


Khai Thác Hiệu Quả Truyền Thông Số trong Truyền thông Y tế: Đặc Điểm, Nguyên Tắc Và Kỹ Năng

TP.HCM – Ngày 26/09/2024



Agenda

1. Bức tranh số hóa tại Việt Nam
 2. Đặc điểm & Nguyên tắc truyền thông trên các Kênh truyền thông số
 3. Bộ kiến thức & kỹ năng cần có cho người làm truyền thông số
 4. Kết luận & Thảo luận
- 

01

Bức tranh số hoá tại Việt Nam 2024 (Digital Landscape in Vietnam)

- Lượng người sử dụng Mạng xã hội tại Việt Nam
- Vai trò các kênh truyền thông số trong lĩnh vực sức khỏe
- Quan tâm & vấn đề của người dân về truyền thông y tế

Bức tranh Số Hóa tại Việt Nam – Gần 80% Người Việt Nam Sử Dụng Internet & Dành Trung Bình 6 Giờ Mỗi Ngày!

Đây là kênh tiếp cận hiệu quả & tiềm năng để phổ biến thông tin về sức khỏe đến cộng đồng.



Kết nối di động*

168,5 triệu người

Tỷ lệ thâm nhập **169,8%**



Người dùng Internet

78,44 triệu người

Tỷ lệ thâm nhập **79,1%**

 6H18'



Người dùng Mạng xã hội

72,70 triệu người

Tỷ lệ thâm nhập **73,3%**

 2H25'

VỚI CÔNG CHÚNG, MXH Là Kênh Thông Tin Để Tìm Kiếm & Trao Đổi Về Sức Khỏe

2.1 triệu thảo luận

về sức khỏe mỗi tháng trên MXH

600 nghìn thảo luận

liên quan đến phòng khám, bệnh viện mỗi tháng trên MXH

Top 5 ngành hàng

xây ra tin giả, tiêu cực



01. Tìm kiếm thông tin triệu chứng, sức khỏe

Chào các bạn, mình bị đau thắt lưng trái (chỉ có bên trái) thì đi khám bệnh viện nào hay phòng mạch nào tốt nhỉ? Cảm ơn



02. Chia sẻ kinh nghiệm khám chữa bệnh

Anh em có bị hội chứng ruột kích thích (đại tràng có thắt). SG bệnh viện nào điều trị hiệu quả vậy?



03. Dễ ảnh hưởng bởi tin giả, tin tiêu cực

Nửa đêm đọc tin vợ chồng giám đốc BV
Thủ Đức rửa tiền hơn 100 tỉ.
Mất ngủ luôn:(
Y đức ơi 🙄

Hậu Covid, có gì thay đổi trong hành vi người dùng thảo luận về Y tế trên các nền tảng trực tuyến?



Bác sĩ uy tín – Kênh thông tin sức khỏe hữu ích



Hội nhóm Sức khỏe – Nơi trao đổi kinh nghiệm



Khám chữa bệnh từ xa – “tiện lợi” & “nhanh gọn”



Bác sĩ:
Trần Quốc Khánh
f 195K
t 1459



Bác sĩ:
Wynn Tran
f 173K
t 1315



Bác sĩ:
Lê Tiến Huy
f 113K
t 1.1 Million



Cộng đồng về Sức khỏe
(Chăm sóc Sức khỏe..)



Hội nhóm Bệnh
(Hội nhóm Dạ dày, Xương Khớp..)



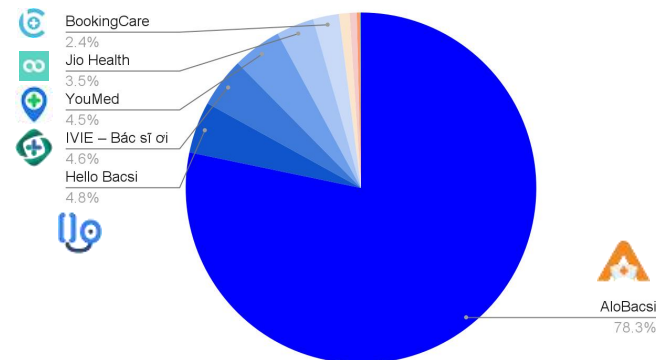
Cộng đồng review Bệnh viện
(Review phòng khám, BV;
Review Bác sĩ_



Cộng đồng Bệnh Nhân
(Hội đi đẻ Từ Dũ, Hội bệnh nhân ĐHYD)

+75k thảo luận

về các dịch vụ tư vấn, chẩn đoán trực tuyến



N = 75,721 thảo luận

Timerange: 1/8/2023 - 31/08/2023

Data source: SocialHeat từ YouNet Media

NHƯNG... Công chúng thiếu thông tin CHÍNH THỐNG về sức khỏe & nguy cơ tràn lan tin giả

Bệnh đau mắt đỏ là TOP #1 Tin tức được thảo luận nhiều nhất MXH

Bệnh đau mắt đỏ



268,03K
TỔNG LƯỢNG
THẢO LUẬN

1.04M
TỔNG LƯỢNG
TƯƠNG TÁC

-0.36
CHỈ SỐ
CẢM XÚC

#1
TIN TỨC
MXH



Tìm kiếm thông tin triệu chứng



Chia sẻ phương pháp phòng & điều trị



Tin tức về bệnh



Giải pháp thắc mắc về tin giả

06/09/2023 - 26/09/2023

Nguồn: Báo cáo YouNet Media 2023



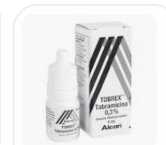
Phương pháp chưa được kiểm chứng lan truyền

Cứ 2,14 thảo luận chia sẻ về phương pháp phòng và điều trị đau mắt đỏ thì có 1 thảo luận lan truyền các phương pháp điều trị chưa được kiểm chứng.

Em chia sẻ pp chữa đau mắt các vấn đề về mắt bằng cách nhỏ nước tiểu mỗi bên 3 giọt ngày 3 đến 5 lần. Anh -chị em mình nếu chưa làm theo, đúng có với phản xét. Thuốc nhỏ mắt nhãn hiệu nào cũng có CORTICOID nhỏ nhiều hại gan thận à nhà.



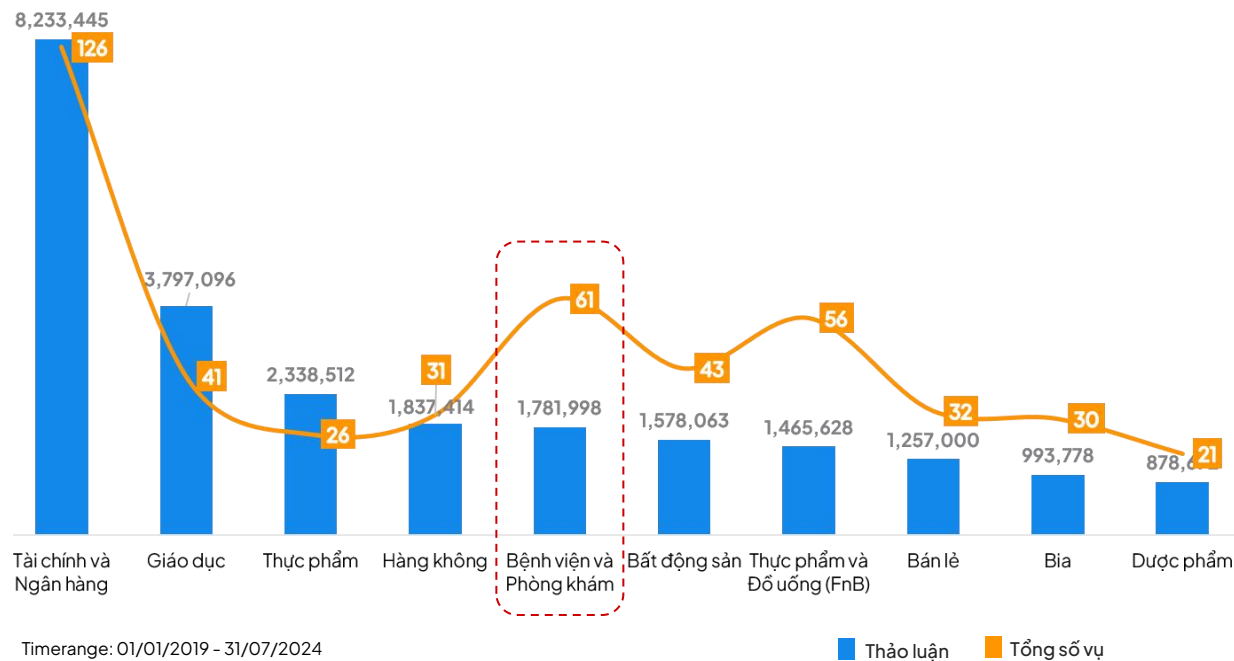
Lan truyền phương pháp dân gian trong hội nhóm



Chia sẻ các loại thuốc nhỏ mắt kê đơn để tự mua tại nhà thuốc.

Bệnh viện & Phòng khám thuộc TOP 5 ngành hàng xảy ra tin giả, tiêu cực

BỆNH VIỆN, PHÒNG KHÁM THUỘC TOP 5 NGÀNH HÀNG XẢY RA TIN GIẢ, TIÊU CỰC



Timerange: 01/01/2019 - 31/07/2024

Data source: SocialHeat từ YouNet Media

■ Thảo luận ■ Tổng số vụ

ĐẶC ĐIỂM LAN TRUYỀN TRÊN MXH

01 Tràn lan tin giả & người xem dễ bị định hướng bởi tin giả.

02 Quy mô của sự vụ khủng hoảng dễ lan tỏa & bị phân hóa trên nhiều nền tảng MXH.

Hơn 50% số sự vụ khủng hoảng phát sinh từ Báo chí trực tuyến Video là hình thức nội dung lan tỏa Khủng hoảng nhanh nhất

CON SỐ NỔI BẬT:

1.8M
thảo luận

61
sự vụ

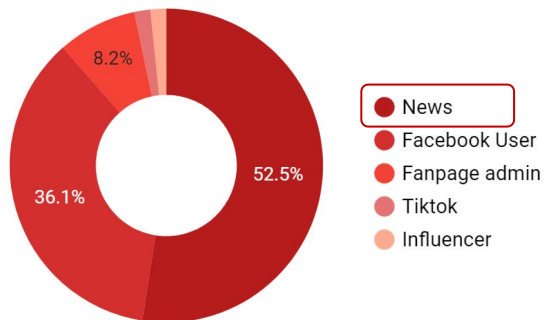
32
Bệnh viện &
Phòng khám

29K
thảo luận trung bình

9
ngày kéo dài

NGUỒN LAN TỎA

- ➔ Hơn 50% các sự cố xuất phát từ đến từ **báo chí trực tuyến**,
- ➔ **TikTok** mặc dù là kênh truyền thông mới xuất hiện, nhưng cũng trở thành nguồn phát sinh khủng hoảng (với 7.2%)



Timerange: 01/01/2019 - 31/07/2024

Data source: **SocialHeat** từ **YouNet Media**

HÌNH THỨC NỘI DUNG

- ➔ **Hình ảnh** là dạng nội dung phổ biến nhất (chiếm hơn 57% sự cố khủng hoảng dưới dạng hình ảnh)
- ➔ **Video** là hình thức nội dung lan tỏa Khủng hoảng cao nhất

| Loại hình nội dung (Format Content) | Tổng sự cố | Tổng thảo luận | Thảo luận trung bình/ sự cố |
|-------------------------------------|------------|----------------|-----------------------------|
| Hình ảnh | 35 | 1.1M | 30.7K |
| Bài đăng chữ | 16 | 291.3K | 18.2K |
| Video | 6 | 386.7K | 64.4K |
| Đa dạng hình thức | 3 | 21.7K | 7.2K |
| Livestream | 1 | 8.9K | 8.9K |

Cần thiết & cấp thiết trong truyền thông Y tế trên Không gian số

#1

Gần 80% dân số VN
sử dụng internet.

#2

Kênh Thông Tin Để
Tìm Kiếm & Trao
Đổi Về Sức Khỏe

#3

Tràn lan tin giả &
dễ xảy ra khủng
hoảng

Việc triển khai truyền thông y tế trên không gian số trên các kênh chính thống không chỉ là cơ hội để tiếp cận rộng rãi công chúng mà còn là yêu cầu bắt buộc để ngăn chặn tin giả **xây dựng kênh thông tin y tế đáng tin cậy cho người dân.**



#1. Truyền thông số (nói chung) & Mạng xã hội (nói riêng) là kênh quan trọng truyền thông Y tế.

#2. Xây dựng niềm tin thông qua thông tin đúng, trúng & kịp thời.

#3. Kiểm soát và ngăn chặn tin giả trên không gian số.

GHEN COVY CASE STUDY

#GhenCoVY – Vai trò của Mạng Xã Hội trong công tác phòng chống dịch COVID-19

VỀ DỰ ÁN

Dự án “Ghen Cô Vy” là một dự án truyền thông y tế, phòng chống dịch COVID-19 của Viện sức khỏe nghề nghiệp và môi trường (NIOEH) thuộc Bộ Y Tế.

HÀNH ĐỘNG

- Sử dụng các nền tảng mạng xã hội như **Facebook, YouTube và TikTok**
- Lan tỏa thông điệp qua **video, infographic, và livestream** về tình hình dịch bệnh, các biện pháp phòng ngừa, cũng như các hướng dẫn y tế chi tiết.
- Hợp tác với nhiều người nổi tiếng và KOLs** (nhạc sĩ Khắc Hưng, ca sĩ Erik và ca sĩ Min, vũ công Quang Đăng) để lan tỏa thông điệp đến giới trẻ.
- Bài hát "Ghen Cô Vy" là một phần của chiến dịch**, kết hợp giữa **âm nhạc và vũ đạo** để truyền tải thông điệp phòng chống COVID-19 một cách sáng tạo.

KẾT QUẢ

- #1** Sức lan tỏa lớn nhất trong 20 ngày;
- #1** Thông điệp có tính ảnh hưởng, 70% thảo luận về lan tỏa thông tin cổ vũ chống dịch & biện pháp phòng ngừa dịch bệnh,
- #1** Tỷ lệ thảo luận tích cực & được khen ngợi.

 **72k**

Thảo luận

 **500k**

Tương tác



6,000 hashtag

#ghencovychallenge
- vũ điệu rửa tay
(TikTok)



73.4%

Thảo luận tích cực



Thử thách “Vũ điệu rửa tay”
cùng bài hát Ghen Cô Vy
“viral” trên TikTok [\[link\]](#) [\[link\]](#)

Timerange: 21/02/2020 – 10/03/2020

Data source: **SocialHeat** từ **YouNet Media**, so sánh với các chiến dịch phòng chống dịch cùng thời điểm;

02

Đặc điểm & Nguyên tắc truyền thông trên các kênh truyền thông số

- Vai trò, đặc trưng, hiện trạng của từng kênh
- Mô hình 5T – Nguyên tắc truyền thông trên kênh truyền thông số
- Lưu ý quan trọng: Những điều nên làm & không nên làm

Hệ thống kênh truyền thông số (Digital Media Channels)

MẠNG XÃ HỘI



MỚI



BÁO CHÍ & TRANG TIN ĐIỆN TỬ



CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA BỘ Y TẾ

WEBSITE, DIỄN ĐÀN, ỨNG DỤNG






Các tổ chức Chính Phủ
& Bộ Y Tế

Các bệnh viện

Các thương hiệu hoạt
động trong lĩnh vực
Health-tech
(Công nghệ sức khỏe)

Mỗi kênh truyền thông số đóng vai trò & đặc điểm khác nhau

→ Cần lựa chọn nội dung phù hợp, phối hợp vai trò của các kênh

| | HÌNH THỨC NỘI DUNG | TƯƠNG TÁC 02 CHIỀU | PHẠM VI TIẾP CẬN | KHẢ NĂNG THỂ HIỆN NỘI DUNG CHUYÊN SÂU | ĐẶC ĐIỂM & VAI TRÒ |
|---|--------------------|--------------------|------------------|---------------------------------------|--|
|  WEBSITE | VĂN BẢN | × | THẤP | CAO | Nội dung: đầy đủ, chuyên sâu Vai trò: thư viện tra cứu |
|  YOUTUBE | VIDEO DÀI | ✓ | VỪA | CAO | |
|  FACEBOOK | ĐA DẠNG | ✓ | CAO | VỪA | Nội dung: ngắn, tương tác 2 chiều Vai trò: truyền thông tin nhanh |
|  TIKTOK | VIDEO NGẮN | ✓ | CAO | THẤP | |
|  BÁO CHÍ | VĂN BẢN | × | VỪA | CAO | Nội dung: thông tin chính thống Vai trò: tạo uy tín |

Tham khảo:

Các Bệnh Viện tư nhân trên toàn quốc đang truyền thông trên các nền tảng Mạng Xã Hội ra sao?

Có nghĩa là cứ 10 bệnh viện tư nhân, sẽ có

- 8.4 bệnh viện có kênh Facebook
- 8.3 bệnh viện có kênh Website;
- 7.6 Bệnh viện mở kênh Youtube;
- 4.5 Bệnh viện mở kênh TikTok (nền tảng MXH mới);

Trong 289 **bệnh viện tư nhân tư***, tỷ lệ sở hữu kênh truyền thông:



83,74%

bệnh viện sở hữu Facebook Fanpage



45,33%

bệnh viện sở hữu TikTok



76,12%

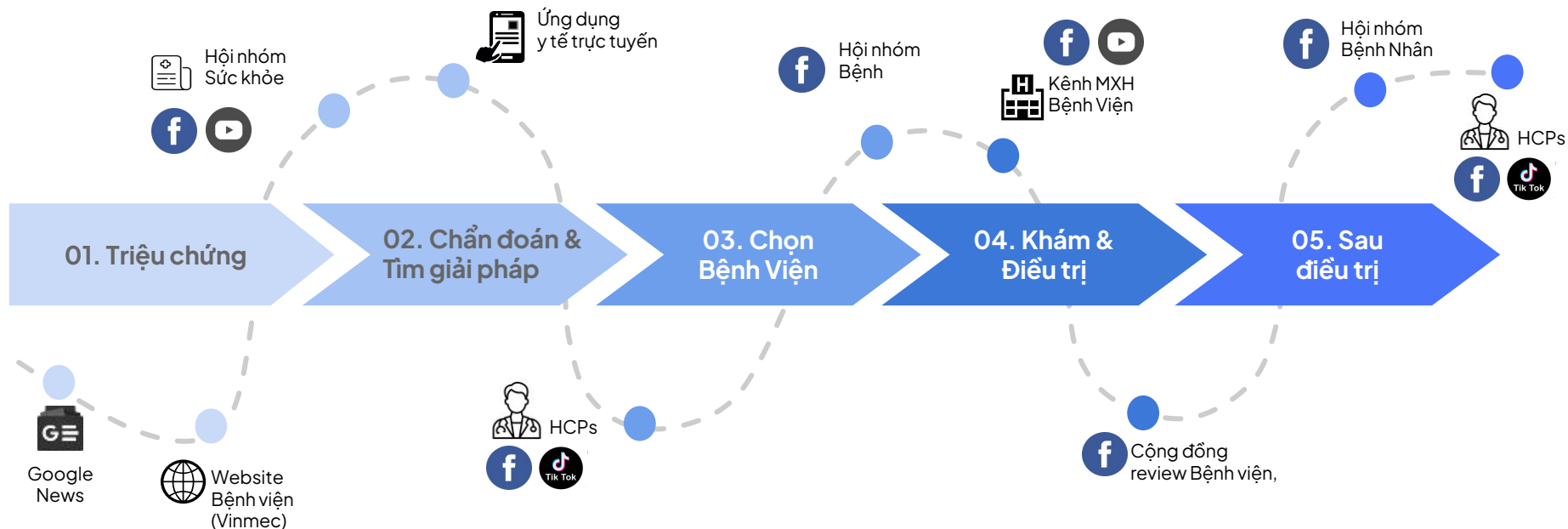
bệnh viện sở hữu Youtube



83,38%

bệnh viện sở hữu Website

Case Study: Khám phá vai trò của các nền tảng Mạng xã hội trong hành trình khám, chữa bệnh ở các thành phố lớn



Khi có triệu chứng, người bệnh tìm kiếm thông tin ở Google & Hội Nhóm

Tìm các giải pháp nhanh nhưng người bệnh "ngại" tới BV

Dựa vào lời khuyên HCPs & từ Hội nhóm để tìm & lựa chọn BV, PK;

Không hài lòng Bệnh nhân sẽ có phản hồi trên các nền tảng MXH;

Sau điều trị, người bệnh tiếp tục chia sẻ trải nghiệm của mình;

02

Đặc điểm & Nguyên tắc truyền thông trên các kênh truyền thông số

- Vai trò, đặc trưng, hiện trạng của từng kênh
- Mô hình 5T – Nguyên tắc truyền thông trên kênh truyền thông số
- Lưu ý quan trọng: Những điều nên làm & không nên làm

Mô hình 5T – Nguyên tắc truyền thông trên kênh truyền thông số

Xây dựng uy tín thương hiệu bệnh viện bền vững,
ứng dụng trong truyền thông Y tế

MÔ HÌNH 5T

THÍCH HỢP

Nội dung chất lượng & Phù hợp

Cung cấp nội dung dễ hiểu, chính xác, phù hợp với đối tượng

THỐNG NHẤT

Nhất quán & liên tục, kịp thời

Xây dựng niềm tin thông qua thông điệp nhất quán, liên tục.

TIN CẬY

Uy tín & tin cậy

Xây dựng uy tín, yếu tố quyết định thành công.

TƯƠNG TÁC

Tương tác & phản hồi

Tăng niềm tin qua tương tác và phản hồi nhanh chóng.

THEO DÕI

Đo lường & theo dõi

Phát hiện, phản ứng nhanh với tin giả, theo dõi phản ứng của người dùng.



Bệnh viện Quốc Tế Thái Nguyên

Thông tuyến BHYT



990 203 bình luận 99 lượt chia sẻ

Người bệnh phản hồi tích cực:



Nguyễn Năm

Từ nay người dân ko phải lo về địa điểm ,tiện lợi quá tuyệt vời



Hoàng Thôi

Được cả thứ bảy, chủ nhật theo bảo hiểm là yên tâm vì cân bộ ngày nghỉ mới đi khám được.

Thích · Phản hồi · 22 tuần



Bệnh viện Quốc Tế Thái Nguyên

Khám bệnh BHYT cả thứ 7, CN

BỆNH VIỆN QUỐC TẾ THÁI NGUYÊN
**Khám bệnh BHYT
cả Thứ 7, Chủ nhật**

Hotline: 1900 8035

Số 328, đường Lương Ngọc Quyến
thành phố Thái Nguyên

Người bệnh bình luận tư vấn thêm dịch vụ



Lâm Văn Khanh

Xin tư vấn chút ít thông tin với ạ



Phạm Mùi Nông sản Bắc kạn

Tôi muốn kiểm tra sức khoẻ vào ngày thứ 7 ,cụ thể muốn chụp cộng hưởng từ có được ko ạ xin được tư vấn ạ



HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG GIẢI ĐÁP BĂN KHOẢN VỀ QUY TRÌNH BHYT

- Quy trình khám BHYT như thế nào?
- Thông tuyến BHYT ra sao?
- Quy trình bảo lãnh BHYT nhanh chóng;
- Các chương trình tặng BHYT miễn phí cho người nghèo;



GIA TĂNG Ý ĐỊNH KHÁM CHỮA BỆNH CỦA BỆNH NHÂN

- Người bệnh bình luận cần tư vấn thêm dịch vụ;
- Người bệnh yên tâm vì được sử dụng BHYT ở bệnh viện tư;

THÍCH HỢP

Truyền thông

ĐÚNG & TRÚNG

“nỗi lo” người bệnh,
giúp gia tăng ý định
trải nghiệm khám
chữa bệnh ra sao?

THỐNG NHẤT

Nhờ duy trì nội dung về Sức khỏe “nhất quán & liên tục”, Vinmec trở thành kênh thông tin Uy tín về Sức khỏe



Vinmec Health Care System

Đa dạng hình thức & tần suất

Kênh thông tin sức khỏe



Phòng tránh bệnh trí hiệu quả cho nhân viên văn phòng
940K views · 3 months ago



Đau mắt đỏ chữa thế nào? Bệnh viện ĐOẠT VINMEC ĐÁ NẮNG



Viêm vùng chậu nguy hiểm

Bài viết về Sức khỏe trên website



<https://www.vinmec.com/tin-tuc>

Cách điều trị đau mắt đỏ

Đau mắt đỏ do virus: Bệnh tự khỏi sau vài ngày. · Đau mắt đỏ do vi khuẩn: Bác sĩ sẽ khám - kê đơn - hướng dẫn điều trị (vệ sinh mắt, thuốc kháng sinh, kháng viêm).

Hệ thống kênh



355K subscribers



211.2K followers



547K subscribers



#1 Health Category (In Vietnam)*

30 triệu lượt truy cập,
#1 website về Sức khỏe
mỗi tháng cao nhất tại Việt Nam

Hơn 1.1 triệu
tài khoản theo dõi từ các nền tảng MXH

- ✓ Nhất quán về nội dung về Chăm sóc sức khỏe;
- ✓ Tần suất đăng tải liên tục và Ổn định, đa kênh;
- ✓ Liên kết chặt chẽ giữa các kênh truyền thông;
- ✓ Sự phát triển và duy trì uy tín lâu dài;

TIN CẬY

Cách bệnh viện Mắt Việt Nga tạo uy tín và sự tin cậy trên truyền thông.

Để tác động đến việc ra quyết định của các khách hàng đang tìm kiếm dịch vụ Mổ Lasik, BV Mắt Việt Nga đã “Tối đa hoá tất cả thể mạnh và thể hiện rõ ràng trên các điểm chạm chính.

Điều này tạo nên uy tín & tin cậy trong hành trình ra quyết định chọn bệnh viện của khách hàng.



Bác sĩ - Tiến sĩ Merzlov
Denis Evgenievich



Tiến sĩ - Bác sĩ Naiduk
Dmitry Olegovich



Tiến sĩ - Bác sĩ
Bazhanov Vitalii

Hình ảnh
bác sĩ
nước ngoài

Hình ảnh
thực tế từ
bệnh nhân là
KOLs



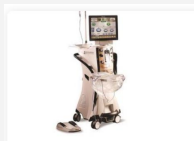
Bệnh viện Quốc tế Việt - Nga nhận giải
thưởng Đông Nam Á về ReLEx Smile



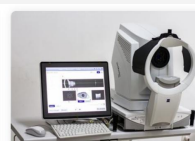
Xu hướng mới của thế giới trong
phẫu thuật tái tạo chức năng mắt



Bệnh viện Mắt Việt - Nga đạt cột
mốc 6.000 ca xóa cận Smile Pro



HỆ THỐNG MÁY PHẪU THUẬT PHACO
CENTURIION



MÁY ĐO CÔNG SUẤT THỦY TINH THỂ
IOL MASTER 700



Hướng dẫn đặt lịch khám tại Bệnh viện
Mắt Quốc tế Việt - Nga Hà Nội



HỆ THỐNG ĐIỀU TRỊ NHÚC THỊ VÀ
CẬN THỊ TIẾN TRIỂN ĐỘC QUYỀN TỬ



VISUMAX 800 - HỆ THỐNG MÁY PHẪU
THUẬT TẮT KHÚC XẠ HIỆN ĐẠI NHẤT

Quy trình thăm
khám rõ ràng,
Máy móc hiện
đại

tuoitre
online

Báo
THANH NIÊN

VNEXPRESS
TIN NHANH VIỆT NAM

DÂN TRÍ

VTCNEWS
Hỏi thăm cuộc sống

Kênh uy
tín

Bác sĩ là kênh truyền thông “đắt giá” – Cầu nối đưa thông tin y khoa đến đại chúng theo phong cách gần gũi, dễ hiểu, dễ tương tác



Chỉ tính riêng trên nền tảng TikTok



Total Views



Total Followers

TOP 20 **Bác sĩ** nổi bật

59,881,665
lượt xem



Gấp 3.5 lần
so với TOP 20 BV

5,720,278
tổng người theo dõi



Gấp 8.8 lần
so với TOP 20 BV

TOP 20 **Bệnh viện** nổi bật

16,942,358
lượt xem

652,852
tổng người theo dõi



20 bác sĩ có lượng followers cao nhất có tổng lượt xem video đạt gần 60 triệu,

CAO GẤP 3.5 LẦN so với TOP 20 bệnh viện có followers cao nhất.

TƯƠNG TÁC

Phản hồi nhanh & tương tác thường xuyên qua

“Livestream tư vấn sức khỏe” giúp tăng cường sự tin tưởng BVĐK Tâm Anh với công chúng

ta
Tâm Anh
Hospital

Bệnh viện Đa khoa Tâm Anh

Đa dạng hình thức & tần suất

Phòng khám Online



Chương trình: Tư vấn trực tuyến



Hệ thống kênh



222k
followers



62K
followers



69.2K
subscribers



#22 Health
Category
(In Vietnam)*

*similar web [link](#)

11 **10 triệu** lượt truy cập,
#22 website về Sức khỏe
mỗi tháng cao nhất tại Việt Nam

12 **Hơn 300k**
tài khoản theo dõi từ các nền tảng MXH

- ✓ Tương tác trực tiếp qua Livestream
- ✓ Phản hồi nhanh qua đa kênh
- ✓ Tư vấn sức khỏe trực tuyến giúp tăng sự minh bạch và tin cậy

(*)Nguồn: Báo cáo Social Listening H1/2024 - YouNet Media

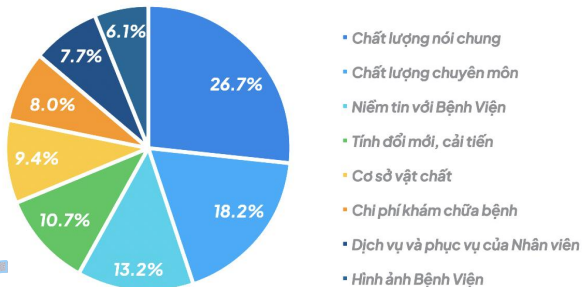
THEO DÕI

Bệnh viện 199 ứng dụng công nghệ đo lường, theo dõi phản ứng, ý kiến của người dùng trên mạng xã hội nhằm cải tiến cách truyền thông.

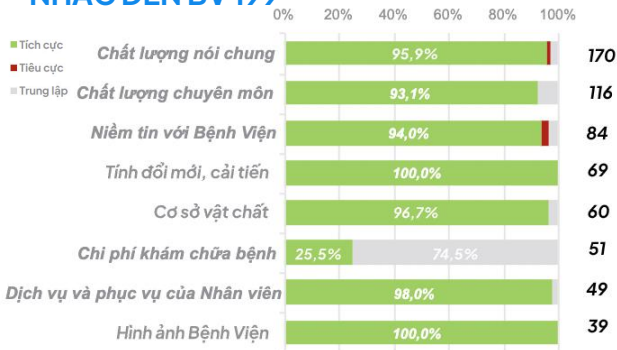


Bệnh viện 199 – BCA

CÁC YẾU TỐ ĐƯỢC NGƯỜI DÙNG THẢO LUẬN NHIỀU NHẤT TRÊN MXH VỀ BV 199



CẢM XÚC CỦA NGƯỜI DÙNG KHI NHẮC ĐẾN BV 199



Trong 6 tháng đầu năm 2024, BV 199 là Bệnh viện có lượng thảo luận lớn nhất trong các BV khu vực Đà Nẵng (*). Trong đó:

- “Chất lượng tổng thể”
- “Chuyên môn y tế”
- “Niềm tin vào bệnh viện”

là những chủ đề được người dùng, cộng đồng người bệnh nhắc đến & phần lớn thảo luận là tích cực.

Đây sẽ là gợi ý để BV 199 phát triển & điều chỉnh thông điệp, kênh truyền thông phù hợp.

02

Đặc điểm & Nguyên tắc truyền thông trên các kênh truyền thông số

- Vai trò, đặc trưng, hiện trạng của từng kênh
- Mô hình 5T - Nguyên tắc truyền thông trên kênh truyền thông số
- Lưu ý quan trọng: Những điều nên làm & không nên làm

Lưu ý quan trọng: Những điều nên làm & không nên làm trên kênh truyền thông Số

NÊN

- ✓ **Nội dung:** ngắn gọn, rõ ràng, sử dụng ngôn ngữ thân thiện, dễ hiểu
- ✓ **Hình ảnh:** rõ nét, chất lượng cao, tăng uy tín cho Bệnh viện
- ✓ **Thông tin cung cấp:** minh bạch, chính xác, được kiểm chứng
- ✓ **Phản hồi người dùng:** Đảm bảo kịp thời tương tác, phản hồi, tạo lòng tin cho người bệnh
- ✓ **Tần suất đăng bài:** Đăng bài đều đặn, có lịch trình cụ thể
- ✓ **Cá nhân hóa nội dung:** Phù hợp với đối tượng mục tiêu, thân thiện, gần gũi
- ✓ **Sử dụng hashtag phù hợp**

KHÔNG NÊN

- ✗ **Nội dung:** dài dòng, sử dụng thuật ngữ chuyên môn cao, khó hiểu với người bệnh
- ✗ **Hình ảnh:** kém chất lượng, không phù hợp
- ✗ **Thông tin cung cấp:** không chính xác, thiếu tin cậy
- ✗ **Phản hồi người dùng:** Bỏ qua & không tương tác, trả lời thách thức của người bệnh
- ✗ **Tần suất đăng bài:** Đăng bài quá thường xuyên hoặc quá ít

03

Bộ kiến thức & kỹ năng cần có cho người làm truyền thông y tế

- Kiến thức về khủng hoảng & quản lý khủng hoảng
- Kỹ năng sản xuất nội dung
- Kỹ năng phân tích & đo lường hiệu quả
- Kỹ năng sử dụng công cụ: MXH, thiết kế, đo lường & AI

Bộ kiến thức & kỹ năng cần có cho người làm truyền thông y tế

Kiến thức chuyên môn về dịch tễ, dược & y tế

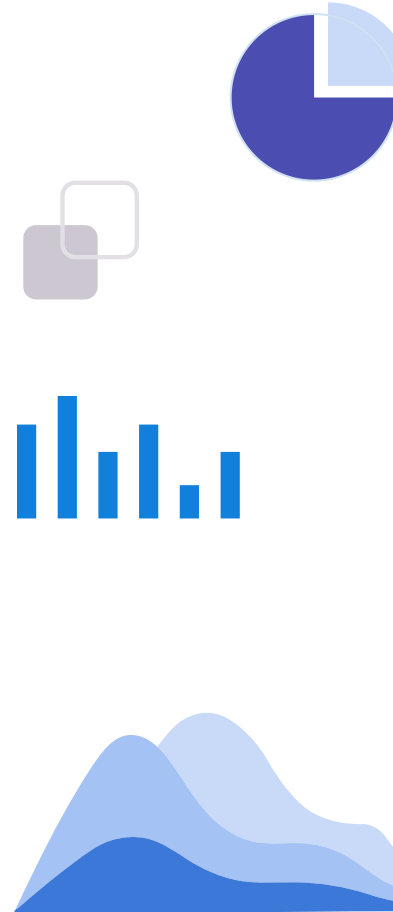
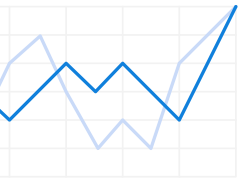
Bộ kiến thức & kỹ năng truyền thông số

01. Kiến thức về khủng hoảng & quản lý khủng hoảng

02. Kỹ năng sản xuất nội dung

03. Kỹ năng phân tích & đo lường hiệu quả

04. Kỹ năng sử dụng công cụ: MXH, thiết kế, đo lường & AI



03 nhóm vấn đề thường xuyên gây tin tiêu cực & khủng hoảng truyền thông Bệnh Viện cần theo dõi và giám sát

Danh tiếng Bệnh Viện



Danh tiếng Bệnh Viện

- Tẩy chay vì Gây gây tử vong, gây biến chứng;
- Kiện tụng, bồi thường;



Hình ảnh Ban Giám Đốc, Bác sĩ

- Bị bắt, tố cáo, khởi tố, điều tra, tạm giam, cáo buộc;

Chất lượng Bệnh Viện



Hình ảnh Chuyên môn Bác sĩ

- Không có kỹ năng chuyên môn, thiếu trình độ, tắc trách, cầu thả;



Cơ sở vật chất, Máy móc

- Lạc hậu, thiếu vệ sinh; gây nguy hiểm cho Bệnh nhân;



Quy trình

- Sự cố vì quy trình phức tạp, nhập nhằng, ảnh hưởng tới thời gian cấp cứu;



Truyền thông CSKH



CSKH, Tiếp tân, bảo vệ

- Thái độ, không tôn trọng bệnh nhân;
- Sự cố tranh cãi với bệnh nhân;



Truyền thông

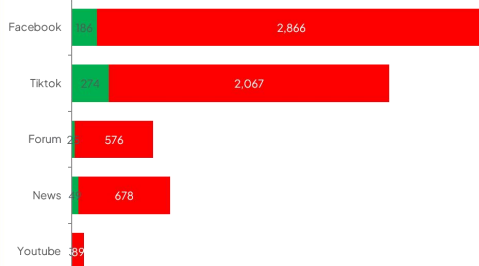
- Truyền thông sai sự thật,
- Công khai thông tin Bệnh nhân;
- Lộ thông tin Bệnh nhân

Đo Lường Tin tiêu cực Thông Qua Chỉ Số Lắng Nghe Mạng Xã Hội (Social Listening)

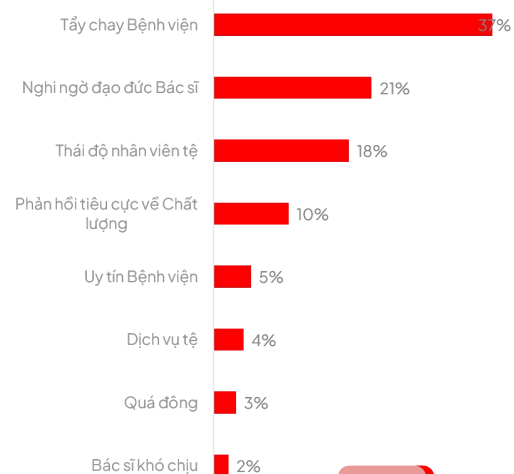
CHỈ SỐ CẦN QUAN TÂM:

- **WHAT – Độ lớn đám cháy:** Quy mô sự vụ (Tổng lượng thảo luận)
- **HOW – Mức độ thiệt hại:** Chỉ số cảm xúc của người dùng (dựa trên tương quan thảo luận tích cực – tiêu cực)
- **WHEN – Diễn biến đám cháy:** Thời điểm bùng phát & xu hướng thảo luận
- **WHERE – Nguồn đám cháy:** Nguồn, kênh phát tán khủng hoảng,
- **WHO – Đối tượng ảnh hưởng:** Ai là đang nói trên MXH?
- **WHY – Phản hồi của công chúng** người dùng, công chúng, dư luận về sự vụ, động cơ là gì?

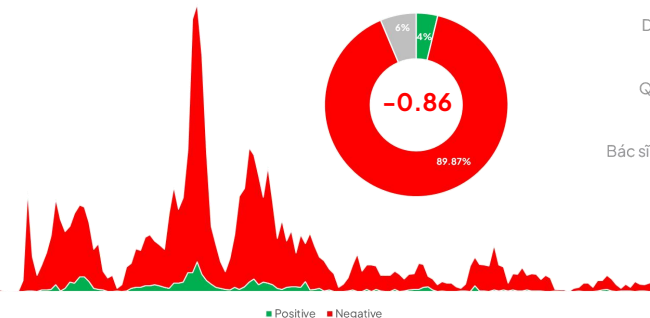
Nguồn lan tỏa



Phản hồi của người dùng



Diễn biến khủng hoảng



Quy trình xử lý tin tiêu cực & khủng hoảng truyền thông trên mạng xã hội

Tiếp tục

theo dõi

GIÁM SÁT & PHẢN ỨNG KỊP THỜI

Theo dõi liên tục mạng xã hội để phát hiện tin giả và phản hồi nhanh chóng.

01

XÂY DỰNG KÊNH TRUYỀN THÔNG ĐÁNG TIN CẬY

Đảm bảo công chúng dễ dàng tiếp cận thông tin từ các kênh chính thức.

02

NHANH CHÓNG PHẢN HỒI

Phát đi thông điệp chính thức càng sớm càng tốt để ngăn chặn lan truyền tin đồn.

03

CHÍNH XÁC VÀ MINH BẠCH

Cung cấp thông tin rõ ràng, có bằng chứng, dễ hiểu và không gây hoang mang.

04

PHỐI HỢP VỚI CƠ QUAN LIÊN QUAN

Đảm bảo thông điệp nhất quán và được xác nhận từ nhiều nguồn tin cậy.

05

Yêu cầu kỹ năng sản xuất nội dung mạng xã hội

KHẢ NĂNG SÁNG TẠO

Luôn đổi mới, cập nhật xu hướng để tạo nội dung hấp dẫn, thu hút người xem.

HIỂU BIẾT VỀ CÁC NỀN TẢNG

Am hiểu cách thức hoạt động và yêu cầu riêng của các mạng xã hội như TikTok, Facebook, Instagram, LinkedIn.

KỸ NĂNG VIẾT

Viết nội dung ngắn gọn, cuốn hút, đúng đối tượng và phù hợp với từng nền tảng.

KỸ NĂNG GIAO TIẾP VỚI CỘNG ĐỒNG

Tương tác hiệu quả với người theo dõi, xây dựng mối quan hệ, và quản lý phản hồi từ công chúng.

KỸ NĂNG ĐỒ HOẠ & VIDEO CƠ BẢN

Sử dụng thành thạo các công cụ thiết kế và chỉnh sửa video để tạo nội dung trực quan, sinh động.

Kỹ năng phân tích và đo lường hiệu quả

3 góc độ phân tích chính

KIỂM SOÁT CÁC KÊNH SỞ HỮU

HIỂU ĐỐI TƯỢNG CẦN TRUYỀN THÔNG ĐẾN

HIỂU BỆNH VIỆN BẠN CẠNH TRANH

1

Sử dụng công cụ phân tích kênh sở hữu: Thành thạo các công cụ như Facebook Insights, Google Analytics, TikTok Analytics để theo dõi hiệu suất nội dung, hiểu hành vi người dùng, phạm vi tiếp cận, tỷ lệ chuyển đổi trên chính các kênh sở hữu của bệnh viện.

2

Sử dụng các công cụ lắng nghe mạng xã hội: Theo dõi thảo luận, xu hướng và phản hồi từ công chúng về bệnh viện, bác sĩ, từ đó điều chỉnh nội dung theo hướng phù hợp.

3

Theo dõi và đánh giá KPI: Xác định và giám sát các chỉ số hiệu suất chính (KPI) để đảm bảo mục tiêu marketing được đáp ứng và tối ưu hóa khi cần thiết.

4

Đánh giá ROI (Return on Investment): Tính toán lợi nhuận thu được từ các hoạt động marketing so với chi phí bỏ ra để tối ưu ngân sách và chiến lược trong tương lai.

5

Phân tích đối thủ cạnh tranh: Nghiên cứu hoạt động truyền thông của đối thủ trong ngành y tế để học hỏi và xây dựng chiến lược cạnh tranh hiệu quả.

Sử dụng giải pháp **Lắng nghe Mạng xã hội** để theo dõi gói khám nào đang được quan tâm nhất trên truyền thông số

TOP 10 gói khám & tầm soát được thảo luận nhiều nhất trên Mạng xã hội



Khám Sức khỏe tổng quát

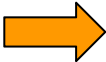


Tầm soát ung thư thực quản - dạ dày - tá tràng



Tầm soát Ung thư Vòm Họng, Tuyến Giáp

| | | |
|----|--|--------|
| 1 | Khám sức khỏe tổng quát | 21.665 |
| 2 | Tầm soát ung thư thực quản - dạ dày - tá tràng | 6.556 |
| 3 | Tầm soát Ung thư Vòm Họng, Tuyến Giáp | 4.345 |
| 4 | Hậu sinh | 3.266 |
| 5 | Tầm soát Ung thư Vú | 3.099 |
| 6 | Tầm soát Ung thư Phổi | 2.684 |
| 7 | Tầm soát Đột Quy. | 2.653 |
| 8 | Khám sức khỏe tổng quát Trẻ em | 2.528 |
| 9 | Tầm soát ung thư Gan | 2.291 |
| 10 | Tầm soát Ung thư Cổ Tử Cung | 2.262 |



#2. Tầm soát ung thư thực quản - dạ dày - tá tràng

Top các bệnh viện quảng bá mạnh cho gói khám này trên MXH



Bệnh Viện Quốc Tế Phương Châu



Thiện Nhân Quảng Ngãi



Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Thu Cúc TCI



Bệnh viện Hoàn Mỹ Đà Nẵng



Bệnh viện Hồng Ngọc - Phúc Trường Minh

(*)Nguồn: Báo cáo Social Listening tháng 6/2024 - YouNet Media

Bộ công cụ căn bản cho nhà sáng tạo nội dung

01

socialtrend

Nền tảng đo lường xu hướng Mạng xã hội đầu tiên tại Việt Nam giúp nắm bắt - theo dõi - thấu hiểu những xu hướng thảo luận sôi động nhất.

02

Canva

Công cụ thiết kế đồ họa trực quan, dễ sử dụng để tạo hình ảnh, video, và infographic chuyên nghiệp.

03

CapCut

Phần mềm chỉnh sửa video thân thiện với người dùng, đặc biệt phổ biến cho nội dung trên TikTok.

04



ChatGPT

Công cụ A.I. tạo sinh giúp gợi ý ý tưởng, viết, chỉnh sửa nội dung, hỗ trợ dịch nội dung, lên kịch bản, xây dựng chiến lược nội dung...

04 | KẾT LUẬN & THẢO LUẬN

Kết luận: Ứng dụng truyền thông Y tế trên Không gian số

#1 Truyền thông Y tế trên Không gian số là cần thiết & cấp thiết

Truyền thông Y tế trên Không gian số

#2. Mỗi kênh truyền thông số có vai trò và đặc điểm riêng, kết hợp các kênh để đảm bảo tiếp cận và nội dung phong phú

#3. Nguyên tắc truyền thông số 5T:

- Nội dung phù hợp (Thông tin)
- Thông điệp nhất quán (Thống nhất)
- Tạo uy tín lâu dài (Tin cậy)
- Tăng cường Tương tác
- Liên tục Theo dõi & điều chỉnh

Truyền thông số hiệu quả, cần có kiến thức & kỹ năng:

- Kiến thức về tin tiêu cực & quản lý khủng hoảng truyền thông
- Sản xuất nội dung
- Phân tích & đo lường hiệu quả
- Sử dụng công cụ MXH

Thảo luận





Thank you



LINH MAI CẨM

Giám Đốc Kinh Doanh

+84977748746 |

linhmc@younetgroup.com

YouNet Media

Lữ Gia Plaza, Lầu 2, 70 Lữ Gia,
Phường 15, Quận 11, TP.HCM

www.younetmedia.com