

Salerno

25 giugno 2014

Salone dei Marmi - Palazzo di Città

## WORKSHOP CONGIUNTO **GISMA-ONS**

La comunicazione  
nello screening  
mammografico:  
da dove partiamo  
e dove vorremmo  
arrivare

**Esperienze italiane di nuove strategie di  
comunicazione**

Chiara Fedato

Registro Tumori del Veneto



# QUESTIONARIO

**132** programmi aderenti al GISMa

**102** hanno risposto al questionario

**71 (70%) MAIL**

**76 (74%) SITO WEB**

**2+1 (2%) SOCIAL NETWORK**

**10 (10%) SMS**

# ESPERIENZA DI CHI UTILIZZA I SOCIAL NETWORK IN AMBITO DI SCREENING

## •PROGRAMMA ASL IMPERIA

- FACEBOOK, TWITTER, VIDEO YUOTUBE

## •PROGRAMMA ASL PALERMO

- FACEBOOK

# PROGRAMMA ASL IMPERIA

## Contesto

- Ufficio comunicazione aziendale (URP)
- Il tutto è inserito all'interno del progetto aziendale di comunicazione sulla salute e la prevenzione
- Personale dedicato e formazione specifica (sociologhe e scienze della comunicazione) + 1 tecnico (audio/video)
- Esperienza giovane (meno di 2 anni)
- Pagina FACEBOOK dell'ASL di Imperia, all'interno del sito aziendale

# Contenuti

- Comunicazioni di servizio (cambi orario, chiusure punti prelievo..)
- Lancio di eventi di promozione alla salute o di incontri informativi con la comunità
- Alert alimentari
- Comunicazioni rivolte alle scuole
- Postato dei video promozionali, dei veri e propri spot "fatti in casa" ([asl1@liguria.it](mailto:asl1@liguria.it)),
- Screening: variazioni di punti prelievo, aperture di nuovi punti, incontri con la popolazione= Comunicazioni di servizio e lancio di eventi

# PROGRAMMA ASL PALERMO

## Contesto

- Ditta esterna manutenzione sito
- Il tutto è inserito all'interno del progetto screening
- Nasce con l'avvio dello screening e della relativa campagna di sensibilizzazione (2011)
- Personale medico "appassionato e sensibile"
- pagina FACEBOOK del programma di screening di Palermo, all'interno della pagina web dedicata allo screening

# Contenuti

- Lancio di eventi di promozione alla salute o di incontri informativi con la comunità
- Comunicazioni di servizio (cambi orario, chiusure punti prelievo..)

# Utilizzatori

- Accessi: donne tra 40 e 60
- maggiori condivisioni, maggior richiesta di informazioni o scambio di informazione, non viene registrata nel programma di screening, bensì su altri **temi "caldi"**: alert alimentari (ritiro merendine, ect..), alert veterinari
- I commenti da parte degli utilizzatori sono poco frequenti (spesso x n verde intasato..)
- Nel caso di domande si risponde immediatamente, rinviando ad una dinamica telefonica x una risp più completa -> Controllo giornaliero



# Caratteristiche

## Pro

- Immediatezza dell'informazione
- Dinamicità
- Viralità del messaggio
- Strumento versatile
- Economico

## Contro

- Controllo giornaliero
- Risposta immediata
- 'Visibilità-risonanza delle criticità'

# Twitter

- Utilizzato solo da 1 Programma (Imperia)
- Come 'social di riserva'
- Numeri più piccoli rispetto a FB
- Solo 140 caratteri per "dire qualcosa"
- Difficile creare "follower": coloro che leggono i nostri messaggi
- Per mantenere alta l'attenzione -> n° elevato di follower -> messaggi devono essere frequenti e fruibili
- screening quale tipo di messaggi può dare e con quale frequenza per poter raggiungere un numero adeguato di "follower"?
- Per trovare persone interessate ai tuoi temi, identifica leader (esperti in settori temi collegati) -> interagendo con loro attirare i suoi "follower"

# SMS

- Comunicazione stringata
- Utilizzati per:
  - un messaggio di rinforzo/promozione una tantum
  - ricorda l'appuntamento di screening (1 o 2 liv);
- Costi:
  - di integrazione gestionale cup-gestionale scr
  - dell'SMS
- La reperibilità dei numeri di cellulari nelle anagrafi ed il loro aggiornamento
- Strumento di 'supporto', che integra quelli più tradizionali (lettera di invito, sollecito, chiamata telefonica, mmg)

# PROGRAMMA ASL CHIAVARI "CONTO CORRENTE SALUTE"

- Fascicolo sanitario informatizzato: tutti i referti dell'utente (di screening e non) eseguiti nell'asl
- Piattaforma web
- Si accede tramite utente e password
- Viene assegnato gratuitamente (p. accett/nascita)
- Non vengono più spedite le lettere di risposta negativa
- Nel caso di test positivo di screening, la chiamata telefonica precede la visualizzazione del referto nel sito

# PROGRAMMA ASL CHIAVARI "CONTO CORRENTE SALUTE"

- È in fase di copertura di tutta la popolazione
- È possibile autorizzare un 'delegato'
- Integrato con sistema informativo dei MMG
- Per la realizzazione:
  - Fase di istruttoria amministrativa e di analisi tecnica
  - Costi di implementazione
- Si sono ottenuti dei vantaggi in termini di flessibilità e di efficienza, e riduzioni di costi spedizione, tempo utente nel caso del ritiro diretto

# Spunti di riflessione

- “Nuovi strumenti” devono entrare in un Sistema Integrato di comunicazione (lettera, sollecito, volantino, radio e tv locali, rubriche su periodici dedicati)
- È necessaria la compresenza e contemporaneità di più canali che diano messaggi univoci per colpire target diversi di popolazione (età, condizioni economico-sociali..)
- Sono strumenti IMMEDIATI, non ci sono tempi morti, raggiungono immediatamente una fascia ampia di popolazione con un “clic”
- Economici: utilizzo social “non ha costi”
- Sinergia con risorse aziendali già disponibili
- Richiede un controllo costante per poter dare risposte tempestive (personale preparato e dedicato)
- Canale comunicazione da “non perdere”, visto l'utilizzo delle nuove generazioni



GRAZIE PER  
L'ATTENZIONE

Grazie ai colleghi:

Susanna Erba, Cristina  
Maglio, Sonia Dall'Olio,  
Gianluca Diacono, L. Mario  
Valenza, Livia Giordano,  
Marco Petrella