



MARKETING A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE ZDRAVOTNICKÝCH ZAŘÍZENÍ

Ing. Věra Murínová

Hospital Management 2022 25.4. 2022

Představení Nemocnice Karviná - Ráj



Nemocnice Karviná - Ráj, p.o. je zřizována Moravskoslezským krajem a zajišťuje zdravotní péči pro spádovou oblast 180 tisíc obyvatel.

Poskytujeme akutní péči v Karviné – Ráji a následnou péči v pracovišti Orlové.

Pracoviště v Karviné-Ráji poskytuje akutní péči na klinických pracovištích s nadregionálním významem (Moravskoslezské oční centrum, ortopedické oddělení, mamologické centrum a rodinná porodnice)

Pracoviště v Orlové poskytuje následnou péči (NIP, DIOP, oddělení LDN)



1187 zaměstnanců



227 akutních lůžek
188 lůžek následné péče



Role a postavení marketingu v Nemocnici Karviná - Ráj



Stal se důležitým **partnerem vrcholovému managementu.**

Role marketingu v Nemocnici Karviná - Ráj:

- **posilovat** povědomí o spektru poskytované péče
- **podporovat** náborové aktivity
- **zvyšovat** povědomí o značce
- **realizovat a komunikovat** strategické projekty
- **budovat a rozvíjet vztahy** se zřizovatelem a partnery
- **podporovat a udržovat vztahy s médii**

Srozumitelně komunikovat aktuální dění kvalitním obsahem cílovým skupinám.



Komunikace s médii v době koronavirové krize



Klíčová priorita marketingu
Srozumitelný výklad informací
Překlad opatření

Média zprostředkovávala kontinuální zprávy z nemocnice pro veřejnost, která se špatně orientovala ve změti informací.



Stali jsme se vyhledávaným partnerem veřejnoprávních i soukromých médií

Nejčastější témata v komunikaci s médii:

- Reprofilizace provozu nemocnice
- Kapacity odběrového a očkovacího centra
- Kapacity lůžkového fondu pro „covid“ pozitivní pacienty vč. Lůžek ARO/JIP
- Počty nakažených zdravotníků



Nemocnice sama výrazně přispěla k posunu efektivního řízení pandemické krize v České republice prostřednictvím klinické studie srovnávacích antigenních testů. Závěry studie byly prezentovány v impaktovaných zahraničních časopisech.

Nástroje vnější komunikace

Dle cílových skupin

- ON-LINE MARKETING

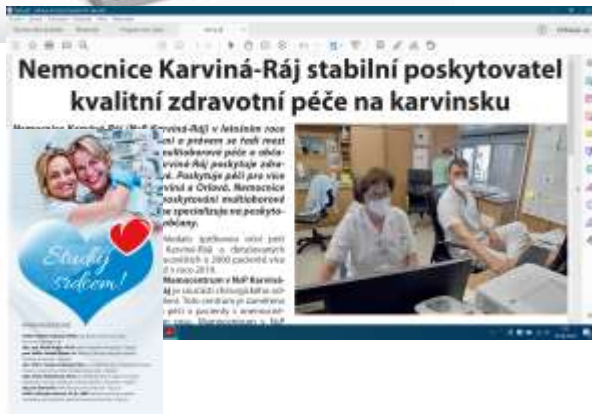


- VZTAHY S MÉDIÍ

- PR NÁSTROJE ➔ ROZVÍJET VZÁJEMNOU DŮVĚRU, POROZUMĚNÍ A KVALITNÍ VZTAHY S VEŘEJNOSTÍ, ZŘIZOVATELEM, PARTNERY A POTENCIÁLNÍMI ZAMĚŠTNANCI

- EVENT MARKETNIG

Poskytnout nemocnici lidskou tvář a visibilitu.



Ukázky dobré praxe

PROJEKT STUDUJ SRDCEM - STUDUJ VŠEOBECNÉ OŠETŘOVATELSTVÍ V KARVINĚ

MORAVSKOSLEZSKÉ OČNÍ CENTRUM - nový vizuál odborných dětských ambulancí

COVID - 19: KLINICKÁ STUDIE 5 ANTIGENNÍCH TESTŮ

KONCEPT NÁBOROVÉ INZERCE

MÁJOVÝ DEN ZDRAVÍ





Děkuji za pozornost