



NR. P 4093/28.09.2014

NR.RP 33/28.09.2014

STRATEGIA DE PROMOVARE A IMAGINII CASEI DE ASIGURĂRI DE SĂNĂTATE VRANCEA - 2017-

Înțelegând că imaginea publică reprezintă măsura pe care o organizație și-o dă sieși prin intermediul specialiștilor proprii, atrăgând prin ea credibilitate și respect în fața publicului intern/ extern, Casa de Asigurări de Sănătate Vrancea a făcut din consolidarea și dezvoltarea imaginii instituției o prioritate managerială. Practic vorbind, întrucât instituția trăiește și prin imaginea pe care și-o creează, la elaborarea strategiei de comunicare s-au asociat atât logica (pentru studiul problemelor apărute) cât și instuiția (pentru alegerea unei politici de PR care să se remarce prin adaptabilitate, deschidere, creativitate, consistență și consecvență).

Conștientizând faptul că fiecare angajat este, în esență, un constructor de imagine și numai printr-un efort conjugat se poate crea o imagine coerentă și reprezentativă instituției, s-au implementat tehnici de însușire a comunicării eficiente, care să genereze în final avantaje în rândul beneficiarilor sistemului asigurărilor sociale de sănătate, care așteaptă din partea funcționarilor publici competență, echilibru, deontologie profesională și disponibilitate la dialog.

O imagine mai bună a unei instituții publice este, până la urmă, un exercițiu de creație, un exercițiu de cosmetizare a realității, iar rolul comunicatorilor este acela de a aduce un câștig suplimentar instituției, în condițiile în care imaginea este mai degrabă un mijloc decât un scop.

Programul efectiv de promovare a imaginii Casei de Asigurări de Sănătate Vrancea a implicat câteva procese, primul dintre acestea fiind planificarea, ce a condus la **efectuarea de statistici și aplicarea unor chestionare/ sondaje de opinie** beneficiarilor. La acestea s-au adăugat câteva instrumente specifice marketingului, în vederea optimizării imaginii instituției:

- **website-ul**, care include datele esențiale referitoare la activitatea instituției, fiind totodată o metodă eficientă de cunoaștere și prezentare;
- **relațiile cu publicul**, care oferă asiguraților primele informații despre obiectul de activitate al instituției prin contact direct și sistematic;
- **relațiile publice**, care presupun transmisierea unor informații exacte, concrete și corecte privind realizările și domeniile care au nevoie de îmbunătățiri reprezentanților mass-media din județ și tuturor solicitanților, precum și informarea permanentă atât a asiguraților cât și a furnizorilor de servicii medicale, în legătură cu drepturile și obligațiile ce le revin/ reglementările legale în vigoare, într-o manieră cât mai accesibilă.

Activitatea Compartimentului Relații Publice – Purtător de Cuvânt din cadrul Casei de Asigurări de Sănătate Vrancea a urmărit, în permanență, adaptarea la necesitățile și solicitările beneficiarilor sistemului asigurărilor sociale de sănătate și îmbunătățirea din punct de vedere calitativ a serviciilor de comunicare, cu scopul creșterii gradului de încredere a opiniei publice în activitatea de ansamblu a instituției.

În acest sens, la nivelul Compartimentului Relații Publice – Purtător de Cuvânt s-au avut în vedere următoarele obiective:

- profesionalizarea și controlul mesajelor către presă și beneficiarii sistemului asigurărilor sociale de sănătate/ transmiterea mesajelor corect și constant; cuantificarea rezultatelor scontate/ obținute;
- crearea și menținerea relației constante cu jurnaliștii;
- apariții pe posturile de televiziune locale (interviuri, dezbateri);
- înregistrarea audiențelor asiguraților și arhivarea răspunsurilor scrise;

- elaborarea, redactarea și arhivarea răspunsurilor la petițiile sosite;
- analizarea constantă a reflectării imaginii instituției în mass-media;
- invitarea jurnaliștilor la conferințele de presă organizate la sediul Casei de Asigurări de Sănătate Vrancea;
- asigurarea transparenței și accesului liber la rapoartele de activitate ale Casei de Asigurări de Sănătate Vrancea.

Având ca deziderat „**managementul comunicării pe baza interesului public**”, procesul de comunicare a înglobat toate măsurile interne și externe ale comunicatorilor Casei de Asigurări de Sănătate Vrancea care au impact asupra concepțiilor și atitudinilor publicului vizat: asigurați/ furnizori de servicii medicale/ alte instituții deconcentrate, față de performanțele instituției.

Menținerea unor relații publice pozitive cu toți colaboratorii și beneficiarii sistemului asigurărilor sociale de sănătate, crearea unei imagini favorabile și, pe cât posibil, contracararea informațiilor și atitudinilor negative au presupus derularea unor activități de colaborare cu presa (conferințe și declarații de presă), unor măsuri ale dialogului personal (cultivarea relațiilor cu reprezentanții presei), precum și a unor acțiuni interne ale instituției.

În vederea implementării strategiei Casei Naționale de Asigurări de Sănătate la nivelul Casei de Asigurări de Sănătate Vrancea s-a avut în vedere:

- asigurarea desfășurării activității specifice în vederea realizării obiectivelor asumate de Președinte –Director General;
- elaborarea și transmiterea, în formatul și la termenele prevăzute de lege sau dispuse de Casa Națională de Asigurări de Sănătate, a raportărilor privind activitățile specifice;
- aplicarea normelor de gestiune, a regulamentelor de organizare și funcționare și a procedurilor administrative unitare;
- asigurarea respectării prevederilor legale în vigoare și ale Statutului aprobat de Casa Națională de Asigurări de Sănătate.

Concluzionând, la conturarea imaginii unei instituții contribuie totul: ce face instituția prin intermediul personalului angajat dar și felul cum acționează, cum arată, de ce se arată, cum se oferă, calitățile celor care furnizează informația și reacția opiniei publice. Construirea imaginii este o muncă perseverentă, de echipă, organizată și condusă prin strategii manageriale urmărind crearea unui climat pozitiv, marcat de credibilitate și încredere, și cristalizate în obiective strategice pe termen lung.

PREȘEDINTE – DIRECTOR GENERAL,
Ec. Marinela Emanuela Georgescu



Relații Publice - Purtător de Cuvânt,
Iustina Papuc

A handwritten signature in cursive script, appearing to read "Iustina Papuc".