
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Preventivně-osvětový program_20 let klinik Pardubické nemocnice

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Nemocnice Pardubického kraje, a. s., oddělení komunikace a marketingu

Přihlašujeme do:

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: Kateřina Semrádová

Firma/organizace: Nemocnice Pardubického kraje, a. s.

Stručné shrnutí projektu:

V návaznosti na nově založený Ústav zdravotnických studií vznikly v roce 2002 v Pardubické nemocnici první tři kliniky. V roce 2022 oslavily společně 20 let fungování. Jakým způsobem se za 20 let proměnila péče o pacienty, jak se změnil život zdravotníků a jak se změnila jednotlivá pracoviště? To všechno byly otázky, na které hledala odpovědi kampaň, kterou k tomuto výročí připravilo oddělení komunikace a marketingu. V průběhu tak vzniklo 15 rozhovorů, téměř 350 fotografií a necelá desítky videí, které dohromady mapovaly život na odděleních před 20 lety a teď. Projekt jako takový fungoval jako samostatná výstava, prezentační prostor jednotlivých klinik, ale také jako součást HR marketingových aktivit nemocnice. Oddělení pak pod hlavičkou projektu realizovala preventivně-osvětové akce jako Den hlasu, Den sluchu a prevence karcinomu rekta.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním projektu bylo představit veřejnosti, jakým způsobem se za uplynulých 20 let proměnila péče o pacienty a jak se změnilo jednotlivé zdravotnické provozy. Ať už šlo o personál a jeho kompetence nebo technologie či vybavení.

Cílem projektu pak bylo představit veřejnosti zákulisí největších pracovišť Pardubické nemocnice a na příbězích jednotlivých zdravotníků ukázat, jak různorodá a pestrá je práce ve zdravotnictví.

Cílové skupiny - veřejnost, současná a potenciální zaměstnanci

Strategie:

V rámci přípravy projektu byly jednotlivé aktivity plánovány tak, aby mohly fungovat i samostatně. Jednotlivé rozhovory, které vznikaly pro potřeby panelové výstavy proto našly uplatnění jako PR články, placená inzerce nebo příspěvky na sociálních sítích. Videá s rozhovory se pak do současnosti využívají na veletrzích práce. Základem projektu tak byla putovní panelová výstava (umístěna na zámku Pardubice, v areálu Pardubické nemocnice a v prostorách jednotlivých klinik), která návštěvníkům umožnila získat nejen základní informace, ale v případě zájmu je prostřednictvím QR kódu navedla k podrobnějšímu popisu, seznámila s příběhem konkrétní osoby nebo nabídla odkaz na video.

Nástroje a aktivity:

Panelová výstava - 14 velkoformátových panelů (indoor i outdoor)

Webové stránky nemocnice

Sociální sítě - facebook, instagram, youtube

Placená inzerce

PR články

Firemní časopis Dotek, firemní newsletter

Intranet

Eventy pod hlavičkou projektu - Den hlasu, Den sluchu

Výsledky:

Stovky návštěvníků výstavy na zámku Pardubice a v areálu Pardubické nemocnice

50 000 oslovených na facebooku

přes 1000 zhlédnutí na youtube

2500 přístupů na webových stránkách

2 příspěvky v placené online kampani iDnes.cz - cca 6000 prokliků

250 lidí vyšetřených v rámci preventivních akcí

Weblinky:

<https://pardubice.nempk.cz/informace/20-let-klinik-pardubicke-nemocnice>, <https://pardubice.nempk.cz/informace/chirurgicka-klinika-20-let>,

<https://pardubice.nempk.cz/informace/orl-klinika-20-let>, <https://pardubice.nempk.cz/informace/interni-klinika-20-let>