



Piano della comunicazione e processi di comunicazione aziendale

Allegato B – Caratteristiche Tecniche del Servizio

<p>Oggetto del servizio e caratteristiche</p>	<p>Il presente servizio ha ad oggetto:</p> <ul style="list-style-type: none">- acquisizione di strumenti operativi per valorizzare l'immagine dell'azienda, comunicare efficacemente in emergenza, gestire situazioni delicate e critiche, come la comunicazione di notizie negative, anche attraverso la formazione del personale, previa disamina e raccolta del fabbisogno- definire e attuare un piano di comunicazione che preveda la definizione di interventi su una prospettiva di almeno due anni e che analizzi il contesto in cui l'AORN opera, individui gli obiettivi di comunicazione, l'audience da raggiungere, il messaggio da trasmettere, il tono della comunicazione, i canali, le azioni e gli strumenti di comunicazione, definisca i criteri di misurazione dei risultati. <p>Le attività richieste per il presente servizio sono in particolare le seguenti:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Definizione di una strategia condivisa sugli obiettivi e i target di comunicazioni2. Elaborazione del Piano di comunicazione3. Coordinamento delle attività di comunicazione destinate alla realizzazione del Piano4. Coordinamento con l'ufficio stampa dell'AORN per le media relations5. Revisione del progetto editoriale del sito per adeguarlo alle esigenze individuate nel Piano di comunicazione6. Progettazione di un web magazine destinato alla pubblicazione sul sito e rilanciato attraverso i principali social media7. Produzione di contenuti destinati all'aggiornamento del sito con frequenza almeno mensile8. Produzione e distribuzione di una Newsletter periodica9. Presidio dei principali social media, con rilascio periodico di contenuti10. Produzione di > 10 video interviste ai referenti clinici dell'ospedale che illustrino gli aspetti peculiari dell'assistenza offerta dall'Ospedale Moscati11. Produzione > 10 podcast dedicati alla narrazione di episodi positivi del percorso delle cure12. Verificare i bisogni formativi13. Attività formativa cd FAD sui principi fondamentali della comunicazione di qualità e della comunicazione di crisi in sanità14. Percorsi formativi specifici destinati a singoli gruppi professionali da svolgere in presenza
<p>Durata del servizio</p>	<p>12 (dodici) mesi.</p>
<p>Modalità erogazione del servizio</p>	<p>Le predette attività dovranno essere svolte in costante dialogo con i referti indicati dall'Azienda committente.</p> <p>Sarà necessario che il fornitore garantisca la presenza in Azienda di un referente con cadenza non inferiore ai 15 giorni ed indichi brevemente come il gruppo di lavoro gestirà l'interazione con i referenti delle attività di comunicazione e i responsabili dell'ospedale.</p> <p>Ai fini dell'affidamento del servizio deve essere prescritta una comprovata esperienza nella gestione delle attività di comunicazione e formazione istituzionale sanitaria, documentati per un periodo di tempo di almeno 5 anni, con enti e istituzioni pubbliche e private che operano nell'ambito biomedico e dell'assistenza a carattere nazionale e locale, con particolare riguardo a collaborazioni svolte con aziende ospedaliere.</p>
<p>Penali</p>	<p>I contratti di appalto prevedono penali per il ritardo nell'esecuzione delle prestazioni contrattuali da parte dell'appaltatore commisurate ai giorni di ritardo e proporzionali rispetto all'importo del contratto o alle prestazioni del contratto. Le penali dovute per il ritardato adempimento sono calcolate in misura giornaliera compresa tra lo 0,3 per mille e l'1 per mille dell'ammontare netto contrattuale, da determinare in relazione all'entità delle conseguenze legate al ritardo, e non possono comunque</p>



superare, complessivamente, il 10 per cento di detto ammontare netto contrattuale.