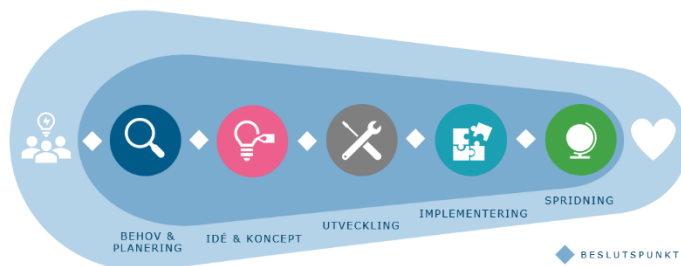


Digital annonsering för externa förslag i innovationsprojekt

Den här texten riktar sig till dig som har ett innovationsarbete tidigt i innovationsprocessen och är intresserad av sätt att få in lösningsförslag från andra.

Ett sätt att söka lösningsförslag, få tips på hur man kan möta utmaningarna och uppnå de önskade lägena, är att annonsera digitalt. Detta har gjorts i innovationsprojekt som letts av Innovationsplattformen i VGR. Kärnan har varit en webbsida med information om problembilden, och där det också varit möjligt att lämna in tips och lösningsförslag. Annonser, dess spridning samt de förslag som kom in hanterades i enlighet med de grundläggande principerna för offentlig upphandling. På så sätt minimerades risken för att påverka eventuellt efterföljande upphandlingar negativt.

Nedan ges tips och förslag på tillvägagångssätt. Informationen riktar sig främst till regioner och kommuner.



VGR:s innovationsprocess fungerar som en guide i innovationsarbetet

Annonsen

- Texten i annonsen bör vara relativt kortfattad och enkelt förklara vad ni vill uppnå, alltså att samla in förslag på lösningar från externa parter. Be om såväl små som större förslag och tips.
- Fokusera på att i annonsen beskriva problem och behov.
- Ta hjälp från branschorganisation så som Swedish Medtech för att säkerställa att annonsen har en ton som är tilltalande för målgruppen.
- Länka till webbsida med mer information.



Webbsida med mer information om innovationsprojektet

- Skapa en webbsida med fördjupade beskrivningar av problemen. Det kan inkludera olika sorts bakgrundsmaterial inklusive patientresor.
- Förtydliga att deltagande med tips och lösningsförslag inte handlar om upphandling, utan är en del av tidiga steg i innovationsprocessen.
- Det finns olika sätt att be om förslag på. En powerpointmall kan användas för mer omfattande lösningsförslag, och ett digitalt formulär med länk på webbsidan kan användas för lite enklare tips.
- Informera om att uppgifter som lämnas på annonsen omfattas av offentlighets- och sekretesslagen (2009:400). Det betyder att de uppgifter som lämnas som utgångspunkt kommer att vara offentliga.
- Kom ihåg att sprida information om innovationsprojektet och själva annonsen inom den egna organisationen innan ni annonserar externt. På så sätt får den egna personalen kännedom om vad som ska kommuniceras och de får dessutom möjlighet att dela med sig av sina tankar och idéer.

Kanaler för spridning av annons

- Sprid annonsen i flera kanaler såsom exempelvis annonsdatabas för upphandling (görs i VGR av Koncerninköp), sociala medier (LinkedIn), egen webbsida och via branschorganisationer och deras kanaler.

Hantering av inkomna tips, lösningsförslag och frågor

- Beakta all inkommande information samt frågor. Eventuellt kan man bjuda in till förtydligande och fördjupande samtal kring några bidrag.
- Summera bidragen som kommit och presentera på webbsida tillsammans med inkomna frågor. Summera bidragen som kommit in och presentera på webbsida tillsammans med inkomna frågor.
- Tacka för bidragen som kommit in. Exempelvis via e-post med bidragssummeringen samt en beskrivning av plan framåt.

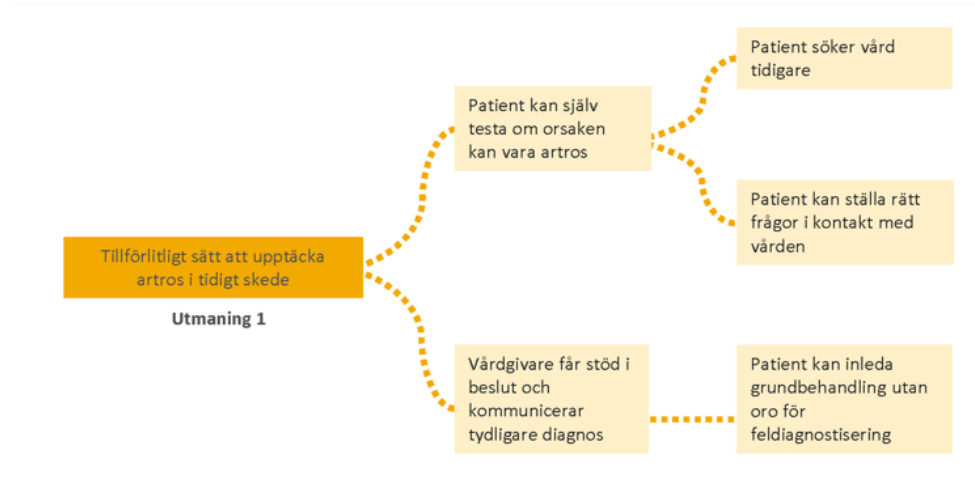
Exempel och kontakt

Formatet har testats inom projektet "VGR som innovationsmotor" 2022 – 2025 i de delprojekt som genomfördes under covid-pandemin. Det projektet är finansierat av Medtech4Health, Hälso- och sjukvården i VGR och Miljö- och regionutvecklingsnämnden (MRU) i VGR.

Nedan följer några exempel på delar från annonser och webbinformation. För mer information kontakta Innovationsplattformen VGR, innovationsplattformen@vgregion.se



En **patientresa** som inkluderades som del av bakgrundsinformation till ett av innovationsprojekten som använt sig av digital annonsering för att efterfråga extra förslag och idéer.



Utmaning med **effektexempel** som del av utmaningsbeskrivning vid annonsering

Offentlighet och sekretess

Uppgifter som lämnas med anledning av denna inbjudan omfattas av offentlighets- och sekretesslagen (2009:400). Det betyder att de uppgifter som lämnas som utgångspunkt kommer att vara offentliga.

Faktatext om sekretess

Fakta & statistik

Nedan har vi samlat fakta och statistik kring artros.

Artros

Medelåldern för inledd grundbehandling, s.k. "Artrosskola", är 66 år medan medelåldern för höftprotesoperation är 67 år (BOA-registret, Årsrapport 2019).

Prehabilitering

Prehabilitering är en form av tvärvetenskapliga sjukvårdsinsatser som syftar till att dämpa biverkningar och komplikationer till följd av medicinska eller kirurgiska ingrepp. Det innefattar målinriktade insatser för att förbättra patientens hälsa.

Risikfaktorer för infektion och andra komplikationer

Exempel på riskfaktorer är aktiv infektion, diabetes, lågt Hb och blodtransfusion, immunbristsjukdom, övervikt, rökning, missbruk, tandstatus ([lof.se](#)) samt högt blodtryck, inaktivitet och hudåkommor.

Väntetider

Patienter som för tillfället väntar på höft- och knäprotesoperationer på Sahlgrenska Universitetssjukhuset är drygt 1000 personer, varav:

- Ca 850 primära höfter och knän
- Ca 160 väntar på reoperation av höfter och knän

Samsjuklighet

Drygt 85% av patienterna i BOA-registret ([läs mer](#)) har en eller flera sjukdomar, varav hjärt- och kärlsjukdomar, gastrointestinala sjukdomar (främst reflux) och autoimmuna sjukdomar (främst allergi) är vanligast. Skillnaden är störst bland de yngre jämfört med normalbefolkningen. Bland de som är yngre än 45 år har 65% någon samsjuklighet, medan 51% av normalbefolkningen lider av samsjuklighet.

Reoperation av höftledsprotes vid infektion

Läs mer här: [Reoperation av höftledsprotes vid infektion - Kartläggning av process och potentiella kostnadsbesparingar](#)

Faktarutor om artros som kompletterade beskrivningen av utmaningen i webbinformationen vid en tidigare annonsering.