Strategie di comunicazione in oncologia

Cristina Da Rold

Giornalista e Consulente per la Comunicazione e Social Media
Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS).
Fondatrice di HealthCom Program

cristinalaura.darold@gmail.com

Istituto Oncologico Veneto, 26 novembre 2020

1) Perché è importante la comunicazione in ambito oncologico.
2) Il contributo fondamentale dei social media (vecchi e nuovi) nella comunicazione sanitaria.
3) "Strategia", non "tattica": solo così la comunicazione funziona.

1. Perché?

C’è la domanda. Ma la risposta?

- L’**85% dei pazienti usa internet** come fonte di informazione sanitaria

Fonte: ricerca realizzata dalla piattaforma web dedicata alla sanità privata Miodottore.it

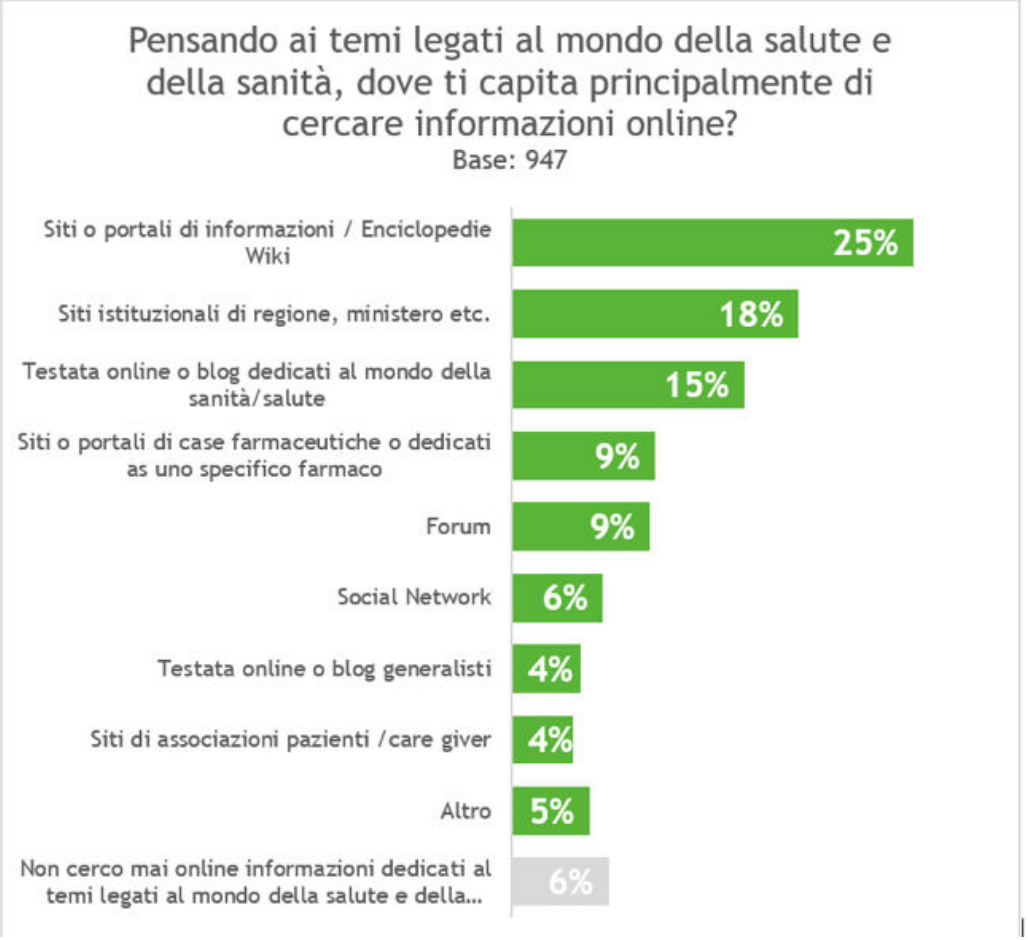
- **il 78% delle 101 ASL italiane esaminate** ha aperto un account su almeno una piattaforma di social media. Al primo posto troviamo YouTube e Facebook scelti dalla metà delle ASL), seguiti da Twitter a cui è iscritto il 39% delle ASL, Google Plus (32%, oggi chiuso), LinkedIn (24%) e Instagram (9%).

Fonte: Comunicazione, social media e sanità: un focus di ricerca, E. Santoro, A. Lovari 2019

Un sondaggio recente

- il **94% degli italiani intervistati** ha dichiarato di cercare informazioni sanitarie in rete

- MA solo il 26% ne parla con il proprio medico



Fonte: Indagine YouGov - L'indagine è stata condotta su un campione di circa 1000 persone rappresentative della popolazione nazionale italiana di età pari o superiore a 18 anni. Il sondaggio è stato condotto online, su panel proprietario YouGov, fra dal 20 al 23 luglio 2018, in base al metodo delle quote.

Questo **gap** è cruciale nella prevenzione

Se non ci sono le istituzioni, **c’è qualcun altro** (ed è peggio)

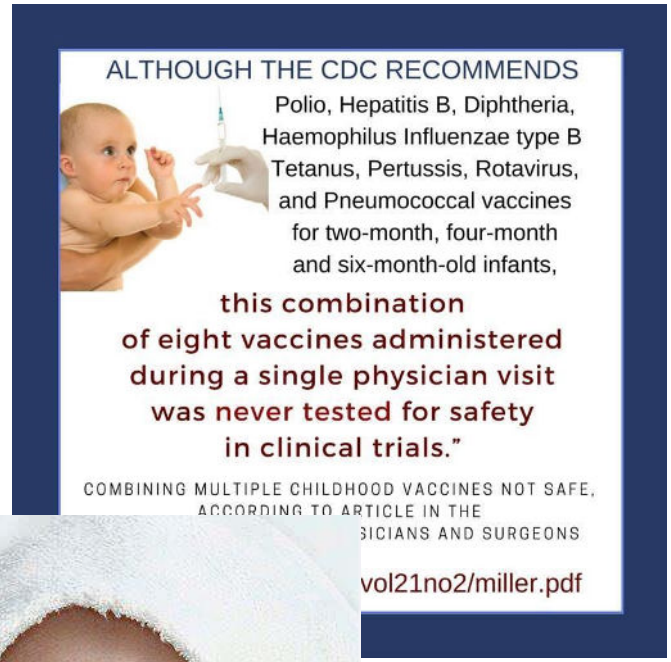
Il tossoide pertossico (attualmente parte dei vaccini come Infanrix e di tutti quelli DTP) è conosciuto anche come fattore di attivazione delle Isole di Langerhans. Queste ultime, nel pancreas, sintetizzano l'insulina.

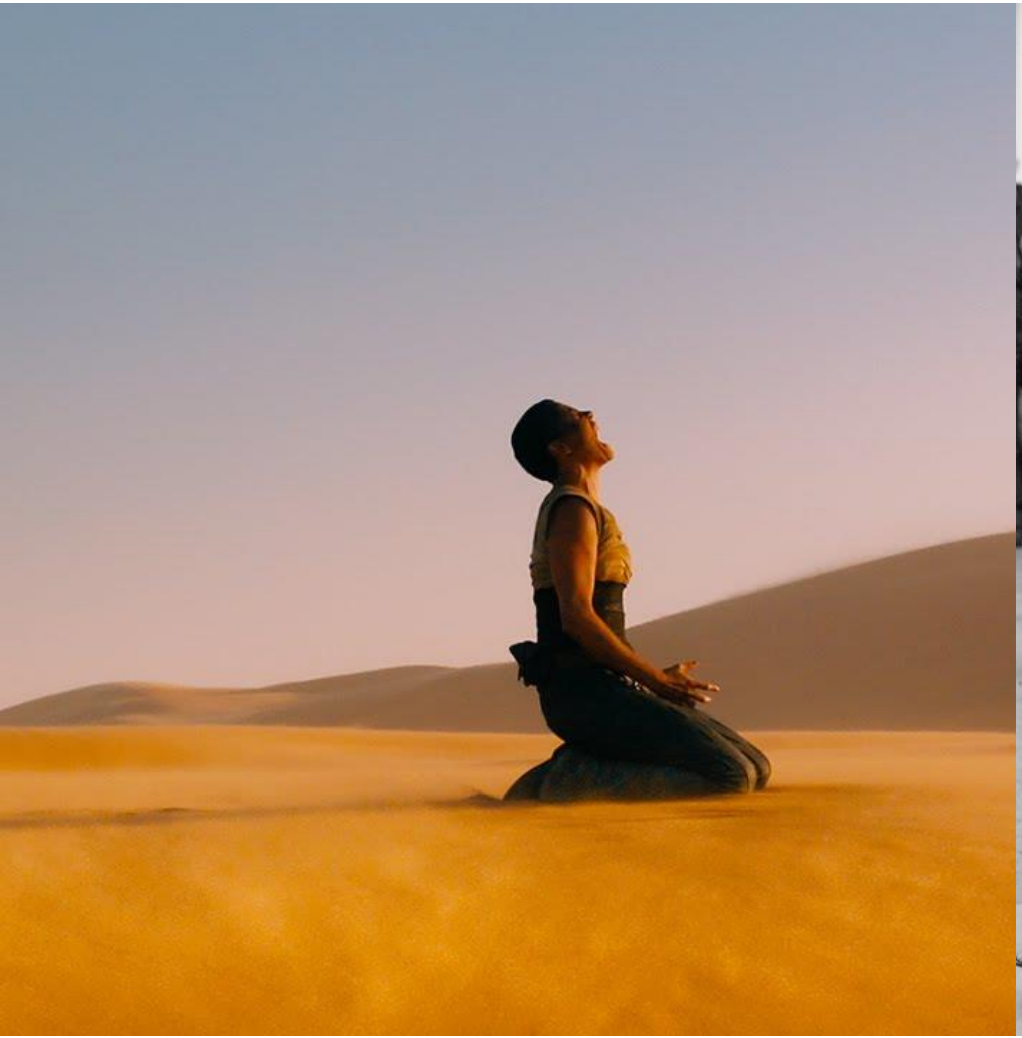
Il diabete giovanile è aumentato del 300% dal 1962 al 1976.

Ad oggi, non esiste alcuna
ufficiale...

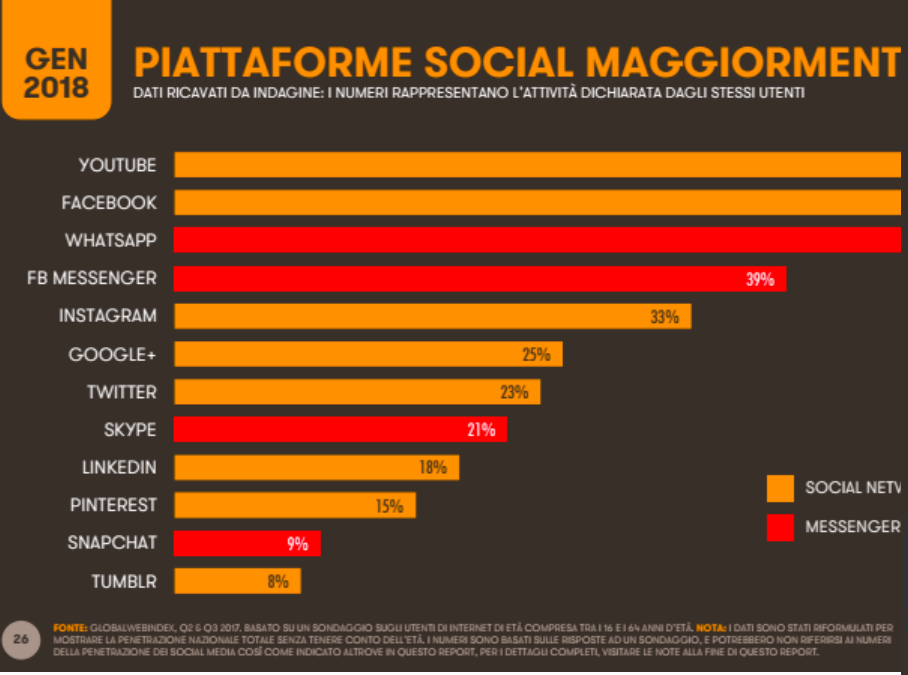
Harris L. Coulter

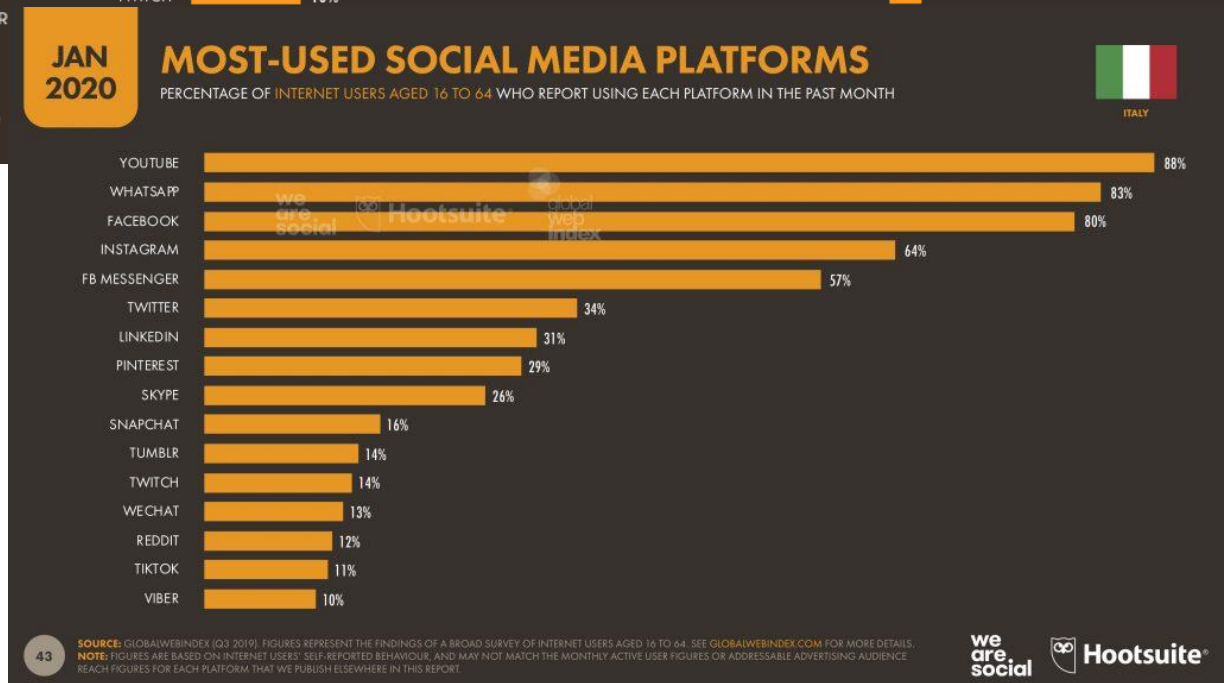
Edited by Davide Suraci 201





VICTORIA'S SECRET





2. Social Media

3. Strategia, non tattica

COME impostare una strategia di comunicazione sui social media, passo passo

1) Che cosa mi serve davvero? Il “**Posizionamento**”: obiettivi e KPI, idea differenziante, pubblico.

2) A chi voglio arrivare? Il “**funnel**” (comunicazione integrata)

3) Che cosa voglio fare? Il **piano editoriale** (come differiscono i vari social) e gli eventi.

4) La **scrittura** “furba” ma onesta e le immagini giuste.

1) Lo sto facendo bene? **Monitorarsi** per migliorarsi.

Grazie!

info@healthcomprogram.it

www.healthcomprogram.it