

Ευρωπαϊκή Ημέρα Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά

**Δέσμη εργαλείων για τη συμμετοχή σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης
με σκοπό την προαγωγή της ορθολογικής χρήσης των αντιβιοτικών**

Καθοδηγητικό σημείωμα (συνοπτικό)

Περιεχόμενα

Εισαγωγή.....	3
Σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	4
Συνοπτική παρουσίαση των κατευθυντήριων γραμμών προσαρμογής των βασικών μηνυμάτων και των εργαλείων της Ευρωπαϊκής Ημέρας Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά με σκοπό τη χρήση τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	5
Γενικές κατευθυντήριες γραμμές συμμετοχής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	5
To Facebook.....	6
To Twitter.....	8
To LinkedIn.....	10
Προσαρτήματα	12

Εισαγωγή

Στόχος της Ευρωπαϊκής Ημέρας Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά (EAAD) είναι η παροχή πλατφόρμας και υποστήριξης για τις εθνικές εκστρατείες ενημέρωσης σχετικά με την ορθολογική χρήση των αντιβιοτικών. Βασική επιδίωξη της εκστρατείας την περίοδο 2011-2012 είναι η εδραίωση των δραστηριοτήτων και των επιτευγμάτων της εκστρατείας. Μία από τις δραστηριότητες αυτές είναι η διατύπωση **κατευθυντήριων γραμμών συμμετοχής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης** με σκοπό την υλοποίηση εκστρατειών ενημέρωσης για την ορθολογική χρήση των αντιβιοτικών.

Στο παρόν έγγραφο γίνεται συνοπτική παρουσίαση της καθοδήγησης, η οποία βασίζεται σε έρευνα σχετικά με τη δραστηριότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε θέματα που αφορούν τη χρήση των αντιβιοτικών σε επίπεδο ΕΕ, καθώς και σε έρευνα σχετικά με τις δραστηριότητες των οργανώσεων - εταίρων της Ευρωπαϊκής Ημέρας Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Από την έρευνα προέκυψε ότι υπάρχει ήδη κάποια δραστηριότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όσον αφορά την ορθολογική χρήση των αντιβιοτικών και ότι ελάχιστοι είναι οι νεοεμφανιζόμενοι φορείς που μπορούν ενδεχομένως να ασκήσουν επιρροή.

Με βάση τα αποτελέσματα των ως άνω ερευνών, το παρόν έγγραφο προτείνει δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οι οποίες θα μπορούσαν να αναληφθούν στο πλαίσιο εθνικών εκστρατειών ενημέρωσης για την ορθολογική χρήση των αντιβιοτικών και οι οποίες θα απευθύνονται στο ευρύ κοινό, σε συνταγογράφους ιατρούς της πρωτοβάθμιας περίθαλψης και σε συνταγογράφους ιατρούς των νοσοκομείων.

Βλέπε ακόμη:

- το πλήρες κείμενο του καθοδηγητικού σημειώματος (στα αγγλικά)
- το προσάρτημα 1: Χαρτογράφηση των σημαντικών παραγόντων και φορέων που δραστηριοποιούνται σε θέματα αντιβιοτικών σε επίπεδο ΕΕ (στα αγγλικά)
- το προσάρτημα 2: Έρευνα των εταίρων της Ευρωπαϊκής Ημέρας Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά και τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από αυτούς (στα αγγλικά)
- το προσάρτημα 3: Σημαντικές πρωτοβουλίες σε επίπεδο μέσων κοινωνικής δικτύωσης (στα αγγλικά).



Σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Πέντε είναι τα σημαντικά χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν το περιβάλλον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης: **συμμετοχή** (ανταλλαγή πληροφοριών και απόψεων), **ευρύτητα** (οι πάντες μπορούν να συμμετάσχουν και να ανταλλάξουν απόψεις), **συζήτηση** (επικοινωνία με και από ομάδες-στόχους), **κοινότητα** (κοινά συμφέροντα διατηρούν τους χρήστες ενωμένους) και **συνεκτικότητα** (ενσωμάτωση διαφόρων μέσων και πλατφορμών, ιστοτόπων, πόρων και ανθρώπων). Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συμπληρώνουν –ή και αντικαθιστούν– ολοένα και περισσότερο τους παραδοσιακούς διαύλους επικοινωνίας και δείχνουν ότι η παροχή της δυνατότητας στις ομάδες-στόχους να ανταποκρίνονται σε μια εκστρατεία και να αλληλεπιδρούν στο πλαίσιο αυτής συνιστά αποτελεσματικό τρόπο ενίσχυσης των εκστρατειών.

Ο τομέας των αντιβιοτικών δεν αποτελεί εξαίρεση από τις τάσεις αυτές. Το βασικότερο συμπέρασμα της χαρτογράφησης¹ των βασικών παραγόντων που δραστηριοποιούνται σε θέματα αντιβιοτικών χρησιμοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι υπάρχει σημαντικό αναξιοποίητο δυναμικό σε επίπεδο χρήσης των μέσων αυτών για την προαγωγή της ορθολογικής χρήσης των αντιβιοτικών. Από τη μια υπάρχουν οι ασθενείς που εκδηλώνουν το ενδιαφέρον τους να λαμβάνουν πληροφορίες για τα αντιβιοτικά ενώ τα παίρνουν ή σκέφτονται να τα πάρουν και, από την άλλη, άρχισαν να εμφανίζονται οι πρώτες δραστηριότητες από την πλευρά των εμπειρογνομόνων, συγκεκριμένα συζητήσεις για τα αντιβιοτικά και την ανθεκτικότητα σε αυτά, χρησιμοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

¹ Βλ. προσάρτημα 1 (στα αγγλικά).

Συνοπτική παρουσίαση των κατευθυντήριων γραμμών προσαρμογής των βασικών μηνυμάτων και των εργαλείων της Ευρωπαϊκής Ημέρας Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά με σκοπό τη χρήση τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Με γνώμονα την επικοινωνία με κάθε ομάδα-στόχο της Ευρωπαϊκής Ημέρας Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά –ευρύ κοινό, συνταγογράφους ιατρούς της πρωτοβάθμιας περίθαλψης και συνταγογράφους ιατρούς των νοσοκομείων– προσδιορίστηκαν δύο πιθανές δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για κάθε μία από τις ομάδες αυτές:

Ευρύ κοινό

Χρήση κινητού μηχανισμού παρακολούθησης της υγείας (βλ. πλήρες κείμενο δέσμης εργαλείων, στα αγγλικά)

Δημιουργία σελίδας στο Facebook

Συνταγογράφοι ιατροί πρωτοβάθμιας περίθαλψης

Χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε περίπτωση απογραμμικής εκδήλωσης (βλ. πλήρες κείμενο δέσμης εργαλείων, στα αγγλικά)

Είσοδος στον κόσμο του Twitter

Συνταγογράφοι ιατροί νοσοκομείων

Ανάπτυξη χώρου ανάρτησης τελευταίων ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (βλ. πλήρες κείμενο δέσμης εργαλείων, στα αγγλικά)

Δημιουργία ομάδας στο LinkedIn

Λόγω του δυναμικού περιβάλλοντος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, δεν υπάρχει ένας μόνο τρόπος προσαρμογής των βασικών μηνυμάτων της Ευρωπαϊκής Ημέρας Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά προς χρήση στις κοινωνικές πλατφόρμες. Το σημαντικό είναι να προσαρμόζονται οι χρήστες στην πλατφόρμα που χρησιμοποιούν και να ανταποκρίνονται στο διαρκώς εξελισσόμενο περιβάλλον των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Γενικές κατευθυντήριες γραμμές συμμετοχής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Ο κατάλογος που ακολουθεί περιέχει ενδεικτικά ορισμένες οδηγίες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης:



1. Καταρχάς, πρέπει να χρησιμοποιείτε την **κοινή λογική**. Σκεφτείτε πρώτα εάν οι πράξεις σας ενδέχεται να έχουν αντίκτυπο στη φήμη ή στην επιχειρηματική δραστηριότητα του φορέα που εκπροσωπείτε και αναρτήστε μόνο επίσημες πληροφορίες.
2. Σκεφτείτε πρώτα εάν το υλικό ή οι πληροφορίες είναι **εμπιστευτικού** ή ευαίσθητου χαρακτήρα. **Αποφεύγετε** να συζητάτε νομικά ζητήματα, οικονομικές επιδόσεις, στρατηγικές, επιστημονικά δεδομένα ή/και φήμες, κ.λπ.
3. Φροντίζετε να σέβεστε τα **δικαιώματα δημιουργού** και να αναφέρετε δημοσίως τους κατόχους τους.
4. Φροντίζετε να προστατεύετε την **ιδιωτική ζωή** σας και να ελαχιστοποιείτε τους κινδύνους ασφαλείας και, ακόμη, να γνωρίζετε τις διάφορες ρυθμίσεις προστασίας της ιδιωτικής ζωής στις κοινωνικές πλατφόρμες.
5. Φροντίζετε να διατηρείτε πάντοτε ευχάριστο κλίμα και επαγγελματικό **ύφος**, ακόμη κι αν δεν συμφωνείτε με την άποψη κάποιου.
6. Να θυμάστε ότι η δραστηριότητά σας στο Διαδίκτυο μπορεί να διαβαστεί και να **εντοπίζεται** για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα. Η διαγραφή ή η τροποποίηση κάποιας δραστηριότητας ενδέχεται να είναι δύσκολη. Σκεφθείτε, επομένως, προσεκτικά προτού κάνετε μία ανάρτηση, προτού σχολιάσετε ή ανταλλάξετε περιεχόμενο.
7. Δηλώστε τη συμμόρφωσή σας προς τους επίσημους **κανόνες** του φορέα που εκπροσωπείτε, καθώς και προς τις λοιπές συναφείς νομοθετικές διατάξεις και τις ενδοεπιχειρησιακές κατευθυντήριες γραμμές για την προστασία της εικόνας της επιχείρησης και την επικοινωνία.
8. Οι προθέσεις σας να είναι **τίμιες και διαφανείς**. Να δηλώνετε πάντοτε το πραγματικό σας όνομα.
9. Να έχετε υπόψη σας ότι δεν ξέρετε **με ποιον συνδέεστε** - δεν μπορείτε ποτέ να είστε σίγουρος εάν είναι συνάδελφος, μέλος, ασθενής, δημοσιογράφος, προμηθευτής, κ.λπ.

To Facebook

Πλατφόρμα: Το Facebook² είναι απαραίτητο εάν θέλετε να προσεγγίσετε το ευρύ κοινό. Είναι η πιο διαδεδομένη πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης στον κόσμο. Το 2011, οι εγγεγραμμένοι χρήστες

² <http://www.facebook.com/>

του άγγιξαν τα 800 εκατομμύρια και κάθε χρήστης συνδέεται κατά μέσο όρο με περισσότερες από 80 σελίδες ή ομάδες³.

Κλίμακα: Η δημιουργία σελίδας στο Facebook, όπως οι περισσότερες δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, απαιτεί τακτική ενασχόληση και επιγραμματική συμμετοχή. Ίσως λοιπόν χρειαστεί να σκεφθείτε πρώτα κατά πόσον διαθέτετε τον χρόνο, το περιεχόμενο και τους πόρους για να επικαιροποιείτε τακτικά, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, την όποια σελίδα της εκστρατείας ή κατά πόσον είναι αποτελεσματικότερο να χρησιμοποιείτε για περιστασιακές ανακοινώσεις τη σελίδα του φορέα που εκπροσωπείτε.

Περιεχόμενο: Προτού ενεργοποιήσετε τη σελίδα σας, σκεφθείτε προσεκτικά τι είδους πληροφορίες θέλετε να παρέχετε και καταρτίστε ένα ημερολόγιο αναρτήσεων που θα σας βοηθήσει να προγραμματίζετε τις δραστηριότητες μακροπρόθεσμα.

Μεριμνάτε ώστε το περιεχόμενό σας να είναι συναφές, ενδιαφέρον και μη κολάσιμο. Μην εστιάζετε υπερβολικά στους δικούς σας σκοπούς προώθησης βασικών μηνυμάτων. Αντιθέτως, παρέχετε περιεχόμενο που προσδίδει προστιθέμενη αξία μέσω της ενημέρωσης, της εκπαίδευσης ή της ψυχαγωγίας. Για να το πετύχετε, είναι σημαντικό να γνωρίζετε καλά τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα των αποδεκτών στους οποίους απευθύνεστε.

Χρήσιμος τρόπος επικοινωνίας με τους αποδέκτες είναι, εκτός από την ανάρτηση του δικού σας περιεχομένου, να δημιουργείτε συνδέσμους προς (και να σχολιάζετε) πληροφορίες τρίτων – ειδήσεις, σχόλια, μελέτες, βίντεο, εικόνες, κ.λπ. Στη διάδοση των πληροφοριών μπορεί να συμβάλει επίσης η χρήση βίντεο, φωτογραφιών και λοιπών πολυμέσων. Οι σελίδες που περιέχουν εμπλουτισμένα μέσα έχουν κατά μέσο όρο 19πλάσιους σταθερούς επισκέπτες σε σύγκριση με σελίδες χωρίς εμπλουτισμένα μέσα. Για τον συγκεκριμένο σκοπό μπορούν να χρησιμοποιηθούν και κάποια από τα υλικά που παρέχει το ECDC⁴, όπως π.χ. τα βιντεάκια, οι φωτογραφίες και τα φυλλάδια που απευθύνονται σε ασθενείς.

Ενασχόληση: Διαρκής ενημέρωση και επικαιροποίηση του περιεχομένου.

Η χρήση επίσημου γλωσσικού ύφους δεν φαίνεται να είναι αποτελεσματική στο συγκεκριμένο περιβάλλον. Οι διαχειριστές της σελίδας πρέπει να φροντίζουν να απευθύνονται στις ομάδες-στόχους με απλό και κατανοητό τρόπο.

Πρέπει να ενθαρρύνετε την αλληλεπίδραση μεταξύ των μελών της κοινότητας, αλλά και με τους χρήστες: να απαντάτε σε σχόλια, να υποβάλλετε ερωτήσεις, να πραγματοποιείτε δημοσκοπήσεις μεταξύ των χρηστών, να ενθαρρύνετε την υποβολή συνεισφορών, να προσδίδετε προστιθέμενη αξία σε συζητήσεις παρέχοντας πληροφορίες που ενδεχομένως δεν γνωρίζει η κοινότητα.

³ <https://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

⁴ <http://ecdc.europa.eu/en/eaad/Pages/ToolkitsGeneralPublic.aspx>

Μην αποφεύγετε τα αρνητικά σχόλια. Αντιμετωπίστε τα. Οι χρήστες εκτιμούν την ανοιχτή επικοινωνία και την ανταπόκριση, συμβάλλουν μάλιστα αμοιότερες στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης.

Εντοπίστε τα αποτελέσματά σας: Το Facebook παρέχει στους ιδιοκτήτες σελίδων τα λεγόμενα **Facebook Insights**, δηλαδή δωρεάν πίνακες που σας επιτρέπουν να παρακολουθείτε την εξέλιξη των χρηστών και συναφείς πληροφορίες όπως ηλικία, φύλο, κ.λπ., καθώς και τη χρήση και τη δημιουργία περιεχομένου.

To Twitter

Πλατφόρμα: Το Twitter⁵, ως διαδεδομένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, είναι μια καλή πλατφόρμα επικοινωνίας με τους συνταγογράφους ιατρούς πρωτοβάθμιας περίθαλψης όσον αφορά την ανθεκτικότητα στα αντιβιοτικά. Οι επαγγελματίες της πρωτοβάθμιας περίθαλψης είναι πιθανόν να περνούν κάποιες από τις εργάσιμες ημέρες τους στο γραφείο και, από μελέτες, προέκυψε ότι είναι πολύ πιθανό να αναζητούν πληροφορίες στο Διαδίκτυο. Επιπλέον, πολλοί επαγγελματίες χρησιμοποιούν τις δικές τους ηλεκτρονικές συσκευές όπως τα έξυπνα τηλέφωνα (smartphone) και τις ταμπλέτες (tablet)⁶ για να αναζητήσουν πληροφορίες στο Διαδίκτυο. Σε αμοιότερες τις έρευνες της Ευρωπαϊκής Ημέρας Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά, το Twitter αναδείχθηκε ως μια συχνά χρησιμοποιούμενη πλατφόρμα.

Κυριότητα: Πρέπει να αποφασίσετε ποιος θα επιμελείται, θα διαχειρίζεται και θα προωθεί τον δίαυλο επικοινωνίας. Θα πρέπει να είναι κάποιος με πολύ καλή γνώση των αντιβιοτικών και, φυσικά, της εκστρατείας. Δεν συνιστάται η δημιουργία προφίλ στο Twitter που θα είναι ενεργό μόνο κατά τη διάρκεια της Ευρωπαϊκής Ημέρας Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά, αλλά προφίλ όπου θα είναι εφικτή η διαρκής ανταλλαγή πληροφοριών, πόρων και ειδήσεων.

Η επίσημη ταυτότητα της επιχείρησής σας στο Twitter αποτελεί τμήμα της εταιρικής επωνυμίας σας και πρέπει να είναι συνεπής με τον τρόπο με τον οποίο περιγράφετε την επιχείρησή σας.

Κατανόηση γλώσσας: Βεβαιωθείτε ότι έχετε κατανοήσει την ιδιαίτερη γλώσσα του Twitter προτού δραστηριοποιηθείτε σε αυτό. Τα σημαντικότερα στοιχεία της γλώσσας αυτής είναι τα ακόλουθα:

DM: Απευθείας μήνυμα (Direct Message)

@: Το σύμβολο αυτό χρησιμοποιείται για να απαντήσετε σε κάποιον, το προσθέτετε δε πάντοτε πριν από την ταυτότητα του χρήστη στον οποίον θέλετε να απαντήσετε μέσω του Twitter.

RT: Re-tweet (είναι ουσιαστικά η προώθηση μηνύματος).

Tweet: Αποστολή μηνύματος μέσω του Twitter.

⁵ <http://twitter.com/>

⁶ <http://mashable.com/2011/09/13/tablets-changing-search/>

#: Η χρήση του συμβόλου αυτού σας παρέχει τη δυνατότητα να ευρετηριάζετε τα μηνύματά σας καθιστώντας έτσι εφικτή την αναζήτησή τους⁷.

Εντοπίστε δημοσιογράφους, δημοσιεύματα στα ΜΜΕ, εταίρους, προμηθευτές, ανταγωνιστές, άτομα που δημοσιεύουν αναρτήσεις σε ιστολόγια (μπλόγκερ) τα οποία πραγματεύονται θέματα υγειονομικής περίθαλψης, καθώς και ανθρώπους που ανταλλάσσουν μηνύματα στο Twitter (tweeting) με θέμα την ορθολογική χρήση και τις συνταγογραφήσεις αντιβιοτικών.

Περιεχόμενο: Ακολουθούν ορισμένα παραδείγματα μηνυμάτων της εκστρατείας στη συγκεκριμένη πλατφόρμα:

Μάθετε τα τελευταία νέα για την αύξηση της ανθεκτικότητας στα αντιβιοτικά [σύνδεσμος] #EAAD #antibiotics #HC

Η επικοινωνία με τους ασθενείς είναι καθοριστικής σημασίας – ακολουθούν ορισμένες ιδέες [σύνδεσμος] #antibioticprescription

Η παρουσίαση που έκανα στη διάσκεψη Doctors 2.0 στο Παρίσι. [σύνδεσμος] #slides #Doctor2.0#EAAD

Οι γενικοί κανόνες που διέπουν την επικοινωνία μέσω τηλεφώνου και μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ισχύουν και για το Twitter. Αυτό που ενδιαφέρει εσάς είναι να στείλετε πληροφορίες σε δημοσιογράφους που ασχολούνται με το θέμα.

Όπου είναι αναγκαίο, συμμετέχετε σε συζητήσεις με άτομα από το ευρύ κοινό (public timeline) για κάποιο συγκεκριμένο θέμα.

Έχετε στη διάθεσή σας μόνο 140 χαρακτήρες, στους οποίους θα περιλαμβάνεται κατά πάσα πιθανότητα και η ηλεκτρονική διεύθυνση (URL) του περιεχομένου. Όπου είναι δυνατό, προσθέτετε συντετμημένο σύνδεσμο προς συναφείς πληροφορίες. Μπορεί να είναι ένα δελτίο Τύπου, ένα ειδησεογραφικό άρθρο, ένα κύριο άρθρο, ένα podcast, μία ανάρτηση σε ιστολόγιο (blog post), κ.λπ. Για τη σύντμηση συνδέσμων προτείνουμε το Bit.ly.

Τι πρέπει και τι δεν πρέπει να κάνετε:

Τι πρέπει να κάνετε	Τι δεν πρέπει να κάνετε
Να προσδίδετε προστιθέμενη αξία στους χρήστες και στις συζητήσεις σας	Να είστε βαρετός!
Να προωθείτε (re-tweet) υλικό που θεωρείτε σχετικό, ενδιαφέρον και μη κολάσιμο	Να αναρτάτε διαρκώς συνδέσμους προς τον δικό σας δικτυακό τόπο («Linkspam»)

⁷ <http://mashable.com/2009/05/17/twitter-hashtags/>

Να συμμετέχετε σε συζητήσεις τόσο στο πλαίσιο της δικής σας ροής στο Twitter όσο και στο πλαίσιο άλλων ροών στο Twitter	Να χρησιμοποιείτε το Twitter απλώς ως μονόδρομο διάυλο επικοινωνίας
Να θέτετε ερωτήσεις στη δική σας ροή	Να αυτοπροβάλλετε με απροκάλυπτο τρόπο
Να ζητάτε ανατροφοδότηση	Να εστιάζετε στην ποσότητα εις βάρος της ποιότητας
Να γράφετε ως άτομο και όχι ως φορέας	Να εμπλέκεστε σε λογομαχίες

Εργαλεία διαχείρισης: Υπάρχουν αρκετά εργαλεία που σας βοηθούν να διαχειριστείτε τον λογαριασμό σας στο Twitter. Μεταξύ άλλων, προτείνονται τα ακόλουθα: Bit.ly, Tweetdeck, Google Analytics.

To LinkedIn

Πλατφόρμα: Το LinkedIn έχει περισσότερους από 120 εκατομμύρια χρήστες σε περισσότερες από 200 χώρες, εκ των οποίων τα 26 εκατομμύρια προέρχονται από την Ευρώπη⁸. Το LinkedIn επιτρέπει στους χρήστες να αναπτύσσουν νέες επιχειρηματικές σχέσεις προσχωρώντας σε διάφορες ομάδες (LinkedIn Groups) όπως, π.χ., σε ομάδες αποφοίτων, σε ομάδες του συναφούς βιομηχανικού κλάδου, σε επαγγελματικές ομάδες ή/και σε λοιπές συναφείς ομάδες. Ορισμένες ομάδες είναι εξειδικευμένες και αφορούν πολύ συγκεκριμένο κλάδο ή βιομηχανικό τομέα, ενώ άλλες είναι ευρύτατες. Οι επαγγελματίες ανταλλάσσουν υλικά, νέα και πληροφορίες, καθιστώντας έτσι δυνατή την ταχεία διάδοση των γνώσεων⁹.

Δημιουργία ομάδας: Προτού προβείτε στη δημιουργία ομάδας στο LinkedIn, συμβουλευθείτε το Group Directory (τον αναλυτικό κατάλογο ομάδων) και ελέγξτε εάν υπάρχουν ήδη παρόμοιες ομάδες¹⁰. Στην περιγραφή της ομάδας φροντίστε να συμπεριλάβετε λέξεις ή φράσεις-κλειδιά που θα βοηθούν τους χρήστες να εντοπίζουν την ομάδα σας. Μεριμνήστε για τη συμπερίληψη της ομάδας σας στο Group Directory. Αναθέστε επίσης, εάν θέλετε, ρόλο «Διαχειριστή ομάδας» σε συναδέλφους ώστε να σας βοηθούν στις εργασίες που απαιτούνται για τη διατήρηση της ομάδας.

Περιεχόμενο: Πρέπει να αντικατοπτρίζει την εταιρική ταυτότητα/επωνυμία και τη βασική θεματολογία της ομάδας.

⁸ <http://press.linkedin.com/about>

⁹ <http://www.pbs.org/engage/blog/doctors-use-social-media-collaborate-online>

¹⁰ Η πρόσβαση στο Group Directory του LinkedIn γίνεται μέσω της ακόλουθης ηλεκτρονικής διεύθυνσης: http://www.linkedin.com/groupsDirectory?trk=hb_side_grpsdir

Αναρτήστε κάποιο περιεχόμενο στην ομάδα προτού την προωθήσετε. Με τον τρόπο αυτόν, δίνετε στους άλλους χρήστες μια εικόνα του τι να περιμένουν εάν προσχωρήσουν στην ομάδα σας.

Το περιεχόμενο μπορεί να περιλαμβάνει συμβουλές, συνδέσμους προς άρθρα, βίντεο ή παρουσιάσεις σχετικά με το θέμα σας, αναλυτικές πληροφορίες για προϊόντα που αναμένεται να τεθούν σε κυκλοφορία και λοιπές εκδηλώσεις.

Η δέσμη εργαλείων για τα βασικά μηνύματα περιέχει αναρίθμητες παραπομπές και πολύτιμες πληροφορίες. Σας συνιστούμε θερμά να χρησιμοποιείτε τη δέσμη εργαλείων για ομάδες που ασχολούνται με τις μελλοντικές προκλήσεις στον τομέα της ανθεκτικότητας στα αντιβιοτικά.

Προτάσεις για περιεχόμενο βάσει των κύριων μηνυμάτων στη συγκεκριμένη πλατφόρμα¹¹:

Τα βακτήρια που είναι ανθεκτικά στα αντιβιοτικά αποτελούν πλέον καθημερινό φαινόμενο στην Ευρώπη [σύνδεσμος] Γνωρίζετε άλλους πόρους που ασχολούνται με το συγκεκριμένο πρόβλημα; Βοηθήστε μας να συγκεντρώσουμε τα πλέον πρόσφατα ερευνητικά στοιχεία.

Η παρουσίαση πραγματικών-ποσοτικών στοιχείων και ερευνών είναι ο καλύτερος τρόπος για να καταδειχθεί ευρέως ο τρόπος με τον οποίο συμβάλλει στο πρόβλημα η χρήση των αντιβιοτικών. Έχουμε συγκεντρώσει κάποια στοιχεία για εσάς [σύνδεσμος]

Γιατί να ενδιαφερθούμε για το θέμα; Πείτε μας λόγους για τους οποίους πιστεύετε ότι πρέπει να προωθήσουμε την ορθολογική χρήση των αντιβιοτικών.

Διατήρηση της ομάδας σας: Ως ιδιοκτήτης της ομάδας, μπορείτε να στέλνετε στα μέλη μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Τα ποσοστά παράδοσης των συγκεκριμένων μηνυμάτων είναι ιδιαίτερα υψηλά διότι οι περισσότεροι εξυπηρετητές ηλεκτρονικού ταχυδρομείου αναγνωρίζουν τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του LinkedIn, γεγονός που μειώνει τις πιθανότητες να καταλήξει το μήνυμά σας στα ανεπιθύμητα.

- Συμπεριλάβετε τροφοδοσία RSS από τη ροή σας στο Twitter. Με τον τρόπο αυτόν, θα επικαιροποιείται αυτομάτως η ομάδα σας στο LinkedIn και θα μειωθεί ο χρόνος των συνεχών εργασιών που απαιτούνται για τη διατήρηση της ομάδας. Ξεκινάτε συζητήσεις για συναφή θέματα όπως, π.χ., μελέτη φωτισμού, έρευνες για την τεχνολογία φωτισμού, κ.λπ. Συμμετέχετε σε συζητήσεις που έχουν αρχίσει μέλη της ομάδας.
- Αναγνωρίζετε όσους έχουν μεγάλη επιρροή στη δημιουργηθείσα κοινότητα – η δημόσια αναγνώριση μπορεί να ενθαρρύνει σημαντικά τη συμμετοχή ατόμων στην ομάδα, αλλά και της ίδιας της ομάδας συνολικά.
- Προσθέτετε αναλυτικές πληροφορίες για εκδηλώσεις, υλικά, φωτογραφίες, βίντεο και λοιπές εκδηλώσεις στο ημερολόγιο εκδηλώσεων του LinkedIn (LinkedIn events calendar), και ενθαρρύνετε τους συμμετέχοντες να επιβεβαιώνουν τη συμμετοχή τους (RSVP) στο LinkedIn.

¹¹ <http://ecdc.europa.eu/en/eaad/Pages/ToolkitsHospitalPrescribers.aspx>

Προσαρτήματα

Προσάρτημα 1: Χαρτογράφηση των σημαντικών παραγόντων και φορέων που δραστηριοποιούνται σε θέματα αντιβιοτικών σε επίπεδο ΕΕ (ξεχωριστό PDF)

Προσάρτημα 2: Έρευνα των εταίρων της Ευρωπαϊκής Ημέρας Ενημέρωσης για τα Αντιβιοτικά και τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από αυτούς (ξεχωριστό PDF),

Προσάρτημα 3: Σημαντικές πρωτοβουλίες κατά τη χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης