

Prosto w trudnych czasach

Kilka miesięcy temu nie wiedzieliśmy, co to jest koronawirus SARS-CoV-2. Nie podejrzewaliśmy też, że znajdziemy się w jego epicentrum. Ale wprowadziliśmy w Narodowym Funduszu Zdrowia prosty język. I dzięki tej decyzji wykorzystujemy teraz jego moc.

Prosta komunikacja pomaga walczyć z epidemią prawie jak środek dezynfekujący. Rozwiewa wątpliwości dotyczące koronawirusa, szerzy wiedzę, zapobiega panice, uspokaja, informuje o ograniczeniach. Jak konkretnie ją stosujemy?

Odpowiadamy wprost na pytania społeczeństwa – [krótko, przejrzysto i wyczerpująco](#).

Objaśniamy społeczeństwu wszystkie udogodnienia i możliwości – [praktycznie, zrozumiale, krok po kroku](#).

Informujemy społeczeństwo o zmianach organizacyjnych, na przykład o zmianach pracy w salach obsługi – [szybko, jasno, rzeczowo](#).

Wspieramy i szerzymy usługi Telefonicznej Informacji Pacjenta (TIP), o numerze 800 190 590 – to pierwsza linia frontu w naszej walce z koronawirusem. Upraszczamy skrypty z informacjami dla konsultantów TIP. Układamy też dialogi dla bota, który zastępuje konsultantów w momentach największego obłożenia infolinii.

Edukujemy pracowników. Aby prosty język stał się praktycznym narzędziem dla całej naszej organizacji, wszyscy musimy się go nauczyć. Przez kwartał przeszkoliliśmy ponad 200 współpracowników. Zrobiliśmy przerwę w szkoleniach, ale wrócimy do nich, gdy minie zagrożenie. Teraz tworzymy materiały, które umieszczamy w intranecie i newsletterze.

Ułatwiamy zarządzanie. Jak ważny jest prosty język w sytuacjach kryzysowych, pokazał Winston Churchill, premier Anglii. Był rok 1940, sam środek bitwy o Anglię. I co robi Churchill? Wydaje akt prawny „Memorandum o zwięzłości”. Píše w nim: „Aby wykonywać swoją pracę, musimy czytać mnóstwo dokumentów. Większość z nich jest o wiele za długa. To strata czasu. Marnujemy energię na wyławianie głównych myśli”. Warto skorzystać z doświadczenia Churchilla, gdy sami mamy sytuację kryzysową i częściowo pracujemy zdalnie.

Widzimy pacjenta. Prostą komunikacją w NFZ dopiero 4 miesiące. Do zrobienia jest jeszcze bardzo dużo. Ale pierwsze efekty już widać. Nasz świadczeniobiorca zmienia się w zadowolonego pacjenta. I to nas cieszy! [Strategia NFZ](#) staje się faktem.

Dział Promocji Usług i Prostego Języka
Centrala Narodowego Funduszu Zdrowia