

---

## PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

VAMED MEDITERRA: reputace regionálních nemocnic přesahující region

Projekt byl navržen a proveden pro:

VAMED MEDITERRA

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AMI Communications

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Media relations

Oborové kategorie:

II.3 Zdravotnictví

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Tereza Staňková

Firma/organizace: AMI Communications

Stručné shrnutí projektu:

V rámci dlouhodobé komunikace VAMED MEDITERRA kontinuálně vytváříme pozitivní mediální obraz všech zdravotnických zařízení skupiny. Zaměřujeme se na lékařská témata, která zajímají pacienty i mimo region působnosti daného zařízení. Díky systematickým komunikačním aktivitám AMI se z regionálních nemocnic stávají respektovaná zdravotnická zařízení s výjimečným prostředím. Cílená medializace vede ke zvýšení reputace jednotlivých nemocnic, které vyhledávají pacienti z daného regionu i ti mimo něj

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Vhodnou komunikační strategií navrženou AMI dosáhnout zvýšení povědomí o všech zařízeních, které provozuje skupina VAMED MEDITERRA a budovat reputaci přesahující regionální rozměr. V rámci nastavené komunikace primárně necílit na témata vztahující se ke koronaviru, ale zaměřovat se na běžné zdravotní problémy. Výběrem vhodných médií oslovit nejen pacienty ve spádovém regionu, ale také mimo něj.

Strategie:

Vyzdvihnout individuální až rodinný přístup v regionálních zařízeních.

Představit tato zařízení jako vhodnou alternativu fakultních a jiných velkých nemocnic (v Praze a dalších velkých městech).

Zaměřovat se na témata důležitá pro region prostřednictvím regionálních médií.

Zaměřovat se na témata důležitá celostátně/pro celou skupinu a zprostředkovat je v celostátních médiích.

Reagovat citlivě na situaci ohledně onemocnění COVID-19, ale uměle téma nepřizívat a nedávat zbytečné záminky k tomu, aby se onemocnění řešilo ve spojitosti se zařízeními skupiny jen proto, že je téma novináři žádané. S vědomím společenské odpovědnosti se v dané situaci v oblasti PR na tématu neobohacovat. Cíleně vyhledávat jiná kvalitní témata.

Medializovat domluvená témata pomocí klasických PR nástrojů.

Nástroje a aktivity

Se skupinou VAMED MEDITERRA spolupracujeme přes 10 let a po celou dobu se zaměřujeme na medializaci témat pomocí klasických PR nástrojů – tiskové zprávy, tisková prohlášení, press kity, PR články, newslettery, rozhovory v tištěných a online médiích, v TV i rozhlasu.

Rozhovory s odborníky v pořadech jako je Snídaně s Novou, v pořadech Českého rozhlasu a v tištěných a online nejen odborných či lifestyleově zaměřených médiích.

Tiskové zprávy o modernizaci prostředí a vybavení nemocnic, o charitativních akcích spojených s daným zdravotnickým zařízením.

Press kity, např. na témata distanční telerehabilitace, trendy v rehabilitaci po cévní mozkové příhodě, kinesiotaping pro ženy nejen v těhotenství, domácí zdravotní péče.

Ostatní mediální výstupy týkající se jednotlivých specializací zařízení.

Výsledky:

Dlouhodobou medializací jednotlivých témat se nemocnice a porodnice dostaly do povědomí pacientů v hlavním městě a dalších větších městech.

Regionální nemocnice ze skupiny jsou vyhledávanými zařízeními pro svůj individuální přístup a rodinné prostředí – běžnou praxí je, že i ženy z hlavního města rodí v porodnici Neratovice nebo Mělník. Počet výstupů činil v roce 2020 a 2021 355 výstupů. Za toto období měla publicita dosah 89 milionů lidí. Naše výstupy se objevily v regionálních i celostátních médiích.