

Neue Vermarktungschancen für Ärzte und Gesundheitsdienstleister



Projektverantwortliche:
Manfred Faulhaber
Markus Gehlken



Die Ausgangssituation

Die Vermarktung von Zusatz- und Sonder-Leistungen gestaltet sich für Ärzte und Gesundheits-Dienstleister in der heutigen Zeit immer schwieriger.

Die Ursachen hierfür liegen u.a.:

- in den Beschränkungen der gesetzlichen Krankenkassen
- in der Veränderung der Werbewahrnehmung (immer weniger Beachtung der Printmedien (speziell Gelbe Seiten), immer mehr Präsenz im Internet / in Sozialen Netzwerken erforderlich, um die richtigen Patienten zu erreichen)
- in den fehlenden Arbeits- und Zeit-Ressourcen der einzelnen Praxen und Gesundheitsdienstleister

Die Folgen für viele Praxen:

- wenig Privatpatienten – viele Kassenpatienten
- Zusatz-Leistungen / kostenpflichtige Leistungen werden effektiv kaum vermarktet
- teure Fortbildungen / Geräte / Methoden / Neuanschaffungen rechnen sich nur noch selten zeitnah
- Praxen müssen zwangsweise für mehrere Wochen im Quartal schließen, um einen Überschuss an Kassenpatienten und damit extreme Zusatzkosten zu vermeiden



Umdenken im Gesundheitssektor

Die Automatismen von früher sind heute nahezu wirkungslos. Weder eine Anzeige in den Gelben Seiten noch Berichte in regionalen Zeitschriften erzeugen annähernd die Resonanzen, die noch vor 10 Jahren erzielt wurden.

Ärzte und Gesundheitsdienstleister stehen vor neuen Herausforderungen

Auch Praxen und Gesundheitsdienstleister benötigen heutzutage einen ausgewogenen Marketing-Mix, um erfolgreich auf dem Markt bestehen zu können.

Doch die Möglichkeiten, die sich einem Arzt / einer Praxis / einem Gesundheitsdienstleister bieten, sind nur den wenigsten bekannt – nicht zuletzt aufgrund der allgemeinen Unsicherheit bzgl. Werbeeinschränkungen und Heilversprechen.

Der richtige Mix aus Einzelvermarktung und Netzwerk

Es gilt, den richtigen Mix aus Einzelvermarktungs-Aktivitäten auf der einen Seite und Netzwerk-Aktivitäten auf der anderen Seite zu finden. Denn erfahrungsgemäß braucht es eine Mischung aus beiden Bereichen, um erfolgreich und finanzierbar neue Privatpatienten zu gewinnen, die Bekanntheit in der Öffentlichkeit zu stärken und wirkungsvoll Zusatz-Leistungen / kostenpflichtige Leistungen zu vermarkten.



Manfred
Faulhaber



Markus
Gehlken

Vermarktung mit messbaren Erfolgen

Die beiden Unternehmer Manfred Faulhaber und Markus Gehlken haben ein Konzept entwickelt, mit dem Ärzte, Praxen und Gesundheitsdienstleister erfolgreich neue Privatpatienten gewinnen und kostenpflichtige Leistungen vermarkten können.

Zielsetzung ist es, für jeden betreuten Arzt / Gesundheitsdienstleister den optimalen Mix zu finden, um mit messbaren Resonanzen und Erfolgen:

- erfolgreich Patienten zu binden (Newsletter, SMS-Marketing)
- neue Privatpatienten zu gewinnen
- Unternehmen als Kunden zu gewinnen (über Netzwerke)
- Sonder-Operationen / Zusatzleistungen besser zu vermarkten
- das eigene Suchmaschinenranking zu verbessern
- freie Beratungstermine kurzfristig erfolgreich neu zu vergeben
- Spezialleistungen besser in der Öffentlichkeit zu präsentieren
- Online-Patientenbewertungen gezielt positiv zu steuern
- unnötige Ausgaben und Streuverluste bei den Werbe-Aktivitäten zu minimieren
- fachliches Know-how über Events und Veranstaltungen zusätzlich anzubieten / zu vermarkten

Wirkungsvolle Vermarktung auf 3 Ebenen

Die Vermarktung eines Arztes / eines Gesundheitsdienstleisters erfolgt **parallel auf 3 Ebenen**, um möglichst viele Synergie- und Verbundmarketingeffekte zu nutzen:

01. Vermarktung der eigenen Praxis (regional)

Im Vorfeld einer Zusammenarbeit wird u.a. analysiert, welche Patientengruppen Sie ansprechen, aus welchem Einzugsgebiet Ihre Patienten stammen und welche IGeL- und Sonderleistungen für Sie am Rentabelsten sind. Darauf basierend wird ein individueller Marketing-Mix entwickelt, der von der Erstellung von Online-Patienten-Bewertungs-Systemen über die Nutzung von Social Media als Kommunikationskanal bis hin zu regelmäßigen Online-PR-Aktivitäten reicht.

02. Verbund-Marketing zur Kontaktierung von Unternehmen

In Zusammenarbeit mit regional ansässigen Innungen und Verbänden werden regionale Netzwerke aufgebaut, um Ärzte und Gesundheitsdienstleister direkt mit Firmen vor Ort zusammenzubringen. Zielsetzung ist es, dass Ärzte und Gesundheitsdienstleister erste Ansprechpartner von Unternehmen zur Behandlung ihrer Mitarbeiter sind.

03. Verbund-Marketing auf Facharzt-Ebene

Es werden bundesweite Netzwerke mit Fachärzten gleicher Ausrichtung aufgebaut, wobei jeder Facharzt ein geschütztes Einzugsgebiet erhält. Dank einer parallelen Vermarktung von 20 bis 50 Ärzten einer Fachrichtung wird erreicht, dass das Netzwerk bundesweit einer der führenden Dienstleister dieser Fachrichtung ist.



Erste Erfolge in Form von nachweisbar mehr Privatpatienten und einer gesteigerten Nachfrage nach IGeL-Leistungen erfahrungsgemäß schon nach 2 bis 3 Monaten messbar

Optimale Ausrichtung des eigenen Marketings auf Patientengruppen

Exklusivvermarktung als Facharzt an regional ansässige Unternehmen

Facharzt Nummer 1, da Gebietsschutz im Rahmen der Expertenvermarktung





01. Vermarktung der eigenen Praxis

Für die betreute Praxis wird ein Mix aus zielgruppen-orientierten Maßnahmen entwickelt, um in wenigen Monaten mehr Privat-Patienten zu gewinnen und die Nachfrage nach Sonder-Leistungen / kostenpflichtigen Zusatzleistungen zu steigern.

Optionen im Rahmen des Praxis-Marketing-Mixes sind:

Steuerung von Patientenbewertungen in Online-Portalen

Aufbau eines eigenen Newsletters zur Patientenbindung

Nutzung von SMS-Marketing für zusätzliche Termine

Praxis-Terminzettel als zusätzliches Akquise-Instrument einsetzen



Patienten-Feedbacks in Praxen aufnehmen und veröffentlichen

Optimierung der Praxis-Homepage als Serviceportal

Optimierung der Kommunikation mit aktuellen und zukünftigen Patienten

Verbesserung des Suchmaschinen-Rankings

Social Media-Aktivitäten in relevanten Zielgruppen-Portalen

Regelmäßige Online-PR-Artikel über Behandlungsbereiche



02. Verbundmarketing – Zielgruppe Unternehmen

Im Rahmen einer Region / eines PLZ-Gebietes werden die betreuten Ärzte / Gesundheitsdienstleister im Verbund vermarktet. Dieses geschieht über einen Mix aus gezielter PR, Social Media und der direkten Ansprache von Unternehmen. Zielsetzung ist es, dass die Firmen in der Region bei Mitarbeiter-Erkrankungen direkt auf das regionale Gesundheits-Netzwerk zurückgreifen. Jeder Fachbereich umfasst 1 bis 2 Spezialisten.

Das jeweilige regionale Netzwerk kann u.a. die nachfolgenden Qualifikationen / Fachrichtungen umfassen:

Allergologie	Allgemeinmedizin	Anästhesie		
Ästhetische Chirurgie	Augenheilkunde	Chirotherapie		
Chirurgie	Dermatologie	Frauenheilkunde	Gastroenterologie	Gynäkologie
HNO	Innere Medizin	Kieferorthopädie	Kinderarzt / - heilkunde	Lungenheilkunde
Neurologie	Orthopädie	Osteopathie	Psychotherapie	Radiologie
Sportmedizin	Unfallchirurgie	Urologie	Venenheilkunde	Zahnarzt

Ergänzt wird dieses Netzwerk durch Gesundheitsdienstleister wie z.B. Masseur, Ergotherapeuten, Apotheken, Heilpraktiker, Homöopathen, Optiker, Krankenkassen, Spezial-Versicherungen, Sanitätshäuser, Optiker oder Ernährungsberater.



03. Verbundmarketing auf Facharztebene

Es werden in einzelnen Fachbereichen 20 bis 50 Fachärzte gemeinsam auf einer Internetplattform vermarktet. Durch den Zusammenschluss dieses immensen Fach-Know-hows in der Vermarktung profitiert jeder teilnehmende Arzt in seiner Region in einem Umkreis von 50 bis 100 Kilometern von exklusiven Wettbewerbsvorteilen.

Vorteile bei der Vermarktung über die Facharztebene sind:

regelmäßige PR-Aktivitäten im eigenen Einzugsgebiet

Online-Vermarktung von Fachvorträgen und Workshops

Unterstützung beim Veranstaltungs-Management

Bessere Auffindbarkeit bei Internet-Recherchen



Reduzierung der Kosten, da Verteilung auf 20 bis 50 Ärzte

Erstklassige Positionierung als Spezialist

Zusätzliche Präsenzen auf Expertenportalen im Internet

Verbesserung des Suchmaschinen-Rankings

Social Media-Aktivitäten in relevanten Zielgruppen-Portalen

Detailliertere Darstellung von Spezialbehandlungen



Unser Ziel – messbare Erfolge für Sie

Zahlreiche Marketing- und Werbe-Aktivitäten sind nur kurzfristig ausgelegt, ermöglichen selten die Vermarktung rentabler IGeL-Leistungen / Zusatzleistungen und sind zudem oftmals kosten-, zeit- und arbeitsintensiv ohne messbare Erfolge / Resonanzen.

Daher legen wir als Projekt-Initiatoren Wert darauf, Ihnen nicht nur fast jegliche Arbeit abzunehmen, sondern Ihnen auch nachweisbar innerhalb von 3 bis 12 Monaten zu mehr Privatpatienten und einer stärkeren Nachfrage bzgl. Ihrer IGeL-Leistungen / kostenpflichtigen Zusatzleistungen zu verhelfen. Sie erreichen uns wie folgt:

Manfred Faulhaber

STAGEx

Stadtlanfert 7 * 33106 Paderborn

Telefon: 05251/87806-30 * Telefax: 05251/87806-31

E-Mail: m.faulhaber@stage-x.de

Homepage: www.stage-x.de



Manfred
Faulhaber



Markus
Gehlken

Markus Gehlken

1a-Social-Media

Am Bahndamm 6 * 32584 Löhne

Telefon: 05731/25923-34 * Telefax: 05731/25923-39

E-Mail: gehlken@1a-social-media.de

Homepage: www.1a-social-media.de

Weitere Informationen auf www.1a-praxismarketing.de

Bildquellen: <http://office.microsoft.com/de-de/images>