

Polacy dowiedzą się o Internetowym Koncie Pacjenta i jak radzić sobie z „niesfornymi” receptami

Ponad połowa Polaków (52%) w wieku 60 lat i więcej słyszała o Internetowym Koncie Pacjenta, a 5% z nich to użytkownicy tej aplikacji – wynika z badania Kantar przeprowadzonego pod koniec sierpnia br. na zlecenie Centrum Systemów Informacyjnych Ochrony Zdrowia. Aby to zmienić i przekonać nie tylko seniorów, ale także młodszych Polaków do korzystania z e-recepty i Internetowego Konta Pacjenta, Ministerstwo Zdrowia rozpoczęło ogólnopolską kampanię informacyjną pod hasłem „Internetowe Konto Pacjenta. Tu zapisuje się historia Twojego Zdrowia”.

Wszyscy wiemy, jak trudno utrzymać porządek w domowej dokumentacji medycznej. Recepty, skierowania, wyniki badań – często się gubią lub niszczą, a terminy wizyt czy dawkowanie leków łatwo zapomnieć. Internetowe Konto Pacjenta, bezpłatna aplikacja Ministerstwa Zdrowia dostępna pod adresem [www.konto.pacjenta.gov.pl](#), rozwiązuje ten problem. Gromadzi wszystkie informacje w jednym miejscu i w łatwy oraz bezpieczny sposób pozwala kontrolować sprawy zdrowotne całej rodziny.

To bardzo pomocne narzędzie także dla seniorów, którzy coraz chętniej korzystają z różnych usług za pośrednictwem internetu. Jak wynika z badania Kantar – 34 % osób starszych (w wieku 60 lat i więcej) korzysta z usług cyfrowych, a niemal co dziesiąty badany posiada profil zaufany. Choć ponad połowa Polaków (52%) w wieku 60 lat i więcej słyszała o Internetowym Koncie Pacjenta, to tylko 5% z nich korzysta z tej aplikacji.

By zachęcić Polaków, w tym także seniorów do korzystania z Internetowego Konta Pacjenta oraz pozostałych cyfrowych usług w ochronie zdrowia (e-recepta, e-skierowanie) Ministerstwo Zdrowia oraz CSIOZ rozpoczęły ogólnopolską kampanię informacyjną pod hasłem „Internetowe Konto Pacjenta. Tu zapisuje się historia Twojego Zdrowia”.

– Stworzyliśmy bezpłatną aplikację – Internetowe Konto Pacjenta, dzięki któremu Polacy otrzymali dostęp online do swoich informacji medycznych. Chcemy, aby każdy pacjent logował się na IKP i w pełni korzystał z jego funkcjonalności. Dlatego uruchomiliśmy działania komunikacyjne na szeroką skalę. Komunikację rozpoczęliśmy od środowiska medycznego, które jako pierwsze doświadczyło cyfrowej rewolucji w ochronie zdrowia. Teraz w centrum naszej uwagi jest pacjent – mówi Janusz Cieszyński, wiceminister zdrowia odpowiedzialny za cyfryzację.

Za koncepcję kreatywną oraz realizację kampanii odpowiada agencja reklamowa Fabryka Komunikacji Społecznej, która przygotowała m.in. dwa spoty video – jeden skierowany do osób 26+ pt.: „Zabawa w chowanego” ([https://www.youtube.com/watch?v=...](#)), drugi do seniorów pt.: „Samolocik” ([https://www.youtube.com/watch?v=...](#)) oraz spot radiowy. – Prezentujemy w nich sytuacje, które mogą przydarzyć się każdemu z nas. Chcemy pokazać, że e-recepta i Internetowe Konto Pacjenta to narzędzia dla wszystkich pacjentów, także tych starszych. Zawsze pracujemy z najlepszymi twórcami, dlatego do wyreżyserowania spotów video zaprosiliśmy Xawerego Żuławskiego, co zagwarantowało nam wysoką jakość tej produkcji – mówi Paweł Prochenko z Fabryki Komunikacji Społecznej.

Filmowa jesień z e-receptą

Spoty reklamowe – „Samolocik” oraz „Zabawa w chowanego” – są emitowane od września w najpopularniejszym serwisie VOD oraz sieci kin Helios w całej Polsce, gdzie w ciągu pierwszych 2 tygodni zobaczyło je ponad pół miliona widzów, z czego 15% to seniorzy.

– Pomysł na spoty bardzo nam się spodobał, gdyż zawierał silny insight konsumencki dla każdej z grup docelowych. To, co zaproponowała agencja odnosi się nie bezpośrednio do cech naszej usługi, ale doświadczenia pacjentów. Finalnie reżyser, Xawery Żuławski świetnie spersonifikował tradycyjne recepty. Są one w naszych spotach bardzo niesforne: uwielbiają się chować, znikać czy zażywać kąpieli. Efekt – po 2 tygodniach od publikacji na YouTube film „Samolocik” ma ponad 85.000 wyświetleń, a wskaźniki pokazują, że blisko 70% internautów odtwarza cały film – mówi Agata Kurek-Stec, Kierownik zespołu komunikacji projektu e-zdrowie (P1).

Równocześnie wystartowała kampania radiowa w 13 stacjach ogólnopolskich oraz regionalnych. Działania te wspierane są przez ogólnopolską kampanię internetową prowadzoną w serwisach YouTube, Facebook oraz na popularnych portalach internetowych. Dodatkowo kampania została wzmocniona działaniami online na portalach lokalnych, a także publikacjami materiałów edukacyjno-informacyjnych w magazynie „Kropka TV”.

O e-recepcie i Internetowym Koncie Pacjenta w prasie ogólnopolskiej i regionalnej

Oprócz kina, VOD oraz internetu, także w prasie ogólnopolskiej, m.in. Dzienniku Gazecie Prawnej oraz dzienniku Super Express ukazują się systematycznie materiały edukacyjne poświęcone e-recepcie oraz Internetowemu Kontu Pacjenta. W ramach kampanii zostanie opublikowanych 15 artykułów oraz dodatek specjalny do głównego wydania dziennika Super Express skierowany do seniorów, który ukaże się w październiku.

Działania na szeroką skalę prowadzone są również w prasie regionalnej i lokalnej. We wszystkich dziennikach regionalnych, należących do wydawnictwa Polska Press oraz największych wydawnictwach lokalnych publikowane są od czerwca artykuły poświęcone e-recepcie i Internetowemu Kontu Pacjenta. Do końca października ukaże się ponad 80 publikacji, które mają na celu zbudowanie świadomości oraz pokazanie, że cyfrowe rozwiązania w ochronie zdrowia są dostępne dla wszystkich Polaków, bez względu na ich wiek, umiejętności i zainteresowania.

NFZ ważnym ogniwem komunikacji z pacjentami

Poza kampanią prowadzoną w mediach tradycyjnych i elektronicznych, bardzo istotne jest bezpośrednie dotarcie do pacjenta. Ważnym ogniwem w komunikacji z pacjentami i miejscem, w którym otrzymują oni profesjonalną pomoc podczas pierwszego logowania na swoje Internetowe Konto Pacjenta są oddziały wojewódzkie Narodowego Funduszu Zdrowia, które od kwietnia mogą potwierdzać profil zaufany. To za ich pośrednictwem trafi do placówek medycznych i pacjentów ponad 4 mln materiałów informacyjnych (ulotki, plakaty) na temat e-recepty oraz Internetowego Konta Pacjenta, przygotowanych przez CSIOZ i Ministerstwo Zdrowia. Ponadto oddziały NFZ, w ramach wsparcia naszych działań komunikacyjnych, aktywnie promują e-usługi w ochronie zdrowia na swoich stronach internetowych oraz w mediach społecznościowych, a także podczas licznych imprez organizowanych w regionach.

Materiały edukacyjne dotyczące Internetowego Konta Pacjenta oraz e-recepty zostały włączone także do

ogólnopolskiej kampanii informacyjnej Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej poświęconej programowi 500 ++ oraz działań komunikacyjnych realizowanych przez Ministerstwo Cyfryzacji dotyczących profilu zaufanego i aplikacji mObywatel.

E-recepta w drodze pociągiem z wakacji

W ramach kampanii edukacyjnej w sierpniu prowadzona była w pociągach PKP Intercity oraz internecie akcja pod hasłem "Co ma wspólnego Pieseł z e-receptą?" (). Bohaterem filmu animowanego był sympatyczny piesek, który wspólnie „ze swoimi ludźmi” korzysta z e-recepty i licznych udogodnień, jakie daje Internetowe Konto Pacjenta. Animacja była wyświetlana na ekranach LCD w pociągach Pendolino i Flirt PKP Intercity w całej Polsce. Jej celem było pokazanie, co zyskuje pacjent i jego najbliżsi, kiedy korzystają ze wszystkich dostępnych e-usług w ochronie zdrowia.