Erfolgreiche Marketingstrategien für den Arzt

Expertenteam verfasst praktisches Nachschlagewerk

(ddp direct) Ein niedergelassener Arzt wird häufig über Nacht zum Unternehmer, ohne über unternehmerische Erfahrung oder einschlägige betriebswirtschaftliche Vorbildung zu verfügen. Viele Praxen sind nicht als Wirtschaftsunternehmen geführt, das den Kundenansprüchen an ein Dienstleistungsunternehmen gerecht wird. Erfolgreiches Marketing bedeutet für den niedergelassenen Arzt mehr als die Summe aus Werbeanzeigen, Praxisschild, Internetseite und Online-Kampagnen. Der Ratgeber von Jochen Schwenk und Daniel Markgraf verbindet neueste Erkenntnisse aus Praxis und Wissenschaft und zeigt Wege auf, wie Marketing als ganzheitliche, unternehmerische Denkweise einen Erfolgsfaktor speziell in Arzt- und Zahnarztpraxen darstellen kann.

Von der Theorie zum Marketingkonzept

Der erste Teil des Buches führt in theoretische Grundlagen des Marketings ein. Außerdem wird hier erklärt, wie man eine strategische Analyse der eigenen Marktlage erstellt, auf die eine spätere Marketingkonzeption aufbauen kann. Auch werden die rechtlichen Möglichkeiten und Grenzen des Marketings für Ärzte besprochen.

Der zweite Teil dient der praktischen Umsetzung in der Arztpraxis und der Entwicklung einer Marketingstrategie. Einen Schwerpunkt bilden dabei das Internet und die neuen Medien.

Generell hat der Aspekt der ?Wirtschaftlichkeit? in dem Buch eine wichtige Funktion: Nach einer Faustregel sollte jedem in einer Arztpraxis für das Marketing ausgegebene Euro ein Umsatz von mindestens fünf Euro gegenüberstehen.

Die konsequente Ausrichtung der Arztpraxis am Patientennutzen wertet die Praxis qualitativ auf und erschließt neue Kundenkreise.

Für einen Arzt sind die Empfehlungen seiner Patienten an dessen Freunde und Bekannte von großer Bedeutung. Dabei spielen im späteren Patientenurteil neben der fachlichen medizinischen Leistung auch die Art der Kommunikation, Wartezeiten, Prozesse in der Praxis oder das Arzt-Patienten-Gespräch eine Rolle. Diese Faktoren entscheiden darüber, ob Kunden den Arzt positiv weiterempfehlen oder ob negative Nachrichten verbreitet werden. Empfehlungsmarketing ist ein erfolgreiches Instrument, um neue Kunden zu akquirieren. Der Ratgeber gibt praktische Tipps und zeigt Möglichkeiten auf, mit denen Arztpraxen diese Chance nutzen können.

Die Zielgruppe

Von Interesse ist das anwendungsorientierte Handbuch für Ärzte, Zahnärzte, Studenten medizinischer, wirtschaftlicher und gesundheitsökonomischer Studiengänge. Ferner können Gründungsunterstützer und ?berater, Heilberufeberater von Banken oder Vertriebsmitarbeiter von pharmazeutischen Unternehmen vom Inhalt des Ratgebers profitieren.

Die Autoren

Jochen Schwenk ist Senior Partner einer Unternehmensberatung und unterstützt Ärzte und Zahnärzte bei Aspekten der Wirtschaftlichkeit. Im Fokus seiner Tätigkeit stehen individuelle Lösungen für diese Berufsgruppen, die sie befähigen, zielgerichtet und nachhaltig Patienten als Kunden zu gewinnen und dabei jederzeit die moralische und ethische Integrität des medizinischen Berufsstandes zu gewährleisten.

Prof. Dr. Daniel Markgraf ist Professor für BWL mit den Schwerpunkten Marketing, Innovations- und Gründungsmanagement an der AKAD Hochschule Leipzig. Seit 2001 ist er als Gründungs- und Unternehmensberater tätig und unterstützt junge Unternehmen vor allem im Bereich von Marketing und Strategieformulierung.

Angaben zum Buch:

Daniel Markgraf, Jochen Schwenk
Marketing für niedergelassene Ärzte ?
Grenzen und Chancen
2013, 140 S., 29,80 ?, 49,90 CHF
AKAD Forum, Band 4
ISBN 978-3-8169-3205-5
Rezensionsexemplare erhalten Sie direkt über den expert verlag:
Mailto: presse@expertverlag.de
Telefon: (07159) 92 65-15
Die beiden Autoren stehen für Interviews zur Verfügung. Grafiken und Inhalte der Studie sind auf Nachfrage erhältlich.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/i6kfpw

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/gesundheit/erfolgreiche-marketingstrategien-fuer-den-arzt-56723

Pressekontakt

AKAD Bildungsgesellschaft mbH

Herr Jörg Schweigard
Maybachstraße -20 18
70469 Stuttgart

pressestelle@akad.de

Firmenkontakt

AKAD Bildungsgesellschaft mbH

Herr Jörg Schweigard
Maybachstraße -20 18
70469 Stuttgart

akad.de/newsroom
pressestelle@akad.de

AKAD ist mit den AKAD Hochschulen, dem AKAD Kolleg und seinen bislang 52.000 Absolventen der führende Anbieter für Studium und Weiterbildung neben dem Beruf.
An bundesweit vier Hochschulen in Lahr, Leipzig, Pinneberg und Stuttgart und sechs weiteren Standorten bieten die AKAD Hochschulen ein breites Spektrum an akkreditierten und staatlich zugelassen Studien- und Aufbaustudiengängen in den Disziplinen Betriebswirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Maschinenbau, Mechatronik, Wirtschaftsingenieurwesen und Sprachen.
Über die Studiengänge hinaus können im AKAD Kolleg gezielte Weiterbildungsangebote wahrgenommen werden: Die Hochschulzertifikate, Fachlehrgänge, Fernkurse, Sprachdiplom- oder IHK-Lehrgänge vermitteln aktuelles Fachwissen in überschaubarer Zeit.
Derzeit studieren rund 8.800 Menschen bei AKAD. Sie lernen aus 1.400 von AKAD verfassten Lerneinheiten und werden von 300 ausgewählten Professoren und Dozenten unterstützt.