|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 利益相关者分析 | | | | | | | | |
| 确定关键的利益相关者: | | | | | | | | |
| 管理人员或直接主管  财务部门  供应商  患者和/或其家属；患者和家庭咨询委员  专业组织  委员会 | | | | 组织领导人  跨学科团队同事（如医生、营养师、呼吸治疗师、或物理治疗师/作业治疗师）  行政人员  其他单位或部门  其他：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | |
| 利益相关者分析矩阵: (改编自 <http://www.tools4dev.org/>) | | | | | | | | |
| 利益相关者的姓名和职务： | 角色：（请选择所有适用项）责任、批准、咨询、通知 | 影响级别：该项目对他们的影响有多大？（低、中、高） | **影响级别：**他们对该项目的影响有多大？（低、中、高） | | 对利益相关者而言，最重要的是什么？ | 利益相关者如何能对项目做出贡献？ | 利益相关者会如何阻碍项目进展？ | 让利益相关者参与项目的策略： |
|  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |  |  |  | |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **沟通计划** | | | | | |
| **参考该部分，指导你在整个EBP项目期间和完成后与利益相关者的沟通。** | | | | | |
| **宣传EBP项目结果的目的是什么？ (请勾选所有适用项)** | | | | | |
| 提高认识  促进行动  改变政策 | | 改变实践  让利益相关者参与其中 | 告知利益相关者  其他：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | |
| **三个最重要的信息是什么？** | | | | | |
|  | | | | | |
| **使关键信息和方法与受众保持一致：** | | | | | |
| **受众** | **关键信息** | | | **方法** | **时间** |
| **跨学科的利益相关者** |  | | |  |  |
| **组织领导** |  | | |  |  |
| **临床一线护士** |  | | |  |  |
| **部门领导** |  | | |  |  |
| **外部社区** |  | | |  |  |
| **其他** |  | | |  |  |

利益相关者分析和沟通工具使用说明

**见11章，实践经验，工具使用示例。**

**目的：**

EBP团队使用这个表格来确定关键的利益相关者。关键利益相关者指对您的项目感兴趣、关注或有利益关系的个人、团体或部门。这可能包括批准、领域专长或资源。在项目过程早期与利益相关者沟通，并让他们了解最新的进展，以确保他们认可实践方案。

利益相关者可能在过程的不同步骤中发生变化，因此我们建议您在执行方案的各个步骤中复查此表。

沟通计划部分对促进整个EBP项目过程中的沟通大有裨益。理想情况下，在确定了基于特定组织的建议后，填写完成表格中沟通计划部分。

**确定关键的利益相关者（大类）：**

考虑可能被提出的实践变更影响或对其有影响的各个领域、部门、团体或组织。

**利益相关者分析矩阵：**

利用上面的提示，确定五到七个最能影响结局(或最受结局影响)和能影响转化工作成功与否的利益相关者。考虑每个利益相关者在你的行动计划和转化工作中可能扮演的四个角色。可能的角色有：

* 责任——完成确定的任务。拥有建议权
* 批准——签署建议。拥有否决权
* 咨询——提供意见(例如，主题专家)。没有决策权
* 告知——被告知进展和变化。对决策没有投入

注意，一个利益相关者可能身兼不同的角色，这取决于实践具体情况。完成利益相关者分析工具将有助于阐明角色和责任。在这个过程中，表格上提供的每个角色的责任描述将对你有所帮助。

EBP团队应该考虑项目对利益相关者的**影响**程度以及利益相关者对项目成功的**影响**程度。确定利益相关者对项目成功的**贡献**和**阻碍**以及如何最好地让利益相关者**参与进来**，能够使团队制定计划，以优化最佳结果。

**使关键信息和方法与受众保持一致：**

**受众：**思考项目建议。确定终端用户——谁是你的受众？重新审视上面的利益相关者分析工具，以确认利益相关者和他们需要接受的关键信息。你希望目标受众听到、知道和理解什么？

**关键信息：**信息应该清晰、简洁、针对受众的个性化、以利益为中心、可操作性强，并以不同的时间和方式重复3-6次。

**方法：**沟通可以使用不同的策略在许多层面上进行。

* 内部宣传形式包括通讯、内部网站、私人社交媒体组、期刊俱乐部、大查房、员工会议、工具包、播客和午餐学习会。
* 外部宣传形式包括会议海报和讲台演讲、同行评议的文章、评论文章、致编辑的信、书籍章节、采访或社会媒体(博客、Twitter、YouTube) 。

**时间：**你的信息何时会产生最大的影响? 考虑到受众和时间沟通，什么时候的内容可能与他们及其优先事项最相关。另外，注意假期和学术日历等事件，这些都会分散受众的注意力。