

Kreatives Marketing für Gesundheitseinrichtungen

Seminar
M 09

Gesetzliche Neuregelungen schaffen für die stationären und ambulanten Gesundheitseinrichtungen völlig veränderte Rahmenbedingungen. Auf Dauer werden unter diesen neuen Voraussetzungen nur diejenigen Einrichtungen bestehen, die unternehmerisch und marktgerecht handeln und sich offensiv dem Wettbewerb stellen.

Sich gegenüber der Konkurrenz behaupten zu müssen, setzt einen tiefgreifenden Bewusstseinswandel voraus. Gesundheitsunternehmen werden sich künftig nicht mehr darauf beschränken können, hilfeschende Patienten zu versorgen, sondern werden um sie als Kunden werben müssen.

Dazu wird es unumgänglich sein, die eigenen Wertvorstellungen zu überdenken, bestehende Strukturen zu verändern sowie neue Leistungsangebote zu entwickeln und werbewirksam darzustellen.

Seminarziel Die Teilnehmer/innen setzen sich mit den Konsequenzen der neuen Situation im Gesundheitswesen auseinander und erkennen Lösungsansätze für die anstehenden Wettbewerbsprobleme. Das Seminar gibt ihnen Anregungen für das Weiterentwickeln des Leistungsangebots sowie dessen Vermarktung. Sie erhalten dazu einen Leitfaden für das Entwickeln eines zukunftsorientierten Marketing-Konzepts.

Inhalte

- Konsequenzen der geänderten Finanzierungssituation
- Wettbewerbsauswirkungen auf das Kunden-/Patientenverhalten
- Patientenerwartungen (aktuelle Umfrageergebnisse)
- Produktplanung und -gestaltung, Wahlleistungsangebote
- Das Gesundheitsunternehmen als Marke
- Erarbeitung eines eigenen Marketing-Konzepts
- Kontaktaufbau und Beziehungspflege zu Patienteneinweisern
- Der neue Weg: Kooperationen mit anderen Einrichtungen
- Innerbetriebliche Konsequenzen des Marketing-Konzepts
- Werbung/Öffentlichkeitsarbeit von Gesundheitseinrichtungen
- Rechtliche Rahmenbedingungen der Außendarstellung
- Kundenorientierte Mitarbeiter als Erfolgsvoraussetzung

Methodik Das erforderliche Wissen wird vorrangig in Vortragsform vermittelt. Diskussionen, Fallbeispiele und Übungen gewährleisten den Praxisbezug und erleichtern das Umsetzen in den eigenen Betriebsalltag. Schriftliche Teilnehmerunterlagen und Literaturhinweise.

Teilnehmer Leitungskräfte und Personen mit besonderer Verantwortung für die Kundengewinnung/-bindung sowie für ein wettbewerbsgerechtes Mitarbeiterverhalten. Maximal 12 Teilnehmer/innen.