

Praxismarketing

Marketing und Werbung ist bei vielen Ärzten verpönt. Aber geworben wird immer, um gesellschaftliche und politische Gunst, familiären Rückhalt oder um das Herz der/s Liebsten. Für etwas zu werben gehört zu den elementarsten Dingen im Leben.

„Ärzte haben es wirklich nicht nötig zu werben, das Wartezimmer ist sowieso immer voll und mehr Arbeit ist überhaupt nicht zu bewältigen.“

Hier können wir deutlich widersprechen: Werbung dient nicht nur der Patientengenerierung, es ist doch auch wichtig die „richtigen“ Patienten anzusprechen. Patienten die bereit sind für Zusatzqualifikationen, bzw. Zusatzleistungen zu zahlen. Über eine ansprechende Praxisdarstellung werden diese verstärkt angesprochen. IGeL-Leistungen können ganz nebenbei angeboten werden. Das kann die Praxisrendite deutlich verbessern.

An erster Stelle sollte es Ihnen aber darum gehen, Ihr eigenes Können zu präsentieren und über Ihre besonderen Leistungen zu informieren. Die Praxiswerbung muss sachlich informieren, damit Ihre Patienten wissen, was Sie können und welche Leistungen Sie anbieten. Sie soll Vertrauen schaffen und Ihrer Praxis ein individuelles Profil geben. Ihre Patienten werden es Ihnen danken und mit einem guten Gefühl auf Ihre Leistungen zurückgreifen.

Seit dem Jahr 2000 ist das generelle Werbeverbot für Ärzte aufgehoben. Mittlerweile ist das Schalten von Anzeigen, Hörfunkwerbung und Fernsehwerbung erlaubt. Selbstverständlich darf ein Arzt heute eine eigene Homepage haben und dort ausgiebig und sachlich über seine Leistungen informieren.

Früher hat es ausgereicht, ein Praxisschild an der Tür zu haben, ohne auf die spezifischen Arztleistungen hinzuweisen. Seit es auf dem Gesundheitsmarkt enger wird, reicht diese Maßnahme allein aber nicht mehr aus. Gerade in letzter Zeit häufen sich die Konkurse von Arztpraxen.

Viele Ärzte haben dies erkannt und nutzen die neuen Möglichkeiten!

Die Vorteile sprechen ja auch für sich: Patienten identifizieren sich gerne mit einer sympathischen Praxisdarstellung. Dabei werden sie auf, sie werden auf weitere Leistungen aufmerksam und über alle Behandlungsmethoden informiert.

Für ein professionelles Praxismarketing zählen Erfahrung und ein gekonntes Abstimmen aller Werbemittel, um den Informationsfluss zum Patienten perfekt zu steuern.

Ideal für Ihre Praxis, effizientes und repräsentatives Corporate Design aus einer Hand.

Unsere Leistungen auf einen Blick:

Praxislogo, Briefbogen, Visitenkarten, Rezept- und Terminblöcke, Informationsbroschüren, Praxisflyer, Webdesign, Informationsfilme, Didaktische Grafiken und Animationen, Textarbeiten, Anzeigen, Außenwerbung, Praxiskleidung, Eingangs- und Praxis-Beschilderung bis hin zur professionellen Planung und Gestaltung der Praxisräume.

Natürlich gehört individuelle und ausführliche Beratung dazu. Dabei gehen wir selbstverständlich auf Ihr ganz persönliches Leistungsspektrum und Ihr persönliches Praxisprofil ein.

Haben Sie eine eigene Homepage? Und wird diese auch von Ihren Patienten gefunden?

Immer mehr Kunden erwarten, dass sie sich im Internet über Ihr Angebot informieren und mit Ihnen Kontakt aufnehmen können. Heute wird jeder Urlaub, jeder größere Produktkauf und viele Informationen zunächst einmal gegoogelt. Und Ihre Patienten machen das genauso – und sie sind danach auch bereit, für eine spezifische Behandlung in einen anderen Stadtbezirk zu fahren. Der Arzt „um die Ecke“ bleibt dabei auf der Strecke.

Die Kommunikation nach Außen

- Laut einer Studie nutzen 68% der Jugendlichen und Erwachsenen das Internet zur Beschaffung von medizinischen Informationen. Die Bedeutung des Internets als Quelle für Gesundheitsinformationen hat drastisch zugenommen. Als zentrale Argumente werden die Erreichbarkeit der Ärzte und auch die Kommunikation zwischen Kollegen genannt.
- Praxisauftritte im Internet spielen eine entscheidende Rolle. Der moderne Patient möchte bereits im Vorfeld gut informiert sein.
- Die Website ist häufig der erste Kontakt, hier entscheidet der Patient, ob ihm der Arzt/die Ärztin sympathisch erscheinen und ihm Team und Praxis-Ambiente zusagen.
- Bei persönlicher Weiterempfehlung fallen Sätze wie: „Schau mal im Internet, die Homepage ist sehr informativ, die Praxis ist aber auch wirklich gut“ aber auch „Er hat zwar leider noch keine Homepage, ansonsten ist er aber wirklich ‚up-to-date‘.“
- Für den Patientenstamm ist es hilfreich, wenn Öffnungszeiten, Telefonnummer oder andere wichtige Informationen auf einem Blick im Netz schnell zu finden sind.

Interne Kommunikation und Identifikation

- Ein Praxisteam das sich positiv mit 'seiner' Praxis identifiziert setzt sich gerne für die Praxis ein und sorgt für reibungslose Prozesse. Eine gelungene, anspruchsvolle Homepage verstärkt die positive Identifikation.
- Eine professionelle Homepage kann eine Arbeitserleichterung für das gesamte Praxisteam darstellen. Von der Vorbereitung der Patienten auf bestimmte Behandlungsabläufe bis zum interaktiven Terminmanagement.
- Auch der Arzt selbst sollte sein Licht nicht unter den Scheffel stellen und die Homepage als Aushängeschild seiner Praxis sehen.

Was gute Kommunikation bedeutet

- Eine Praxis mit individuellem Profil schafft Sympathie beim Patienten und weckt positive Emotionen.
- Eine gute Homepage ruft Assoziationen wie „seriös“, „modern“, „Vertrauen schaffend“ und „professionell“ hervor, diese Begriffe werden im Unterbewusstsein auf die gesamte Praxis übertragen.
- Eine sehr spartanische bzw. lieblose oder gar chaotische Gestaltung wird der Betrachter ebenfalls suggestiv mit den Verhältnissen in der Praxis verbinden.
- Neue Gerätegenerationen wie Smartphones oder Ipad/Tablet-PCs finden immer mehr Zuspruch. Auch hier sollte die Homepage immer ein gutes Bild abgeben

Natürlich ist das Wichtigste für den Patienten der persönliche Kontakt mit dem Arzt. Er möchte sich gut aufgehoben fühlen und das Gefühl haben, dass der Arzt sich Zeit nimmt und seine Beschwerden ernst nimmt.

Wenn Sie folgende Punkte auf Ihrer Website integrieren, sparen Sie viel Zeit und können sich auf das Wesentliche konzentrieren:

- Fragebögen zur Anamnese online stellen, der Patient bringt diese bereits ausgefüllt zum Arztbesuch mit.
- Checklisten und Patientenverfügungen können auch zu Hause ausgefüllt werden und zum Besuch in der Praxis mitgebracht werden.
- Beantworten Sie häufig gestellte Fragen auf Ihrer Homepage - Integrieren Sie ein Feld um Rezepte und Überweisungen einfach online zu bestellen.

Termine online vergeben

In der Praxis ist mal wieder die Hölle los – das Telefon klingelt unaufhörlich, zwei Patienten haben Fragen und gleich drei wollen einen Termin und die Terminmappe sieht bunt aus: Markierungen, Streichungen, Radierungen.

Aktuelle Praxisprogramme verfügen zwar über elektronische Terminplaner, diese werden von den MitarbeiterInnen der Arztpraxen auch gut angenommen – aber das Telefon klingelt unablässig das Wartezimmer ist voll und niemand findet Zeit die nötigen Eintragungen vorzunehmen. Patienten am Telefon sind genervt vom permanenten Besetztzeichen und eigentlich müssten ständig mehrere MitarbeiterInnen nur Telefondienst leisten.

Entlastung durch Onlineterminvergabe - Die Vorteile liegen auf der Hand

Ihre Patienten können ihre Termine unkompliziert 24 Stunden am Tag über das Internet buchen und sind nicht von den üblichen Sprechzeiten der Praxis abhängig. Ungefähr die Hälfte aller Online-Terminbuchungen gehen außerhalb der gewöhnlichen Sprechzeiten ein.

Das Problem dauernd belegter Telefonanschlüsse erledigt sich. Ihre Patienten müssen wegen einer Terminvereinbarung nicht mehrmals anrufen bzw. bleiben nicht längere Zeit in nervigen Warteschleifen.

Sie entlasten Ihr Praxispersonal von nervenaufreibenden Routinetätigkeiten.

Die Administration der Onlineterminvergabe geht ebenso einfach von der Hand, wie die Terminbuchung für die Patienten. Die buchbaren Termine können exakt nach Ihren Anforderungen eingestellt werden, zusätzlich besteht die Möglichkeit, Urlaubs- und Abwesenheitstermine zu vergeben.

Terminbuchungen via Internet bedeuten ganz beträchtliche Zeit- und Kosteneinsparungen.

Und diese patientenfreundliche sowie zukunftsorientierte Organisationsform schafft einen nicht zu unterschätzenden Imagegewinn für Ihre Praxis.

Dr. med. Gerhard Dörnberger, Darmstadt

"Erfahrungsgemäß wird die Terminvergabe via Internet besonders von berufstätigen Patienten geschätzt, da sie keine Zeit in einer telefonischen Warteschleife verlieren. Ist das Programm erstmals gut eingeführt, gewinnen auch die Arzthelferinnen Zeit, da die reguläre Terminvergabe meist zu Diskussionen führt, wodurch schnell einige Minuten für eine Tätigkeit weg sind, die eigentlich nur ein paar Sekunden in Anspruch nehmen sollte..."