



Piano di Formazione Nazionale - PFN 2024

Modulo 8

LABORATORIO

“Supporto all’implementazione dei prodotti del progetto TSI DIGITAL SKILLS”

**UL 3 - “Linee Operative Comunicazione FSE 2.0
e Raccomandazioni sulle azioni di comunicazione e formazione FSE 2.0”
II PARTE**

-  Analisi dello scenario
-  Strategia attuativa
-  Contenuti
-  Monitoraggio e risorse

IDENTIFICAZIONE DEL TARGET

- **Macro-cluster 1:** Medici di Medicina Generale e Pediatri di Libera Scelta
- **Macro-cluster 2:** personale medico, infermieristico e altri professionisti
- **Macro-Macro-cluster 3:** organi direttivi e personale tecnico-amministrativo.



DECLINAZIONE DELLE AZIONI DI POTENZIAMENTO E DEI VANTAGGI DEL FSE 2.0

OBIETTIVI E DIRETTRICI DI AZIONE

Accesso: creare un **FSE omogeneo nel territorio regionale** che rappresenti l'unico ed esclusivo punto di accesso per gli assistiti ai servizi SSN

MACRO - TARGET

Medici di Medicina Generale e Pediatri di Libera Scelta
Personale medico, infermieristico e altri professionisti

AZIONE

- 1) **Produrre la documentazione clinica digitale** richiesta (es. Patient Summary, referti e documenti clinici di ricovero ed ambulatoriali) con continuità e completezza per alimentare il FSE
- 2) **Utilizzo dei servizi FSE** messi a disposizione dalla propria Regione/PPA nella pratica clinica
- 3) **Raccolta del consenso** alla consultazione FSE per i propri assistiti (storici e di nuovo inserimento) per la finalità di cura



INQUADRAMENTO DEGLI OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

GRUPPO	OBIETTIVO DI COMUNICAZIONE RISPETTO AI PIANI OPERATIVI
ALIMENTAZIONE FSE	<ul style="list-style-type: none"> • Far comprendere l'importanza di raggiungere la percentuale di alimentazione del FSE attesa • Far comprendere l'importanza dell'uso della firma digitale e aumentare la percentuale di documenti firmati in formato PADES (firma digitale) • Incrementare l'invio o l'aggiornamento di documenti nel FSE • Aumentare la percentuale di indicizzazione sul FSE e raggiungere gli obiettivi di indicizzazione attesi
CONSULTAZIONE ED ULTERIORI SERVIZI FSE	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementare l'uso del FSE, anche attraverso il proprio applicativo, per la ricerca e consultazione dei documenti e altri servizi online previsti nelle Linee Guida di Attuazione FSE • Aumentare l'utilizzo del FSE dedicato agli operatori in consultazione • Incrementare la raccolta del consenso alla consultazione e l'utilizzo del FSE per finalità di diagnosi e cura
PROMOZIONE FSE	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione generica sull'esistenza del FSE, le funzionalità e i vantaggi per incrementarne l'alimentazione e l'uso • Incrementare la consapevolezza del FSE da parte degli operatori per favorire la loro promozione attiva verso i cittadini
DATI FSE	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementare la comunicazione e la consapevolezza connessa all'utilizzo del dato clinico digitale offerta dalla nuova visione del FSE
FORMAZIONE FSE	<ul style="list-style-type: none"> • Promuovere le iniziative di formazione inerenti al Fascicolo

COSTRUZIONE DEI MESSAGGI CHIAVE



Curva della Comunicazione

COSTRUZIONE DEI MESSAGGI CHIAVE

TARGET DI RIFERIMENTO	TIPOLOGIA DI MESSAGGIO CHIAVE
Target 1 (MMG/PLS) e 2 (Personale medico, infermieristico ed altri professionisti)	<ul style="list-style-type: none">• contenuti ad alto impatto visivo• tono di voce coinvolgente e dinamico• contenuti dal taglio fortemente pratico, esemplificativo e illustrativo
Macrocategoria 3 (Organi direttivi e personale amministrativo),	<ul style="list-style-type: none">• tono comunicativo formale ma semplice• porre l'accento sugli aspetti normativi correlati al FSE 2.0

IDENTIFICAZIONE DEI CANALI

Comunicazione offline

Comunicazione online

Eventi

COMUNICAZIONE ONLINE & OFFLINE

Comunicazione offline

- Comunicazioni formali (es. circolari, presentazioni)
- Comunicazioni interne (cartellonistica, immagini per monitor aziendali)
- Materiale informativo cartaceo (come locandine, brochure, flyer, ecc.)
- Comunicati stampa e spot promozionali

Comunicazione online

- Siti web e portali aziendali (intranet)
- Social network, community e blog virtuali
- E-mail e newsletter
- Dashboard consultabili

ORGANIZZAZIONE EVENTI

Eventi

- Eventi istituzionali (es. Kick-Off, Regioni e Strutture Sanitarie Pubbliche)
- Eventi informativi (es. workshop)
- Fiere, mostre e congressi
- Webinar

-  Analisi dello scenario
-  Strategia attuativa
-  Contenuti
-  Monitoraggio e risorse

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI

Strumenti di Monitoraggio



Strumenti Qualitativi:

- Sondaggi
- Focus-group e interviste

Strumenti Quantitativi:

- KPI misurabili

RISORSE

1. Risorse professionali e specialistiche:

- Communication Project Manager
- Digital Health Communication Specialist
- Copywriter
- Graphic Designer
- Content Manager
- Social Media Manager
- Web Developer
- Video Maker
- Data Communications Analyst

2. Risorse tecnologiche

- Software di gestione dei social media
- Software di gestione dei contenuti
- Software per la grafica
- Strumenti di analisi dei dati
- Strumenti di gestione dei progetti
- Attrezzature audiovisive per event

3. Risorse per la creazione dei contenuti e dei supporti di comunicazione

4. Risorse di collaborazione e networking

5. Risorse logistiche

