



In un settore come quello sanitario in profondo cambiamento si moltiplicano le iniziative volte a far conoscere meglio le strutture sanitarie. Nell'Istituto G. Giglio nasce così l'idea di realizzare una trasmissione in diretta su Facebook

Ospedale Risponde: la sanità in diretta su Facebook dell'Istituto G. Giglio di Cefalù

Vincenzo Lombardo, Direttore Comunicazione e Ufficio Stampa Fondazione Istituto G. Giglio: "Rappresenta un'innovazione nel modo di comunicare la sanità. È un modo per aumentare la visibilità dei nostri medici e delle nostre strutture a costi praticamente nulli".

L'azienda

La Fondazione Istituto G. Giglio di Cefalù (precedentemente nominata San Raffaele Giglio) nasce nel 2003 da una joint venture con il Centro San Raffaele del Monte Tabor di Milano (fuoriuscito nel 2013) per la gestione dell'ospedale di Cefalù. Primo presidente è stato il professore Umberto Veronesi; oggi la Fondazione è presieduta dal dottor Giovanni Albano.

La Fondazione Giglio, gestisce l'omonimo ospedale, sito a Cefalù in una delle località turistiche più note della Sicilia. È un centro di alta specializzazione, di riferimento regionale e non solo, con una mission indirizzata verso tre direttrici: clinica, ricerca e formazione.

L'attività è sviluppata attraverso diverse specialità cliniche quali: oncologia, neurologia, urologia, cardiologia, orto-trauma, ginecologia, riabilitazione, chirurgia generale e oncologica.

Il contesto

In un mondo sanitario sempre più complesso e aperto alla concorrenza anche gli ospedali hanno la necessità di valorizzare il proprio lavoro e le proprie eccellenze. Aumentare la reputazione, farsi conoscere per quanto riescono e sanno fare. In questo senso i social network sono uno strumento di valorizzazione importante perché favorisce la disintermediazione dei pazienti che possono, in qualche modo, entrare in contatto diretto con chi può curarli e aiutarli a risolvere dei problemi di salute.



Lo strumento -è ovvio- non vuole in alcun modo sostituire il rapporto medico/paziente ma è pensato per mettere in rete materiale informativo di qualità e per dare delle linee guida generali, ma che avvicinano medico e pazienti.

In un contesto in rapido cambiamento e che propone sempre nuove operazioni di marketing, il progetto 'Ospedale risponde' si pone con un modello informativo diretto, semplice, facile da fruire, ma soprattutto abbastanza originale.

L'idea

Il progetto 'Ospedale risponde' con le dirette su Facebook è stato avviato a fine 2017 ed è un format interattivo ideato dalla direzione comunicazione della Fondazione G. Giglio di Cefalù con l'obiettivo di rispondere al bisogno di conoscenza e sapere dei cittadini in campo sanitario e non solo. Lo scopo della rubrica, condotta dal giornalista Vincenzo Lombardo, è anche quello di incidere sugli stili di vita e di comportamento della popolazione al fine di migliorare l'attenzione verso il proprio corpo e la prevenzione. "Conoscere per curarsi" è il motto della trasmissione, sfruttando il social network più diffuso al mondo. Diventa quindi un'informazione medica, a portata del cittadino, anche nei propri device, informazione che non viene più lasciata al solo "dottor Google".

Il format

Il modello informativo è semplice e divulgativo adeguato allo strumento utilizzato. In ogni puntata viene affrontata una patologia (tumori, sclerosi multipla, tiroide, trauma, infarto, ecc) con un medico che risponde in tempo reale alle domande del conduttore e degli utenti Facebook collegati in diretta. Si crea in questo modo un'interazione con il pubblico che contribuisce a focalizzare e illustrare le informazioni di interesse del cittadino/paziente.

Benefici

La trasmissione è giunta alla sua terza edizione e nel corso degli anni ha più che raddoppiato gli ascolti. Nelle prime 8 puntate della nuova stagione sono stati raggiunti 160.948 utenti di Facebook, con 83.257 visualizzazioni dei video in diretta e 12.348 interazioni. In proiezione le 16 puntate del 2018-2019 dovrebbero raggiungere oltre 320.000 persone.