

Webstrategi for Hillerød Hospital 2011-2013

Afgrænsning

Webstrategien definerer en strategi for de løsninger, der er forankret i Kommunikationsenheden. Det gælder:

- Hospitalets fælles hjemmeside www.hillerodhospital.dk
- Hospitalets fælles intranet, IntraNord
- Web 2.0 baserede løsninger i tilknytning til www.hillerodhospital.dk og intranet (blog og debatmoduler)
- Multimedieintrastruktur (webTV og infoTV)
- Extranet (projektrum)
- Publiceringsplatform (Xmedia)
- Hospitalets andel i sundhed.dk – herunder diverse patientfora og selvbetjeningsløsninger samt praksisinformation

Kendetegnet for disse løsninger er, at de enten har patienter, pårørende og/eller borgere som målgruppe eller/og hospitalets ansatte som målgruppe.

Kommunikationsenheden orienterer sig i øvrigt i mulighederne for, at hospitalet kan være synlig og/eller aktiv på sociale medier som fx facebook, ligesom der kan være andre (freeware) løsninger, der kunne være relevante for hospitalets behov for kommunikation med især borgere og patienter.

Sammenhæng med andre løsninger

En række af hospitalets øvrige løsninger – som er forankret i andre afdelinger end Kommunikationsenheden - har også borgere, patienter, pårørende og/eller hospitalets ansatte samme målgrupper.

Det gælder:

Borgere, patienter og pårørende:

- Patientportalen (forankret i ITM-afdelingen)
- Øvrige Web 2.0 baserede løsninger (SMS, On-linebooking og andre selvbetjeningsløsninger etc.) (forankret i KoncernIT og ITM-afdelingen)

Ansatte:

- Dokumenthåndteringssystem (Afløseren for Sundviden) (forankret i Koncernstaben Kvalitet, Plan og Udvikling og Kvalitetsafdelingen her på Hillerød Hospital)
- Kursusportalen, ledelsesinformationssystemer etc.

Disse løsninger er ikke direkte medtaget i strategien, men nærværende webstrategi skal afstemmes med strategier for disse løsninger.

Overordnede principper for webløsningerne

To overordnede principper for Hillerød Hospital i forhold til webløsningerne er:

- At sikre en så effektiv og enkel kommunikation som mulig. De forskellige løsninger skal i videst mulig omfang supplere hinanden – og ikke overlappe.
- At sikre, at drift og udvikling af de webbaserede kommunikationsplatforme tager afsæt i hospitalets identificerede kommunikationsbehov, - ønsker og –strategi.

Sammenhæng med andre strategier

Hillerød Hospital har en kommunikationspolitik med en række underlæggende strategier og retningslinjer. Webstrategien er en af disse og understøtter dermed kommunikationspolitikken. Derudover har regionen en bruger- og pårørende politik, en IT-sundhedsstrategi og en regional kanalstrategi er på vej. Disse strategier sætter en ramme for vores arbejde med intranet og hjemmeside. I forhold til intranettet er det desuden relevant at se på personalepolitikken for Region Hovedstaden.

Vision og mission

Webstrategien understøtter hospitalets overordnede vision og mission:

Mission: Hillerød Hospital sikrer høj kvalitet i alle patientforløb døgnet rundt.

Vision: For alle patientforløb er Hillerød Hospital det bedste akuthospital i Danmark, 2012.

Analyser og undersøgelser

Under forarbejdet til udvikling af regionens fælles webløsning blev der lavet en række brugerundersøgelser og prototypetest for at afdække både interne og eksterne brugeres ønsker og behov. Der blev ligeledes udviklet en række personas samt udarbejdet en informationsarkitektur og et sæt navigationsprincipper som webløsningerne sidenhen blev designet ud fra.

Hillerød Hospitals intranet blev desuden brugertestet i foråret 2008 og herefter tilrettet efter nogle af de anbefalinger testresultaterne gav. Endelig har hospitalets hjemmeside deltaget i Bedst på Nettet i 2009 og 2010 og er i den forbindelse blevet både brugertestet og screenet af Bedst på Nettet screenere.

Hjemmesiden www.hillerodhospital.dk

Formål hjemmeside: Hjemmesiden er eksterne brugeres primære indgang til hospitalet. Hjemmesiden skal kunne imødekomme borgernes, patienters og øvrige eksterne interessenters behov for kommunikation med og information om hospitalet ved altid at stille opdateret og relevant information og funktionalitet til rådighed. Derudover er hjemmesiden med til at brande hospitalets ydelser og hospitalet som arbejdsplads.

Målgrupper

På hjemmesiden er målgruppen primært borgere, patienter og pårørende. Sekundært er det jobsøgende, samarbejdspartnere og pressen.

Intranettet - IntraNord

Formål intranet: Intranettet er ansattes primære indgang til personalerelaterede informationer om hospitalet samt adgang til andre digitale arbejdsredskaber og databaser. Intranettet skal fungere som et arbejdsredskab, der understøtter arbejdsgange med relevant, opdateret information og links til vigtige platforme, som ikke er integreret i webløsningen (fx Sund Viden, der rummer alle kliniske vejledninger). Intranettet skal også fungere som kulturbærende platform, der understøtter sammenhæng og videndeling på tværs af afdelinger.

Målgrupper

Intranettets målgruppe er primært hospitalets egne medarbejdere og sekundært ansatte på regionens øvrige virksomheder og stabe, som alle har adgang til hinandens intranet.

Sundhed.dk

Formål med hospitalets deltagelse i sundhed.dk:

Sundhed.dk er en landsdækkende portal for sundhedsoplysninger. Hillerød Hospital leverer de oplysninger, som er en del af samarbejdsaftalen mellem Region Hovedstaden og sundhed.dk, som blandt andet sikrer koblingen mellem hospitalets hjemmeside og sundhed.dk. Hillerød Hospital forholder sig i øvrigt positivt til de tilbud sundhed.dk løbende har til hospitalerne om fx at ansøge om at drive et digitalt patientforum på sundhed.dk mm. Derudover bakker Hillerød Hospital op om kampagner, hvis det giver mening i forhold til hospitalets vision og mission. Hillerød Hospital er på linje med de øvrige hospitaler i Region Hovedstaden medejere af sundhed.dk.

Praksisinformation:

Al praksisinformation ligger desuden på sundhed.dk og opdateres af regionens redaktør for praksisområdet.

Strategiske indsatsområder, mål og succeskriterier

Hjemmesiden

Strategisk indsatsområde 1: Information om alle beskrevne patientforløb

Der opbygges indhold for alle beskrevne patientforløb på tværs af afdelingerne. Der skal gerne tages forskellige kommunikationsudtryk i brug: video, tekst, billeder, patientfora etc. Derudover skal det sikres, at der etableres links til relevant information på fx patientforeningernes hjemmeside, patientfora på sundhed.dk mm.

Aktivitet: Formulering af plan i samarbejde med afdelingerne. Seminar for lokalredaktører om, hvordan vi videreudvikler indhold i forhold til patientforløb.

Mål/succeskriterium: Der skal foreligge patientinformation for alle beskrevne patientforløb senest 1. januar 2012.

Måling: Kommunikationsenheden tjekker ved deadline, at der er publiceret information for alle patientforløb.

Strategisk indsatsområde 2: Brugerinddragelse om hjemmesidens indhold

Hjemmeside skal understøtte patienters, brugeres og pårørendes behov for at gå i dialog med hospitalet om hjemmesidens indhold.

Aktivitet: Kommunikationsenheden har allerede lavet et katalog over brugerinddragelsesmuligheder på hjemmesiden (og intranet) og afholdt et vidensseminar om brugerinddragelse. Det er nu afdelingernes opgave at tage brugerinddragelsesfunktionerne i brug.

Mål/succeskriterium: 70 procent af alle kliniske afdelinger med patientkontakt har inden 1. januar 2012 iværksat, at der indhentes brugerkommentarer til deres hjemmesides indhold på mindst en måde.

Måling: Kommunikationsenheden tjekker, at aktiviteter er sat i gang på afdelingernes hjemmesider.

Strategisk indsatsområde 3a: Digital patientfeedback på hjemmesiden og via sociale medier

Hjemmesiden skal understøtte patienters, brugeres og pårørendes behov for at gå i dialog med hospitalet (afdelingerne) om behandlingstilbud og ydelser.

Aktivitet: Undersøgelse af mulighederne for at indhente patientfeedback via de funktionaliteter, der er en del af hjemmesiden eller andre sociale medier og funktionaliteter, vi kan tage i anvendelse gratis. Det gælder fx anvendelse af hjemmesidens webformular til fx ris/ros, gode idéer eller spørgeskemaundersøgelse. Brug af opslagstavlen til patientfeedback/patientoplevelser (hvor patienten selv kan skrive sin beretning, som så ligger synligt på hjemmesiden). Undersøgelse af vores debatforum til brug for patientfeedback eller et patientforum. Indsatsområdet kunne også omfatte en pilottest af facebook til patientfeedback (lukket gruppe).

Mål/succeskriterium: Der er iværksat mindst en måde at indhente patientfeedback på elektronisk inden 1. juni 2012.

Måling: Kommunikationsenheden overvåger, at der er igangsat mindst et initiativ inden 1. juni 2012.

Strategisk indsatsområde 3b: Digital patientfeedback i et eget system - afklaring

Som et supplement til Kvalitetsafdelingens projekt om feedbackmøder skal det undersøges, om det er muligt at etablere et system, hvor man systematisk kan få patientfeedback a la Skanderborg Kommunes ideoffensiv.dk.

Aktivitet: Undersøgelse af muligheder samt udarbejdelse af oplæg samt overslag over økonomi.

Mål/succeskriterium: Afklaring af om det er muligt. At få formuleret og muligvis iværksat projekt.

Måling: Der foreligger en afklaring og herefter eventuelt en plan for gennemførelse primo 2013.

Strategisk indsatsområde 4: Patientvejledninger oprettes i Xmedia og der sker en automatisk kobling til hjemmesiden

Aktivitet: Kommunikationsenheden formidler tilbuddet om Xmedia i relation til de krav, regionen stiller.

Mål/succeskriterium: Vi opfylder regionens krav til hospitalets brug af Xmedia.

Måling: Vi har opfyldt regionens krav.

Strategisk indsatsområde 5: Optimeret rekruttering via hjemmesiden

Aktivitet: 'Hospitalet som arbejdsplads' udbygges – også på afdelingsniveau (Afdelingen som arbejdsplads). Dette skal kobles til JobUniverset, som også skal videreudvikles – eventuelt i samarbejde med Udviklingsenheden. Brugerinddragelsesmodulet aktiveres på udvalgte sider i JobUniverset.

Mål/succeskriterium: Alle afdelinger har beskrevet afdelingen som arbejdsplads senest 1. april 2012.

Måling: Fastholdelse af trafik i JobUniverset.

Strategisk indsatsområde 6: Oplysninger til pårørende forbedres

Aktivitet: Samle information til pårørende – både på hospitals- og afdelingsniveau.

Mål/succeskriterium: Der er oprettet særlige 'rum' til pårørendeinformation på både overordnet og afdelingsniveau senest 1. april 2012.

Måling: Siderne er publiceret og der er registreret trafik på siderne.

Strategisk indsatsområde 7: Statistik

Aktivitet: Hver måned analyseres statistik og brugeradfærd for hjemmeside og intranet ud fra statistikrapporter på kommunikationsenhedsmøder og på lokale web-møder.

Mål/succeskriterium: At sikre at der følges op på rapporterne og relevante tiltag og ændringer iværksættes.

Måling: Der foreligger rapporter til møderne hver måned.

Strategisk indsatsområde 8: Optimerede organisationsoplysninger (Om hospitalet/Om afdelingen)

Aktivitet: a. Klar definition af indhold under punktet Om hospitalet (fakta, nøgletal fx budget, produktionstal, medarbejdere fordelt på arbejdsgruppe, kvalitetstal) samt plan for opdatering. Samme gælder på afdelingsniveau (Om afdelingen). **b.** Model for hvordan organisationsdiagram skal se ud på hospitalsniveau og afdelings/afsnitsniveau.

Mål/succeskriterium: At der inden 1. februar 2012 foreligger en model for både a og b. At disse modeller er implementeret senest 1. juni 2012.

Måling: Der foreligger model og modellerne er implementeret ud fra de fastsatte deadlines.

Strategisk indsatsområde 9: Tilpasning af indhold til sygdoms- og behandlingsindgang

Der sker en tilpasning eller produktion af indhold, der matcher regional sygdoms- og behandlingsindgang såfremt i fald, at denne bliver publiceret. Denne har således været meget længe undervejs og pt. ved vi ikke, hvornår den kommer i luften.

Aktivitet: Men hvis den kommer i luften: Formulering af handlingsplan i samarbejde med afdelingerne. Seminar for lokalredaktører om, hvordan sygdoms- og behandlingsindgangen virker og spiller sammen med deres indhold.

Mål/succeskriterium: Der skal kunne etableres links til relevant indhold på afdelingshjemmesiderne for alle sygdoms- og behandlingsområder, der fremsøges via sygdoms- og behandlingsindgangen såfremt, at indgangen bliver publiceret.

Måling: Der er skabt meningsfuld sammenhæng mellem sygdoms- og behandlingsindgangen og indholdet på afdelingernes hjemmesider.

IntraNord

Strategisk indsatsområde 1: Idébank til forbedret ressourceudnyttelse - afklaring

Det skal afklares, om der kan oprettes en Idébank til forbedret ressourceudnyttelse. Idébanken skal understøtte hospitalets arbejde med at højne patientsikkerheden og forbedre ressourceudnyttelsen. Idébanken skal målrettes gode idéer og spørgsmål til, hvordan vi udnytter ressourcerne bedst og hvordan vi undgår spild.

Aktivitet: Det afklares, om der kan oprettes en idébank (via opslagstavleskabelonen) til kommunikation om, hvordan vi mindsker spild og derved forbedre ressourceudnyttelsen samt eventuel oprettelse.

Mål/succeskriterie: Det er medio 2011 afklaret om der skal etableres et forum, hvor ansatte deler viden om, hvordan hospitalet mindsker spild og bruger ressourcerne bedst, der hvor de giver mest nytte for patienterne.

Måling: Afklaring medio 2011. Hvis oprettelse bliver besluttet: Idébanken er oprettet og implementeret ultimo 2011 Statistik over antal indlæg og læsere.

Strategisk indsatsområde 2: Optimeret ledelses- og personalehåndbog

Formålet er at lette adgangen til information på IntraNord, der vedrører ansættelsesforhold, både som leder og som medarbejder.

Aktivitet: Opbygge en ledeshåndbog, der læner sig op af/linker til personalehåndbogen og øvrigt eksisterende indhold på IntraNord og Regi. Strukturen for eksisterende personalehåndbog revideres. For begge ”håndbøgers” vedkommende skal der i redigeringsarbejdet tages højde for snitflade til SundViden/nyt dokumenthåndteringssystem og redaktørerne til håndbøgerne inddrages i dette arbejde. Aktiviteten skal dog afvente beslutning samt implementering af omkring Projekt Administrativ Organisering.

Mål/succeskriterie: Afhænger af Projekt Administrativ Organisering.

Måling: Afhænger ligeledes af Projekt Administrativ Organisering.

Strategisk indsatsområde 3: Tilpasning af IntraNord i forhold til SundViden

Tilpasningen af IntraNord skal ske, når snitflade til SundViden er redefineret i regional arbejdsgruppe og SundViden erstattes af nyt dokumentstyringssystem.

Aktivitet: Den nye snitflade kommunikerer til alle lokalredaktører. Lokalredaktørerne hjælpes til at overflytte berørte dokumenter til korrekte platforme. Dette sker i et samarbejde mellem Kommunikationsenheden og Kvalitetsafdelingen.

Mål/succeskriterie: Alle dokumenter, der skal flyttes fra IntraNord er flyttet ultimo 2011 og relevante links er etableret fra IntraNord over til nyt dokumenthåndteringssystem.

Måling: Alle afdelinger (via lokalredaktørerne) leverer status på overflytningen ultimo 2011.

Strategisk indsatsområde 4: Udvikle direktionens kommunikation med medarbejderne

Aktivitet: På intranettet oprettes en tidsafgrænset blog eller en videoblog ved afdækket behov for eksempel i forbindelse med kampagner og lignende.

Mål/succeskriterie: Bloggen skaber kendskab til direktionens/afdelingsledelses holdning til og mål med en given proces/indsats/kampagne samtidig med at medarbejderne involveres og får mulighed for at kommentere.

Måling: Statistik over antal brugere og læsere.

Organisering af driften

Webløsningen er ejet af hospitalets direktion. Kommunikationsenheden på Hillerød Hospital er overordnet ansvarlig for udvikling, ramme og struktur samt drift af organisationens fælles indhold på hjemmeside og intranet. Det er ligeledes Kommunikationsenheden opgave at sikre, at webopgaven bliver implementeret, fordelt og kommunikeret i organisationen.

Kommunikationsenheden har to overordnede redaktører for henholdsvis hjemmeside og intranet. Derudover er der fra ITM-afdelingen tilknyttet en administrator til cms’et. De tre koordinerer løbende web-opgaven.

Kommunikationsenheden driver endvidere et netværk af omkring 100 lokalredaktører, som er ansat i hospitalets kliniske og administrative afdelinger. Lokalredaktørerne, som er udpeget i alle afdelinger, har ansvar for vedligeholdelse og udvikling af indhold på afdelingernes egne sider. Det gælder både lokalt og tværgående indhold. Det er dog afdelingsledelserne, der er øverst ansvarlige for afdelingens eget indhold. Kommunikationsenheden anbefaler, at afdelingerne etablerer egne redaktionsgrupper for at koordinere og udvikle afdelingens indhold. En anbefaling mange afdelinger allerede har fulgt.

Alle nye lokalredaktører får en introduktion til hospitalets webløsninger hos Kommunikationsenheden for altid at sikre kendskab til historik og centrale retningslinjer.

Ligeledes skal alle lokalredaktører gennemføre en uddannelse i, hvordan CMS'et skal benyttes. Som minimum modul 1 – men også gerne modul 2 og 3. Denne uddannelsespakke udbydes og administreres af regionens arbejdsmarkedsafdeling. Deltagelse er gratis for lokalredaktørerne.

Kommunikationsenheden afholder årligt fire workshops for lokalredaktørerne, hvor lokalredaktørerne i mindre grupper kan arbejde med egne opgaver og samtidig modtage råd og vejledning af de centrale webredaktører. Derudover arrangerer Kommunikationsenheden to årlige netværksmøder med lokalredaktørerne samt mindst to gange årligt inspirationssessioner, som skal give værktøjer og inspiration til fortsat at kunne løfte redaktøropgaven på professionel vis.

Information til lokalredaktører samles på IntraNord ligesom Kommunikationsenheden jævnligt udsender nyhedsbreve til gruppen.

Kommunikationsenheden monitorerer løbende afdelingssider og centrale områder af intranet og hjemmeside for at sikre kvalitet og vedligeholdelse på alle niveauer. Derudover laves hver måned statistikrapporter for henholdsvis hjemmeside og intranet. Derudover kan alle afdelinger få (og mange får det allerede) statistikrapporter for egne sider på hjemmeside og intranet.

Revidering af strategi:

Webstrategien revurderes årligt. Næste gang efterår 2011.