



# Методические рекомендации по информационной работе по теме: «ЗАПИСЬ К ВРАЧАМ УЗКОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ»

## 1. Общие рекомендации для проведения информационной кампании

Ниже приведены ключевые тезисы, направленные на популяризацию и эффективное продвижение информации о записи к узким специалистам, а также каналы продвижения и примеры целевых аудиторий для использования в работе. Тезисы можно группировать в зависимости от того, какой целевой аудитории адресовано ваше информационное сообщение и какой используется канал коммуникации.

С целью эффективного информационного продвижения алгоритма записи на прием к врачам узкой специализации **необходимо задействовать максимальное количество каналов коммуникаций** для всех групп целевых аудиторий. **Ключевое сообщение необходимо адаптировать** для той целевой аудитории, которой оно адресовано (*сообщение о записи к врачу, адресованное родителям, будет отличаться от сообщения, адресованного пожилым людям*).

Важно также, чтобы у информационных публикаций (*в СМИ и социальных сетях*) была выраженная и очевидная регулярность (*например, ежедневно или еженедельно*)

## 2. Тезисы о записи к врачам узкой специализации

**Почему запись к врачам узкой специализации организована через участкового терапевта:**

- первичный осмотр проводит терапевт — врач с наибольшим врачебным кругозором;
- для установления диагноза и выбора дальнейшей тактики лечения узкому специалисту необходимо иметь результаты дополнительных обследований, направление на которые также может выписать терапевт;
- один и тот же симптом может быть при разных заболеваниях, например, кашель может быть при ОРВИ или при болезнях ЖКТ — терапевт разберется и направит к нужному специалисту на прием;
- получение направления от участкового терапевта позволяет избегать самолечения и самостоятельной постановки диагноза, зачастую ошибочного;

- за счет сокращения числа необоснованных консультаций у врача узкой специализации увеличивается время для работы с теми пациентами, которым действительно нужна его помощь;
- пациентам, стоящим на динамическом наблюдении, доступна самостоятельная запись к профильному специалисту и сохраняется в полном объеме.

### **Как можно записаться к участковому терапевту:**

- Запись через Единый портал государственных услуг;
- Региональный портал государственных медицинских услуг;
- Колл-центр медицинских учреждений региона.
- В регистратуре, в том числе электронной, в медицинском учреждении;

### **Что позволяет сделать Единый портал государственных услуг:**

- Записаться на приём к врачу в поликлинику;
- Записаться для прохождения диспансеризации или профосмотра;
- Перенести или отменить запись к врачу;
- Ознакомиться со своими медицинскими документами;
- Узнать номер электронного полиса ОМС
- Просматривать направления и планировать время посещения врача;
- Записаться на приём по направлению;
- И т.д.

### **3. Целевые аудитории**

Информационное сообщение необходимо адаптировать с учетом целевой аудитории, которой оно адресовано, и использовать набор тезисов, который будет актуален выбранной целевой аудитории.

Информационное сообщение, адресованное этой целевой аудитории может содержать один тезис или несколько тезисов.

### **Примеры целевых аудиторий, которым адресовано сообщение:**

- Родители детей до 18 лет;
- Люди трудоспособного возраста;
- Пожилые люди;
- Беременные женщины;
- Пациенты, получившие направление на госпитализацию/медицинскую реабилитацию или электронный рецепт;
- Ветераны СВО;
- Родители детей-инвалидов;
- Взрослые люди с инвалидностью;
- Трудоспособные граждане, которые давно не проходили диспансеризацию.

#### 4. Каналы и форматы коммуникации

С целью эффективного продвижения и популяризации записи на прием к врачу необходимо задействовать максимальное количество каналов коммуникаций и форматов.

Каналы коммуникации	Форматы коммуникации
Официальный сайт министерства здравоохранения субъекта, официальные сайты медицинских организаций, региональный портал государственных услуг	Новости, лендинг, разъясняющие форматы (как записаться, какие документы нужны, какие сервисы доступны).  Баннер на главных страницах сайтов с призывом записи к участковому врачу для дальнейшей точной постановки диагноза. Любые разъясняющие форматы.
Госпаблики, социальные сети	Карточки, видео, инфографики, экспертные комментарии, почему запись к врачам узкой специальности можно попасть только через терапевта. Любые разъясняющие форматы. Комментарии пациентов.

Медицинские организации (поликлиники, стационары)	Видео-ролики, плакаты, стенды с информацией о том, как попасть к врачу узкой специальности. Любые разъясняющие форматы
СМИ (печатные, ТВ и радио)	Новости, статьи, экспертные комментарии, разъяснения, сюжеты, социальная реклама. Интеграция темы записи к врачу в экспертные комментарии о профилактике, медицинской реабилитации, диспансеризации. Любые разъясняющие форматы. Комментарии пациентов, записавшихся к узкому специалисту через терапевта.