



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

на 73/1/22 от 15.01.2024

## 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	<p>Новости, лендинг, разъясняющие форматы (как записаться, какие документы нужны, какие сервисы доступны).</p> <p>Баннер на главных страницах сайтов с призывом записи к участковому врачу для дальнейшей точной постановки диагноза. Любые разъясняющие форматы.</p>
Госпаблики, социальные сети	<p>Карточки, видео, инфографики, экспертные комментарии, почему запись к врачам узкой специальности можно попасть только через терапевта. Любые разъясняющие форматы. Комментарии пациентов.</p>

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.