

“Indagine conoscitiva sull’utilizzo dei social media da parte dei dipendenti dell’ASL Latina anno 2023”

A cura della UOSD Comunicazione e Relazioni con il pubblico

Negli ultimi anni il web ha subito un’evoluzione senza precedenti passando da uno strumento statico di comunicazione unidirezionale, ad uno strumento dinamico in cui gli utenti sono i veri protagonisti.

Questa nuova forma del web, chiamato Web2.0, coinvolge ora moltissimi aspetti della nostra vita e una vasta fetta di popolazione in tutto il mondo, offrendo la possibilità di creare nuovi contatti, reperire con facilità informazioni e condividerle.

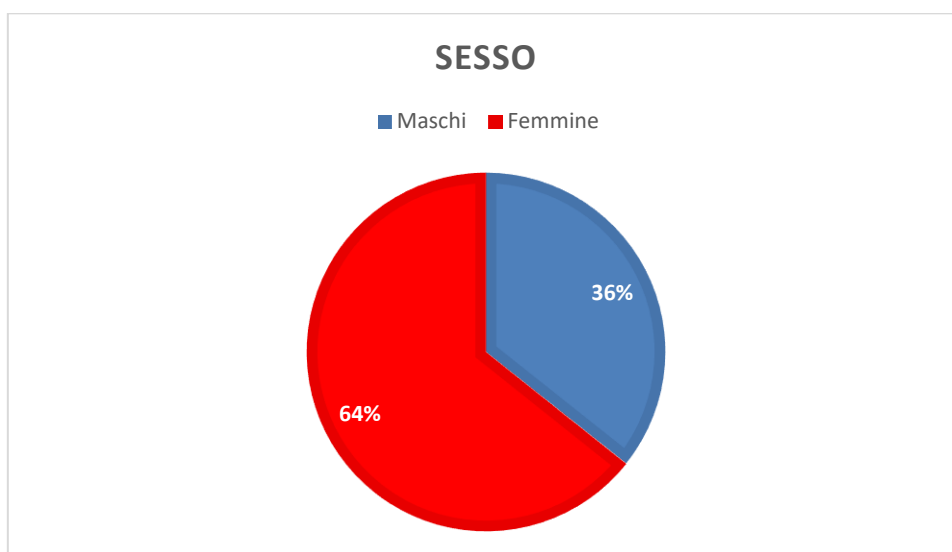
Non solo i privati, ma anche le Pubbliche Amministrazioni, in particolare quelle in ambito Sanitario, sono sempre più presenti all’interno dei Social Media, come si è visto durante la pandemia da Covid-19, cambiando velocemente il modo di comunicare con i cittadini.

L’ASL Latina utilizza i Social Media come strumento di comunicazione sanitaria da relativamente poco tempo e pertanto non vi è ancora una grande partecipazione (come si evince dai follower delle pagine Facebook e dall’account Instagram) dell’utenza, ma anche degli stessi dipendenti dell’ASL; Si è reso necessario, pertanto, condurre un’indagine interna rivolta ai dipendenti dell’ASL di Latina.

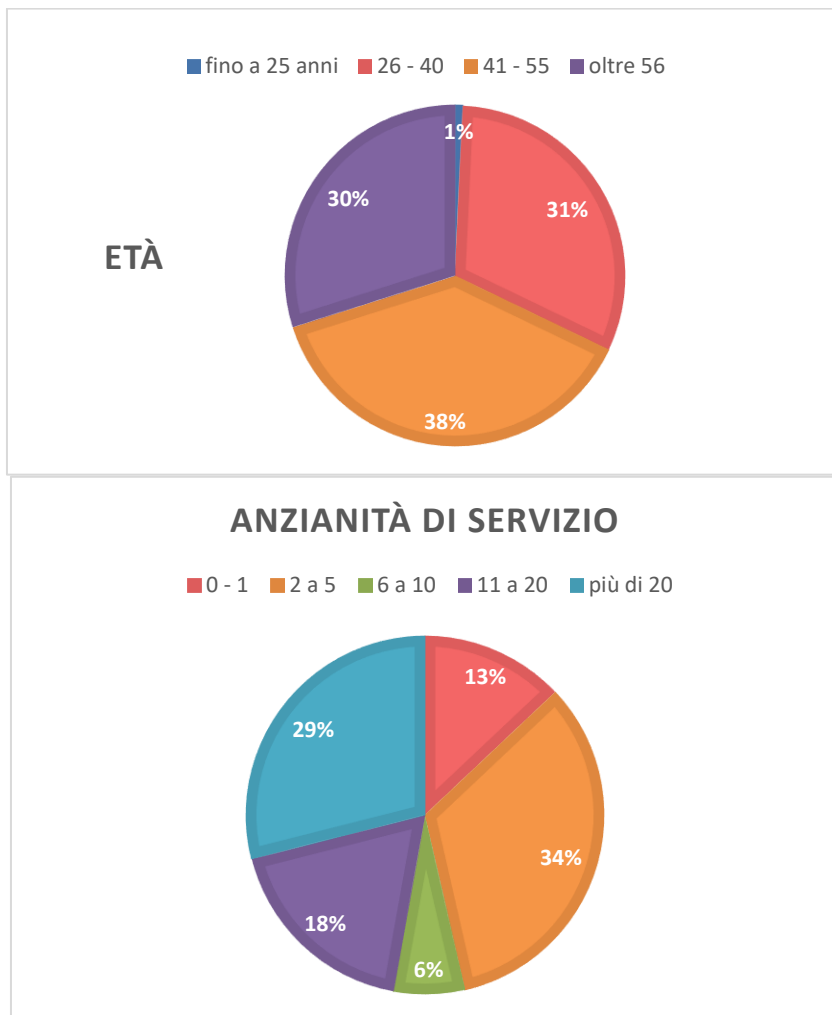
L’obiettivo principale della ricerca condotta è quello di realizzare una strategia di comunicazione istituzionale a partire dall’informazione ai dipendenti circa l’esistenza degli account social aziendali e quindi aumentare l’awareness (consapevolezza) degli stessi.

Per fare ciò è stata condotta un’indagine conoscitiva sull’utilizzo dei Social Media da parte dei dipendenti dell’ASL di Latina, attraverso la somministrazione di un questionario composto da 20 domande a risposta multipla, a tutto il personale della ASL Latina (circa 4000 dipendenti) tramite mail aziendale.

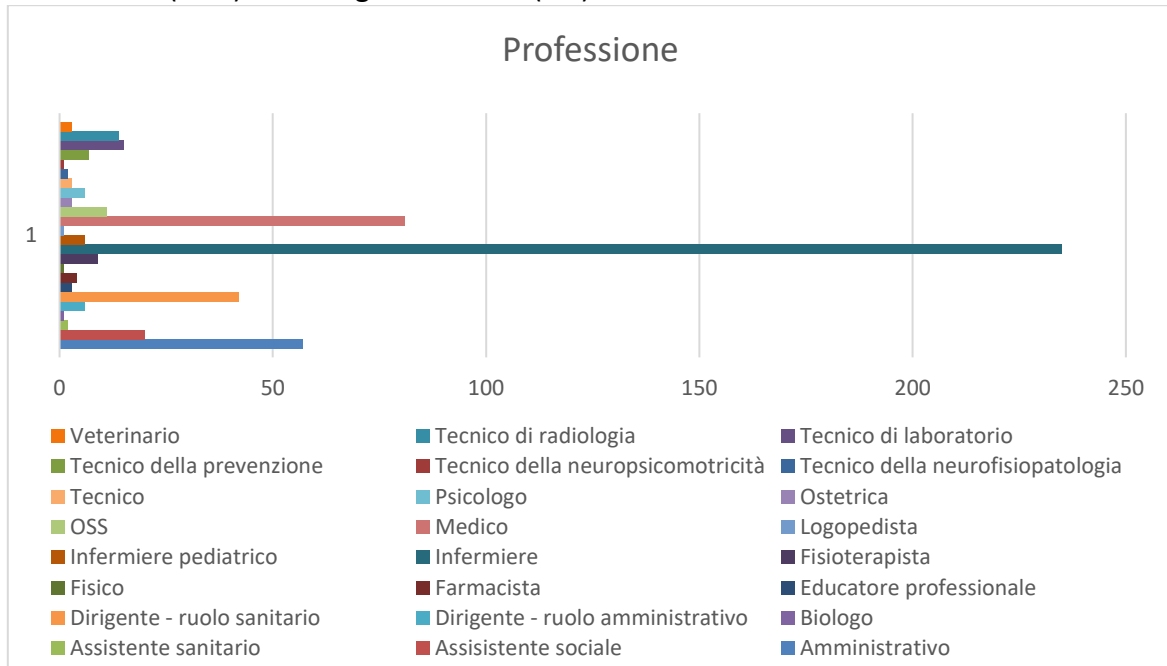
Il campione che ha scelto di partecipare all’indagine, 532 dipendenti, è composto dal 64% di sesso femminile e dal 36% di sesso maschile



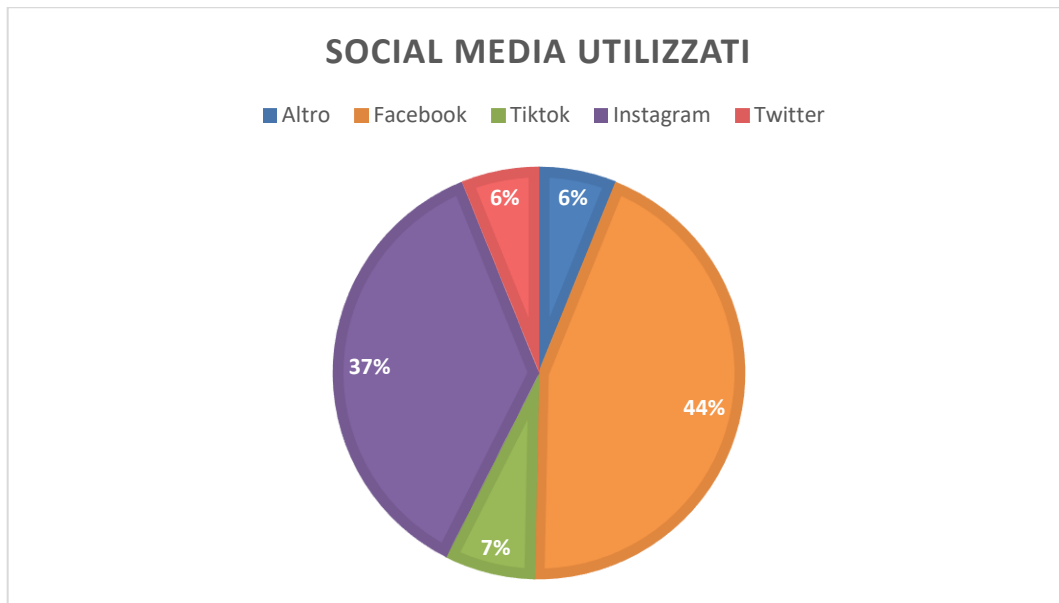
Il 38% di esso ha un'età compresa tra i 40 e i 55 anni, il 31% tra 26-40anni e il 30% oltre i 50anni. Per quanto riguarda l'anzianità di servizio presso l'ASL di latina, il 34% del campione lavora da 2-5 anni, il 29% da più di 20 anni, il 18% da 11-20 anni il 13% da meno di un anno e il 6% da 6-10 anni.



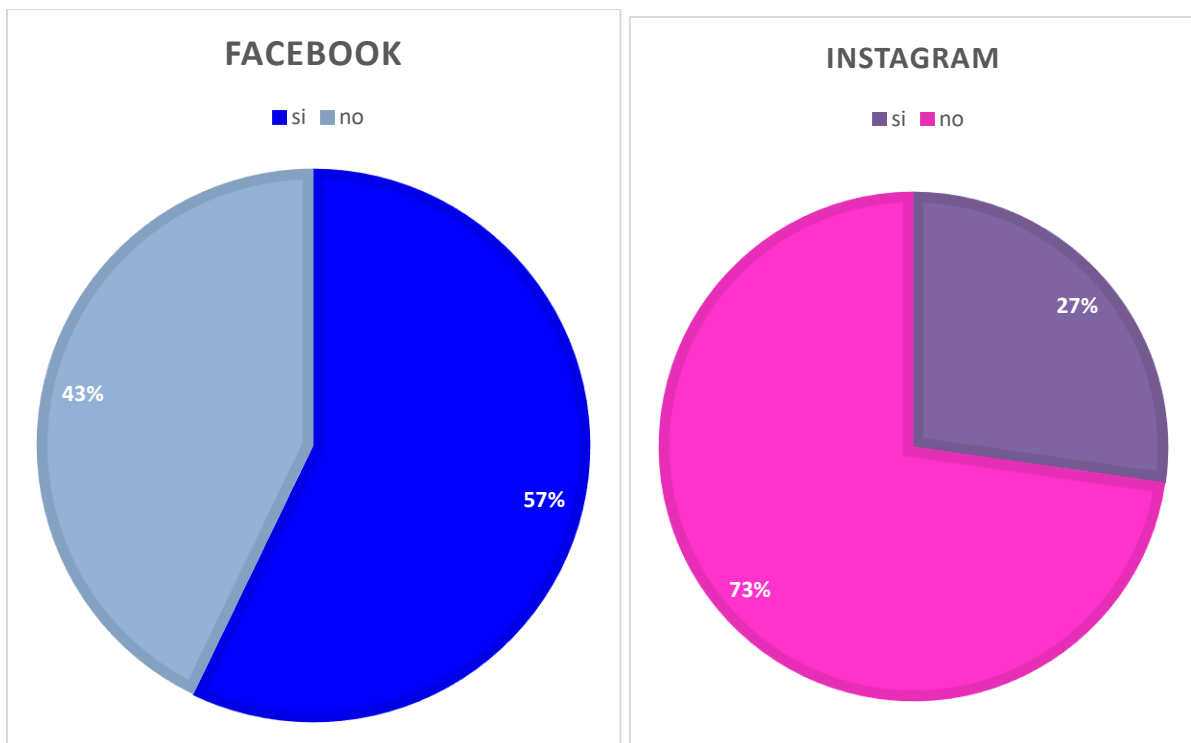
Il campione è composto per la maggior parte da infermieri (44%), da medici (15%), da personale amministrativo (11%) e da dirigenti sanitari (8%).



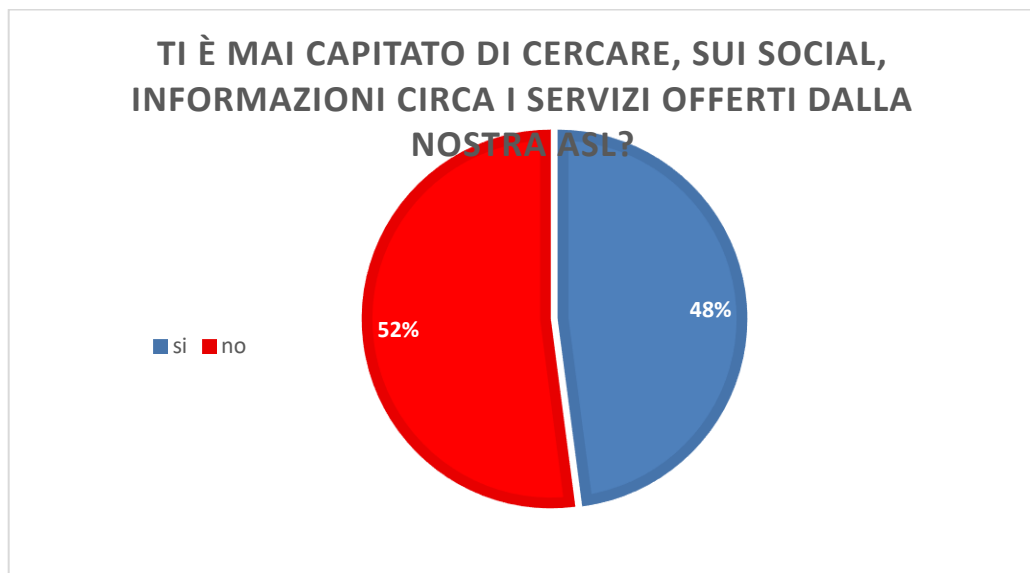
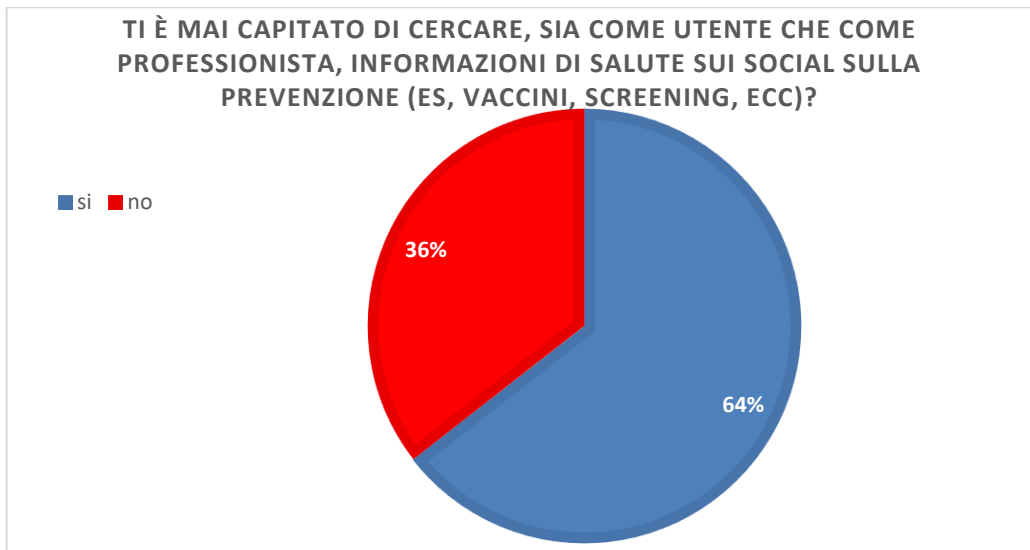
Dall'analisi dei dati circa l'utilizzo dei social si evince che l'86% del campione indagato utilizza i social media, e i social più utilizzati sono Facebook e Instagram.



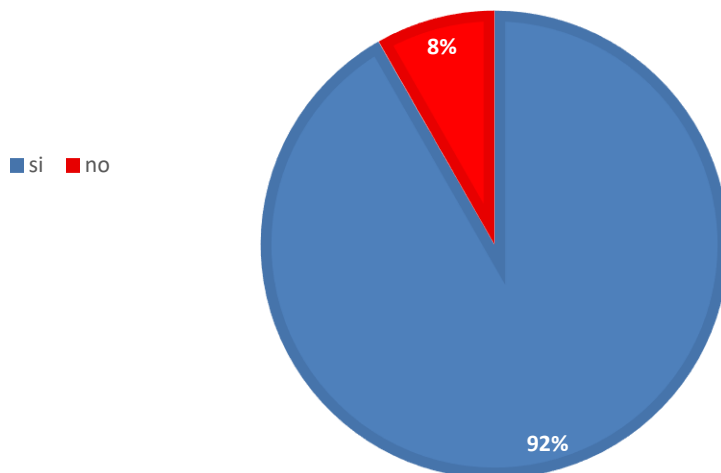
Il 57% del campione è a conoscenza dell'account Facebook dell'asl di Latina e il 27% è a conoscenza dell'account Instagram aziendale e di questi il 79% trova i contenuti presenti su entrambi i social interessanti.



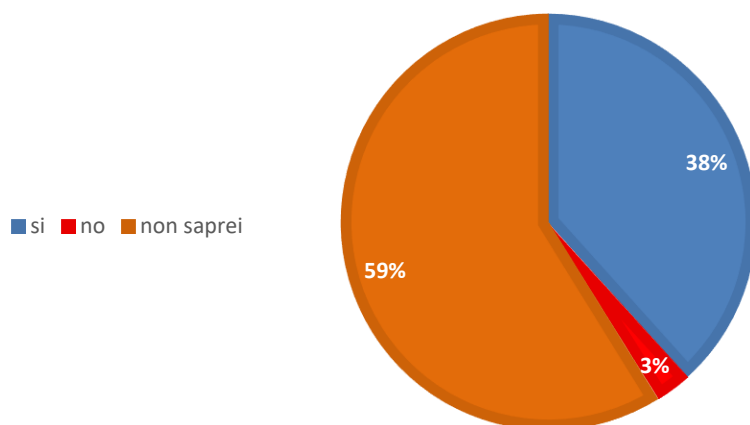
Al campione sono state fatte domande circa il personale utilizzo dei social media sia in senso generale che in riferimento agli account aziendali con i seguenti risultati



PENSI CHE POSSA ESSERE UTILE UTILIZZARE L'ACCOUNT AZIENDALE PER CONTRASTARE LE FAKE-NEWS ATTRAVERSO LA CORRETTA INFORMAZIONE?



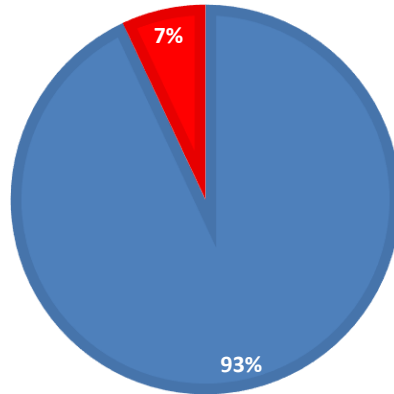
SECONDO TE I POST PUBBLICATI SUI SOCIAL DALLA NOSTRA ASL, PROMUOVONO L'UTILIZZO DI UN LINGUAGGIO RISPETTOSO DELLE PARI OPPORTUNITÀ?





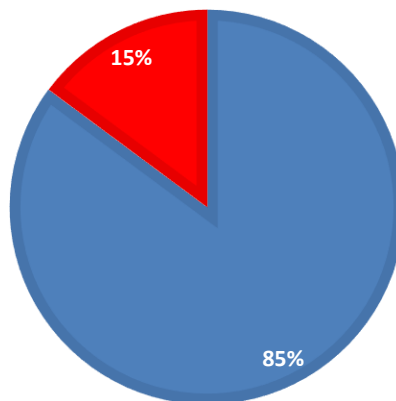
PENSI CHE L'UTILIZZO DEI SOCIAL AZIENDALI POSSA FAVORIRE L'EDUCAZIONE SANITARIA ANCHE NEI PIÙ GIOVANI?

■ si ■ no



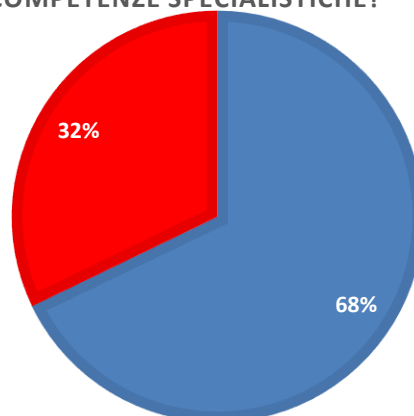
TI PIACEREBBE UTILIZZARE I SOCIAL PER CONDIVIDERE CONOSCENZE E CONFRONTARSI CON ALTRI PROFESSIONISTI DELLA SALUTE?

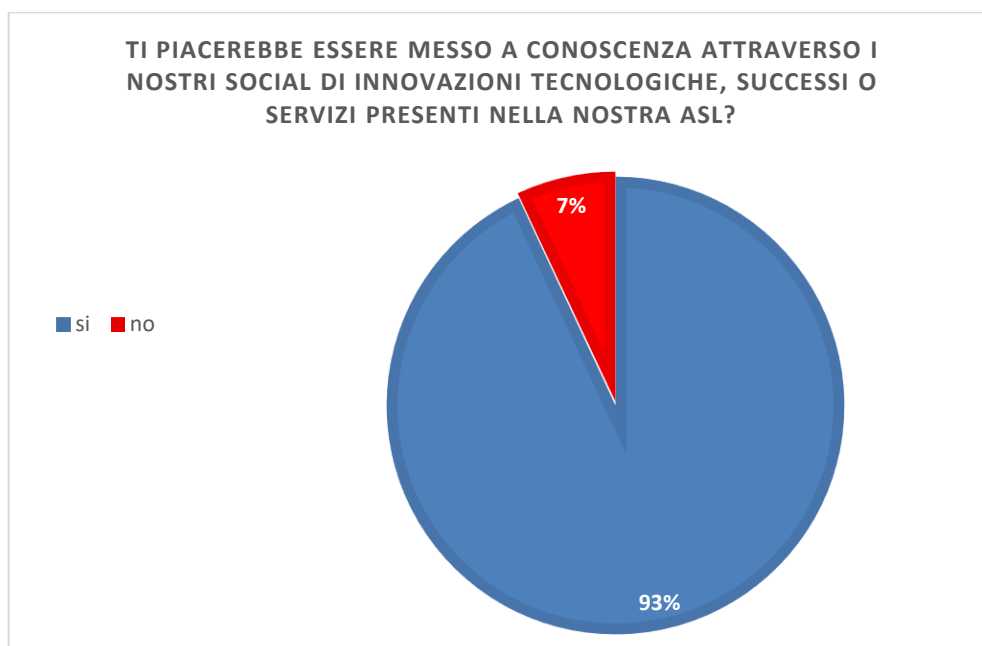
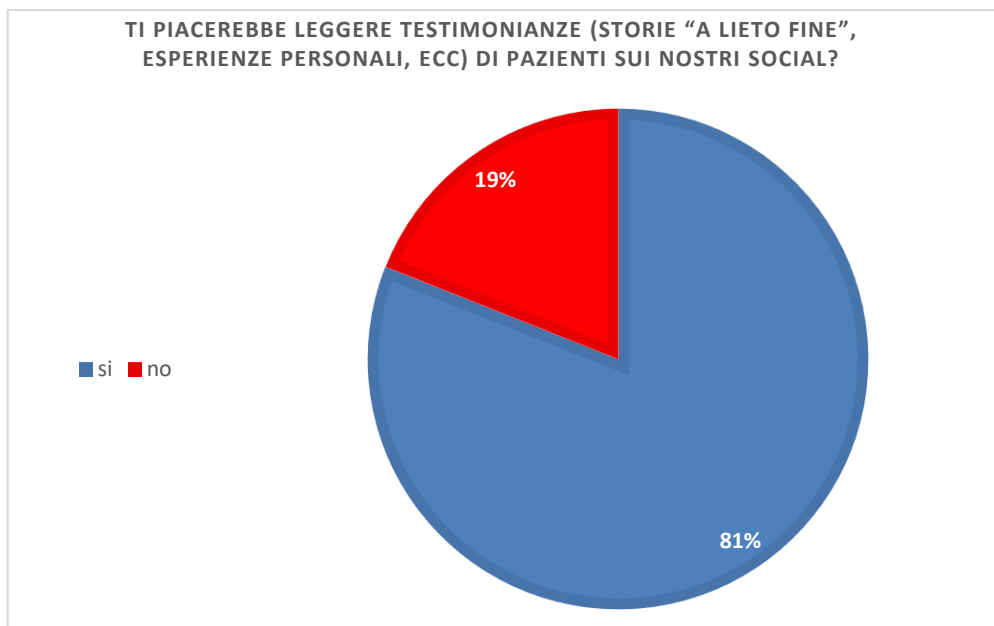
■ si ■ no



TI PIACEREBBE PARTECIPARE ALLA PRODUZIONE DI CONTENUTI, DA PUBBLICARE SUGLI ACCOUNT AZIENDALI, INERENTI LE TUE COMPETENZE SPECIALISTICHE?

■ si ■ no





Dai dati ottenuti si evince che la maggior parte del campione era maggiormente a conoscenza della pagina Facebook dell'ASL rispetto a quella Instagram; pertanto, questo potrebbe significare che la strategia aziendale di coinvolgimento degli operatori all'interno del percorso di digitalizzazione della salute "E-health" possa essere ottimizzabile.

Tuttavia, dai dati, si evince che gran parte del campione ha un atteggiamento propositivo circa l'utilizzo dei social come "motore" per la realizzazione sia di una giusta educazione sanitaria, che come promozione della salute e al tempo stesso come mezzo di miglioramento della qualità delle cure.

Un ulteriore potenziamento, sia a livello interno che verso l'utenza, potrebbe essere rappresentato dalla creazione di un planning di pubblicazione, che coinvolga i vari professionisti a seconda dell'argomento trattato nei post e la creazione di un "incontro informativo" con gli operatori dove vengano presentati gli account social e al tempo stesso venga presentata una policy aziendale circa l'utilizzo degli stessi.

L'obiettivo dell'indagine di aumentare l'awareness dei dipendenti risulta centrato, infatti si rileva un incremento dei follower sia su Instagram che su Facebook dopo la somministrazione del questionario come si evince dalle immagini in basso.

19/12/2022

Pubblico

Pubblico attuale

Pubblico potenziale

Follower della Pagina Facebook ⓘ

4514

Follower di Instagram ⓘ

1259

30/08/2023

Pubblico

Pubblico attuale

Pubblico potenziale

Follower di Facebook ⓘ

4900

Follower di Instagram ⓘ

1633