

# Comunicare con efficacia durante e dopo una Crisi in una struttura sanitaria

Priorità, interlocutori, flusso informazioni, portavoce. Gestione dei giornalisti. Sito e social network. I casi: errore medico o farmacologico; notizia di reato; caos organizzativo; conflitto con pazienti; chiusura reparti



## PROGRAMMA

- **Che cos'è una crisi in Sanità?** Le cause di una crisi. Tipologie e dinamiche di recenti crisi (differenze con le 'emergenze'). Fiducia e reputazione: gestione delle percezioni. Che cosa non fare "mai" in una situazione di crisi. Fine di una crisi: cosa fare dopo.
- **Crisis management e crisis communication/** La diffusione della *cultura del Crisis e del Risk management in Sanità*. Prepararsi ad una crisi. La definizione delle priorità. Una crisi o un evento critico sono sempre anche una crisi di comunicazione. La comunicazione è l'elemento strategico nella gestione della crisi. Focus su: 1) *Identificare gli interlocutori interessati*; 2) *Assumere l'ipotesi peggiore nel pianificare l'attività*; 3) *Contenere il problema se possibile*; 4) *Isolare la gestione della crisi dalla gestione ordinaria*; 5) *Centralizzare e controllare il flusso delle informazioni* sia verso l'interno che verso l'esterno; 6) *Comprendere il ruolo dei media* (cercare le buone notizie, fornire informazioni utili per il pubblico, fare chiarezza sulle cause e sulle responsabilità, essere interlocutori attendibili); 7) *Monitorare costantemente i danni* e le conseguenze su tutta l'attività
- **Crisis communication e media relation/** Le crisi e i media: la gestione della relazione con la tv, la radio, la carta stampata. Cosa interessa ai giornalisti. Cosa influenza l'atteggiamento dei Media. Le relazioni con i pubblici di riferimento: istituzioni, associazioni, altri stakeholder
- **Crisi e nuovi mass media/** Principi di crisis communication in internet. Cosa e come comunicare sul proprio sito. Influenzare i social network; ruolo dei digital opinion leader (medici e pazienti)
- **Prevenire una crisi in Sanità/** Analisi dei fattori di rischio (Es. non approfondita conoscenza del sistema dell'informazione, accessi, tempi e regole; sottovalutazione dei segni iniziali o premonitori; clima generale aziendale teso o degradato per fattori interni od esterni; utilizzo per la gestione della crisi di personale non competente; strumentalizzazioni potenziali crisi)
- **Le risposte durante una crisi in Sanità/** Analisi delle strategie (Es. Ignorare l'attacco; attaccare l'attendibilità della fonte; prendere tempo, verificare l'accaduto; ricercare testimonianze autorevoli; allargare le responsabilità ; riconoscere la crisi). Cosa recuperare del lavoro svolto in 'pevenzione'. Il crisis team. La scelta del portavoce. Analisi di alcuni recenti 'casi': *l'errore medico; l'errore farmacologico; la notizia di reato o evento di corruzione; igiene e caos organizzativo; conflitto violento clinici- pazienti e/o parenti; chiusura reparto/ospedale*



## DESTINATARI

Aziende Sanitarie – Universitario/Ospedaliere; Irccs, Case di Cura, Rsa; Ufficio Stampa e Comunicazione, Urp, Marketing, HR, Direzione Sanitaria e Generale



## RELATORI

Dr. Massimiliano Niccoli – Giornalista «TV 2000»  
Dr. Francesco La Gala – Formatore, partner  
FormaFutura srl; giornalista



Conferma la partecipazione al corso «Comunicare con efficacia durante e dopo una Crisi in una struttura sanitaria» (Roma, 24 maggio 2018).

Compilare e inviare via fax allo 06 42274000 o via mail a [health@formafutura.it](mailto:health@formafutura.it).

Quota di partecipazione:

€. 225,00 (esclusa iva 22%)

Iscrizione anticipata – Richiesta di partecipazione inviata e regolarizzata entro il 20/4/2018: sconto 10%

Iscrizione multipla – Nel caso di più partecipanti di una stessa azienda: sconto del 20% a partire dalla seconda iscrizione. *Non è possibile cumulare le due scontistiche.*

### *Informazioni utili all'iscrizione*

#### Partecipante

Posizione

Società

P.Iva / Codice Fiscale

Via

Città - Cap

E-mail

Telefono

FormaFutura srl garantisce la riservatezza nel trattamento dei dati forniti in ottemperanza alla legge 196/03 ed informa che verranno utilizzati per le attività amministrative inerenti lo svolgimento del corso.

Il sottoscritto rilascia il consenso al trattamento dei dati personali per l'invio di informazioni su future iniziative formative. Il sottoscritto può in qualunque momento ritirare suddetto consenso e comunicarlo a FormaFutura srl, (via Sommacampagna, 9 – Roma / [health@formafutura.it](mailto:health@formafutura.it) / fax 06/42274000

Data

Timbro

#### Firma

Per un migliore svolgimento dell'attività formativa, accetteremo iscrizioni fino alle ore 12.00 del giorno 23.5.2018. La quota d'iscrizione comprende colazione di lavoro, coffee break e materiali didattici. E' possibile annullare l'iscrizione con rinuncia scritta (via fax o via mail) sino alle ore 12.00 del giorno 18.5.2018. In ogni momento possono essere effettuate sostituzioni. FormaFutura si riserva la possibilità di rinviare o annullare il corso per gravi e sopravvenute ragioni organizzative e/o didattiche, entro le ore 12 del giorno 18 maggio 2018. FormaFutura in tal caso avrà l'unico obbligo di restituire le quote di iscrizione già versate. La fattura, salvo diversa richiesta, verrà emessa entro il 18 maggio 2018. Il pagamento può essere effettuato con accredito sul c/c 2779 Coordinate IBAN IT93K050340325500000002779, Codice Bic: BAPPIT21A19, Banco Popolare, via Boncompagni, 71/M - Roma, intestato a FormaFutura srl, sede legale: via Sommacampagna, 9 – Roma; Capitale Sociale Euro 10.000,00; Codice Fiscale, Partita IVA e Registro delle Imprese di Roma nr. 08455271000; R.E.A. di Roma nr.1095882. Accettiamo pagamento con carta di credito:  
<http://www.health.formafutura.it/comunicazione-crisi-sanita.html>