитируемости в СМИ и официальных документах государственных структур.

За 2 года реализации проекта сайт был отмечен наградами:

- диплом первой степени в номинации «Лучший PR проект в INTERNET – 2008» уральской премии за достижения в сфере связей с общественностью «Белое крыло»;
- диплом третьей степени ежегодного конкурса Интернет-проектов и on-line-страниц печатных и электронных СМИ (Департамента по информационной политике и работе с общественностью Томской области) в номинации «Лучший Интернет-проект» (2009);
- медалью конкурса «Сибирские Афины» в номинации «Методы и средства профилактики и оздоровления» (2009).

С марта 2010 года данная концепция реализуется на федеральном уровне – в ФГУ «ЦНИИОИЗ Минздравсоцразвития РФ» (www.mednet.ru).