

Marketing in der Arztpraxis?

Theorie und Praxis des Marketingmanagements

Referentin: Sandra Sagmeister M.A.



Überblick

- ✓ Warum Marketing im Gesundheitswesen
- ✓ Marktorientierte Unternehmensführung und Marketing-Management
- ✓ Marketing als Konzept
- ✓ Strategiebegriff und strategische Ausrichtung
- ✓ Operatives Marketing und Umsetzung in der Praxis
- ✓ Marketing im Gesundheitswesen: Besonderheiten

Warum Marketing im Gesundheitswesen

- ✓ Marketing ist viel mehr als nur Werbung
- ✓ Marketing als Problemlösung

*Denke im Kopf des Kunden,
fühle im Herzen des Kunden,
träume in der Seele des Kunden.*



Warum Marketing im Gesundheitswesen

- ✓ Neben der medizinischen Versorgung und den ethischen Hintergründen verfolgt auch eine Arztpraxis als Unternehmen wirtschaftliche Ziele
- ✓ Steigender Anteil an Selbstzahlerleistungen

Marktorientierte Unternehmensführung und Marketing-Management

Duale Funktion des Marketing:

- ✓ Absatzfunktion
- ✓ Unternehmensphilosophie

Marktorientierte Unternehmensführung und Marketing-Management

- ✓ Marketing-Management als Teilbereich der Unternehmensführung
- ✓ Management: zielgerichtetes Gestalten, Steuern und Entwickeln von Unternehmen mittels verschiedener Methoden und Instrumente



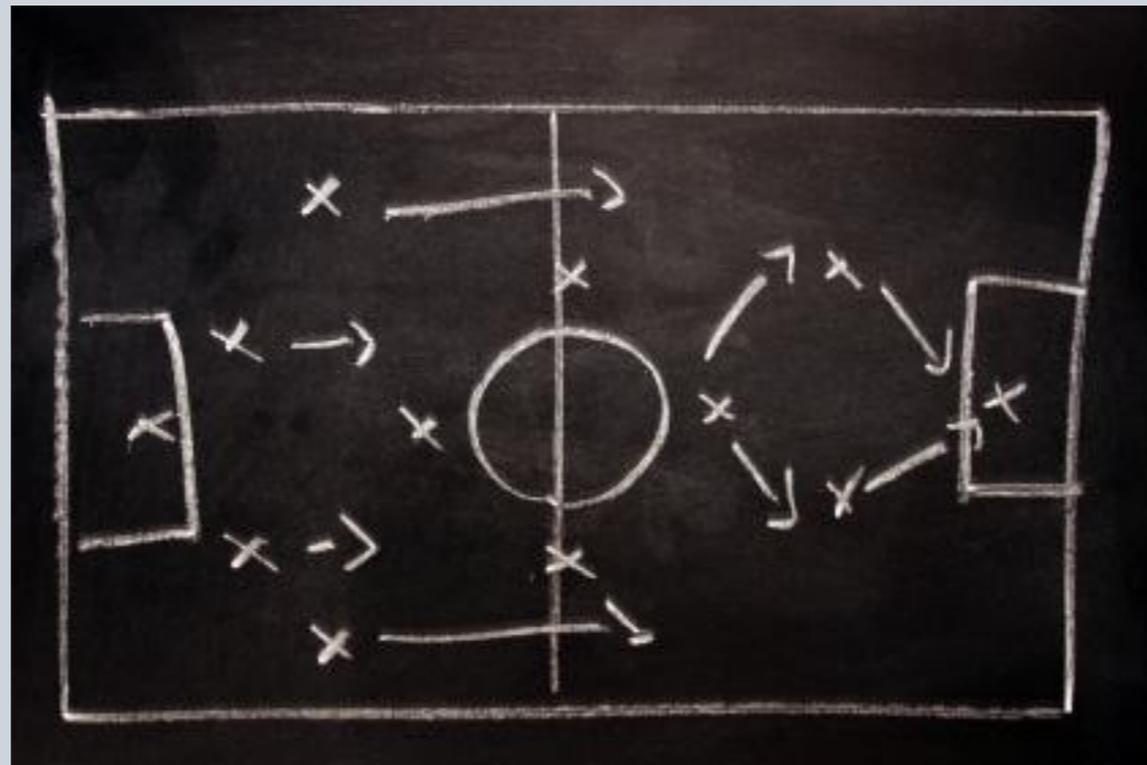
Marketing als Konzept

Handlungsplan der sich an angestrebten Zielen orientiert, für ihre Realisierung geeignete Strategien wählt und auf ihrer Grundlage die Marketing-Instrumente festlegt

Marketing als Konzept

- ✓ Vision, Leitbild, Oberziele
- ✓ Situationsanalyse und Prognose
- ✓ Strategien
- ✓ Marketingziele
- ✓ Marketing-Instrumente
- ✓ Kontrolle

Strategiebegriff und strategische Ausrichtung



Strategie als Plan des eigenen Vorgehens mit dem ein bestimmtes Ziel erreicht werden soll

Strategiebegriff und strategische Ausrichtung

- ✓ Strategien in Bezug auf Kunden

z.B. Marktparzellierungsstrategie: Differenzierung der Märkte und der Marktbearbeitung (Massenmarkt oder Segmentierung)

- ✓ Strategien in Bezug auf Konkurrenten

konkurrenzgerichtete Strategien in Bezug auf Wettbewerbssituation

Operatives Marketing und Umsetzung in der Praxis

Marketing-Instrumente (klassische Verteilung 4 P)

- ✓ Produkt/Leistung (Was bieten wir an?)
- ✓ Preis/Entgelt (zu welchem Preis?)
- ✓ Kommunikation (Wie sprechen wir Kunden an?)
- ✓ Distribution (Welche Absatzwege werden genutzt?)



Besonders im Dienstleistungsbereich: '5-tes P'

- ✓ Personal (interne Kommunikation, Personalführung, Auftreten, etc.)



Operatives Marketing und Umsetzung in der Praxis

Marketing-Instrumente:

Kommunikationsmanagement

- ✓ Copy-Strategie
- ✓ Kommunikationsrahmen (CI, CD, CC, CB)
- ✓ Kommunikationsinstrumente (Klassische Werbung, Multimedia, Veranstaltungen, etc.)



Operatives Marketing und Umsetzung in der Praxis

Marketing-Instrumente:

Kommunikationsmanagement

- ✓ Kommunikationsinhalte (USP, Slogan)
- ✓ Gestaltung (AIDA, Farben, Emotionen)
- ✓ Erfolgskontrolle durch Controlling

Marketing im Gesundheitswesen: Besonderheiten

✓ HWG

DO's: 'Kittelverbot' ist weggefallen

DONT's: irreführende Werbung,
Heilversprechen, Preisausschreiben

✓ Berufsordnung für Ärzte

DO's: Ankündigung von Tätigkeitsschwerpunkten, organisatorischen Hinweisen, Auslegen von Patientenbroschüren in eigenen Räumlichkeiten

DONT's: anpreisende, irreführende, vergleichende Werbung, Sonderangebote



**Augenzentrum
München**



**Werbung muss nicht
teuer sein – sondern
außergewöhnlich!**





Werbung schenkt uns ein Lächeln!



**Werbung
hinterlässt
Eindruck!**





**Vielen Dank fürs Zuhören und
viel Spaß beim weiteren Programm!**