

JANINA KAPŁUNOWSKA¹, EWELINA TROŚCIANKO-WILK²

Nie ma lepszego marketingowca niż zadowolony pacjent – o *public relations* w zdrowiu publicznym

There is no Better Marketer than a Satisfied Patient – About PR in Health Care

¹ Zakład Organizacji i Zarządzania, Katedra Zdrowia Publicznego, Uniwersytet Medyczny
im. Piastów Śląskich we Wrocławiu, Wrocław

² Zakład Medycznych Nauk Społecznych, Katedra Zdrowia Publicznego, Uniwersytet Medyczny
im. Piastów Śląskich we Wrocławiu, Wrocław

W dniach 14–15 maja br. odbyło się VII Studenckie Sympozjum Naukowe „Wrocławskie Dni Zdrowia Publicznego”, którego tegorocznym tematem przewodnim było: „PR for Public Health. Public Relations w Zdrowiu Publicznym”. Studenckie Sympozjum Naukowe „Wrocławskie Dni Zdrowia Publicznego” już na stałe wpisało się w kalendarze studentów i pracowników Katedry Zdrowia Publicznego Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu.

Tradycję spotkań w gronie specjalistów rozpoczęło 7 lat temu Studenckie Koło Naukowe Młodych

Menedżerów – jego członkowie z pasją angażują się w organizację tego wydarzenia. Celem „Wrocławskich Dni Zdrowia Publicznego” jest stworzenie pasjonatom nauk związanych z ochroną zdrowia możliwości spotkania, wymiany poglądów oraz integracji. Z roku na rok sympozjum cieszy się coraz większym zainteresowaniem zarówno studentów, absolwentów zdrowia publicznego, jak i profesjonalistów pracujących w systemie ochrony zdrowia, którzy podczas swoich prelekcji chętnie dzielą się doświadczeniem z przyszłymi specjalistami w dziedzinie zdrowia publicznego.



Ryc. 1. Patryk Kęsik (Koło Naukowe Katedry Zdrowia Publicznego „Homeosticus”, Wydział Zarządzania Politechniki Częstochowskiej)



Ryc. 2. Bartłomiej Witych (SKN Młodych Menedżerów UM we Wrocławiu)



Ryc. 3. Kinga Bagnucka (sekretarz z SKN Młodych Menedżerów UM we Wrocławiu)

„Nie ma lepszego marketingowca niż zadowolony pacjent” – od tych słów rozpoczął swoje przemówienie prof. dr hab. Zygmunt Grzebieniak, witając w imieniu władz rektorskich zgromadzonych studentów zdrowia publicznego, ekspertów z zakresu ochrony zdrowia, menedżerów, marketingowców, dziennikarzy i specjalistów PR. Wykład inauguracyjny wygłosił przewodniczący komitetu naukowego – dr hab. Andrzej M. Fał, prof. nadzw., kierownik Katedry Zdrowia Publicznego UMW. W swoim wystąpieniu nawiązał do sceny z filmu „Co mi zrobisz, jak mnie złapiesz?” Stanisława Barci, przestrzegając przed sytuacją, w której wady niepostrzeżenie zaczynają przysłaniać nam zalety i odwrotnie. Przekładając powyższe na system opieki zdrowotnej, uczestnicy sympozjum zastanawiali się nad odpowiedzią na pytanie: dlaczego pacjenci pozytywnie oceniają pojedyncze elementy składowe systemu ochrony zdrowia, natomiast ogólnie rzecz biorąc są z niego niezadowoleni jako z całości?

Pierwszy dzień sympozjum był poświęcony znaczeniu komunikacji w funkcjonowaniu podmiotów leczniczych oraz narzędziom skutecznego PR i marketingu w budowaniu przewagi konkurencyjnej. Uczestnicy mieli niepowtarzalną możliwość porównać podejście do PR w zarządzaniu placówką medyczną przedstawicieli trzech różnych grup ekspertów – z jednej strony lekarzy i specjalistów z zakresu ochrony zdrowia, z drugiej marketingowców i „piarowców”, z trzeciej natomiast dziennikarzy i rzeczników prasowych. Sesję ekspertów, rozpoczynając od wizerunku lekarza i współczesnych kierunków w ochronie zdrowia, otworzyła Marta Chalimoniuk-Nowak, wiceprezes Polskiego Stowarzyszenia Trenerów Zdrowia. Obraz ochrony zdrowia w mediach społecznościowych na przykładzie Polski, Stanów Zjednoczonych i Skandynawii przedstawił Szymon Sikorski – założyciel agencji PR Publicon. Zastanawiano się, czy dobry marketing może być „tani”, a o tym co zrobić, żeby na nim zarobić opowiedział dyrektor Samodzielnego Publicznego Szpitala Klinicznego Nr 1 we Wrocławiu – Piotr Nowicki. Bohdan Pawłowicz, członek zarządu Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy w Polsce i Małgorzata Wiśniewska, dziennikarka TVP skupili się natomiast na roli efektywnej komunikacji w procesie leczenia. Dyrektor Centrum Medycznego „Dobrzyńska” we Wrocławiu – Maciej Sokołowski omówił praktyczne aspekty systemu komunikacji w jednostkach ochrony zdrowia. Z kolei rzeczniczka USK – Agnieszka Czajkowska przedstawiła wyzwania przed jakimi stoi rzecznik prasowy instytucji medycznej.

Nie zabrakło także tematów do dyskusji dla przyszłych promotorów zdrowia. W drugim dniu sympozjum eksperci analizowali struktury ko-



Ryc. 4. Małgorzata Wiśniewska – dziennikarka TVP

munikacyjne występujące w zdrowiu publicznym – o asymetrii informacji opowiedział Igor Borkowski, kierownik Podyplomowych Studiów Dziennikarstwa i Public Relations we Wrocławiu. Karina Stasiuk-Krajewska, specjalistka z zakresu profesjonalnej komunikacji skupiła się na swoistej relacji łączącej pacjenta i lekarza. Uczestnicy zastanawiali się jak skonstruować przekaz programu zdrowotnego, aby zostać usłyszanym i wpływać na zachowania zdrowotne jego odbiorców. Irena Trzęsicka, założycielka portalu promującego aktywny i zdrowy styl życia www.kobietynamedal.pl, podzieliła się swoim doświadczeniem z zakresu propagowania zdrowego stylu życia. Aldona Mioduszevska, pionierka polskiej reklamy pokazała natomiast uczestnikom konferencji ciekawe rozwiązania technologiczne, pomagające w wyrobieniu nawyków zdrowotnych, np. telefon z aplikacją, którego użytkownik w dowolnym czasie może zmierzyć sobie tętno, ciśnienie, a nawet wykonać spirometrię. W sesji ekspertów wystąpił także Rafał Motriuk, wieloletni dziennikarz BBC World Service w Londynie oraz Polskiego Radia w Polsce, który skupił się na społecznym wymiarze komunikacji, zwrócił uwagę, że w efektywnym komunikowaniu nie są najważniejsze narzędzia, które wykorzystamy w tym procesie lecz drugi człowiek.

Tradycyjnie odbyła się także sesja studenckich prac naukowych, a autorzy najlepszych i najciekawszych z nich zostali nagrodzeni. Pierwsze miejsce zajęły studentki Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach: Natalia Frychel, Marta Kurzac, Ewa Raczyńska za pracę pt. „Brzmi nieźle – marketing szeptany.” Oprócz ciekawych książek, nagrodą było zaproszenie na IV Międzynarodowe Forum Promocji i Profilaktyki Zdrowotnej Know Health. W tym roku po raz pierwszy odbyła się sesja plakatowa, za najlepszy plakat uznano pracę „Co studenci wrocławskich uczelni wyższych wiedzą na temat zdrowia publicznego?” autorstwa studentek Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu: Aleksandry Zygmunt, Karoliny Polak, Magdaleny Kominek i Kingi Dudek.