

INFORMATIONSTELLE GESUNDHEIT

AGENTUR FÜR PATIENTENGEWINNUNG



Wir über uns - Agentur für Patientengewinnung

Die Informationsstelle Gesundheit ist eine Agentur für Patientengewinnung. Bereits 1994 haben wir die erste Patienteninformationsveranstaltung "Zahn-Implantate" durchgeführt. Seit 2000 firmiert die Agentur unter dem Namen Informationsstelle Gesundheit GmbH. Im Laufe dieser fast zwanzigjährigen Tätigkeit im Gesundheitsbereich sammelt sich naturgemäß Erfahrung an. Davon sollen unsere Kunden profitieren.

Anfang der Neunzigerjahre waren es vor allem Zahnärzte, die aufgrund ihrer Spezialisierung Praxismarketing nachgefragt haben. Dadurch ist unsere Firmenhistorie etwas "dentallastig". Heute gehören zu unseren Kunden neben Zahnärzten, Kieferorthopäden, Gynäkologen, Augenärzten, Hautärzten, Schönheitschirurgen, Osteopathen, Orthopäden, Allgemeinmedizinern beispielsweise auch Werbeagenturen, die Medizinprodukteindustrie und Verbände.

Wir sind für Sie da! Rufen Sie uns an unter ☎ **0211 280 722 - 0**.

Die Marketingbausteine dafür sind:

1. Durchgängige Außendarstellung durch einheitliches Praxis-Design
2. Praxis-Geschäftsausstattung (z.B. bei Gründung oder Übernahme)
3. Praxis-Homepage (im Responsive Design)
4. Patientenorientierte Suchmaschinenoptimierung
5. Regionale Reichweitenerhöhung im Internet
6. Gezielte Anzeigenschaltung im Internet (Google Adwords)
7. Facebook-Seite zur Patientenbindung & -gewinnung
8. Gezielte Anzeigenschaltung in lokalen und regionalen Printmedien
9. Patienten-Informationsveranstaltungen
10. Professionelle Praxis-Fotografie (Fotoshooting)
11. Aufbau von Überweisernetzen durch Veranstaltung
12. Überweiser-Marketing gestützt durch Patienten-Informationsportale
13. Patientenorientierter Praxis-Check
14. Workshop "Praxisinterne Patientengewinnung und -bindung"
15. Praxis-Newsletter
16. Flyer zur Patientengewinnung und -bindung nutzen
17. Internet-Standortanalyse
18. Praxis-Newsletter online
19. Empfehlungsmanagement
20. Internet-Reputations-Analyse
21. Permanente Internet-Reputations-Überwachung
22. Regionale Internet-Struktur
23. Urlaubs-Telefondienst
24. Patienten-Reaktivierung (HuK - Realisierung)
25. Pressearbeit für Praxis und Klinik

Marketingbaustein 1:

Durchgängige Außendarstellung durch ein einheitliches Praxis-Design

Ziel:

Ein einheitliches, aufeinander abgestimmtes und durchgängiges Praxis-Design schafft Wiedererkennungswert und Wertigkeit. Dabei muss die Persönlichkeit der Praxisinhaber und die Ausrichtung der Praxis berücksichtigt werden. Ein einheitliches Praxis-Design umfasst idealerweise:

- Eine aufeinander abgestimmte Einrichtung
- Einheitliche, hochwertige Kleidung für Behandler und Team
- Ein treffendes, individuelles Logo
- Ein Leistungsversprechen (Wofür stehen Sie?)
- Vollständige und hochwertige Geschäftsausstattung (vgl. Marketingbaustein 2)
- Informative Homepage im Praxis-Design (vgl. Marketingbaustein 3)
- Einheitlicher Außenauftritt in Internet-Portalen (vgl. Marketingbaustein 4)

Nutzen:

Der Patient soll den Aufenthalt bei Ihnen als angenehm und entspannend empfinden. In einer harmonischen Atmosphäre fühlen sich Patienten wohl, nehmen zusätzliche IGeL-Leistungen gerne an und empfehlen aktiv weiter.

Kosten:

Je nach Art der Spezialisierung und Umfang der Maßnahmen auf Anfrage

Marketingbaustein 2:

Praxis-Geschäftsausstattung (z.B. bei Gründung oder Übernahme)

Bei Praxis-Neugründungen und -Übernahmen ist es bereits vor Eröffnung notwendig, eine Praxis-Geschäftsausstattung vorrätig zu haben. Die Praxis-Geschäftsausstattung umfasst idealerweise:

- Visitenkarten
- Briefpapier gedruckt oder als digitale Vorlage
- Gestaltung von Logo und Praxis-Design (corporate design)
- Praxis-Beschilderung innen und außen
- Praxis-Flyer
- Flyer zur Bekanntmachung in der Nachbarschaft (siehe Marketingbaustein 14)
- Patienten gewinnendes Mailing an den Patientenstamm des Vorgängers
- Bekleben von der Straße sichtbarer Fenster (Sichtschutz respektive Werbemaßnahme)
- Praxis-Homepage (siehe Marketingbaustein 9)
- Terminkärtchen
- Überweiserbögen
- Patientenmappen
- Kurzmitteilungen
- Anamnesebogen
- Praxiskleidung für Behandler und Team
- Stempel
- Recall-Kärtchen
- Namensschilder
- Giveaways wie Zahnseide, Kugelschreiber, Lippenpflegestifte etc.
- Einrichtung von Praxis-Profilen im Internet (siehe Marketingbaustein 4)

Kosten:

Abhängig vom Umfang auf Anfrage

Marketingbaustein 3:

Praxis-Homepage (im Responsive Design)

Eine Praxis-Homepage ist heutzutage die absolute Grund-Voraussetzung für eine erfolgreiche Außenkommunikation und Basis zur quantitativen sowie qualitativen Verbesserung des Patientenstamms. Der Patient erwartet von seinem behandelnden Arzt/Zahnarzt, dass er sich schon **vor dem ersten Besuch** über die Praxis, ihre Philosophie, Ausrichtung bzw. Spezialisierung, die Leistungen und das Team informieren kann.

Die Zugriffe der Patienten auf eine Praxis-Homepage finden mittlerweile zu etwa 50% über klassische Computer, **aber auch zu rund 50% mobil über Tablets und Smartphones** statt. Daher ist eine optimale Darstellung für Mobilgeräte unerlässlich.

Wir realisieren dies für unsere Kunden über eine **Praxis-Homepage im Responsive Design**. Das bedeutet, dass die Seite durch die spezielle Programmierweise für alle Endgeräte – seien es klassische Computer, Laptops, Netbooks, Tablets, Phablets oder Smartphones – automatisch optimiert ist.

Tipp: Rufen Sie unsere Homepage www.informationsstelle-gesundheit.de doch einmal mit einem mobilen Endgerät auf. Wir sind natürlich „responsive“.

Die Praxis-Homepage im Responsive Design hat im Vergleich zu einer Praxis-App oder einer speziell programmierten mobilen Internetseite folgende Vorteile:

- Einmalige Programmierung, sodass sich die Praxis-Homepage im Responsive Design automatisch an die Bildschirmgröße des Endgeräts anpasst.
- Alle Homepage-Inhalte müssen nur 1x erstellt werden und sind für die Suchmaschinen auch nur 1x vorhanden (= kein duplicate content, einfachere Pflege für die Praxis).
- Entfall permanenter Aktualisierungen für künftige Smartphone-Modelle.
- Entfall der vielfachen Arbeit für die Erstellung einer App in den Architekturen für iOS (Apple), Android, Amazon, Windows Phone, etc.
- Entfall der teils umständlichen Zertifizierung und stetigen Aktualisierung durch kommende Software-Versionen dieser Anbieter.
- Patientenorientierter, da auf das direkte Suchverhalten der Patienten abgestimmt
- Kostengünstig, da nur einmalige Programmierung notwendig

Deshalb bieten wir Ihnen einen klar strukturierten, patientenfreundlichen und auf allen modernen Endgeräten darstellbaren Internetauftritt für Ihre Praxis/Klinik an. Eine bereits vorhandene, aber in die Jahre gekommene Praxis-Homepage wird von uns überprüft. Dann erarbeiten wir Verbesserungsvorschläge und setzen diese in Absprache mit Ihnen um.

Uns und unsere Homepages (im Responsive Design) zeichnet aus:

- Modernste Technik durch Programmierung im „Responsive Design“
- Individuelle Anpassung an Ihr Praxis-/Klinik-Design
- Ein einfach zu bedienendes, freies Content-Management-System. Wir möchten nicht, dass Sie schon wegen kleinster Änderungen einen Programmierer beauftragen müssen. Deshalb verwenden wir bei allen Homepages ein modernes Content-Management-System (CMS). Ein CMS bietet Ihnen langfristig optimale Möglichkeiten zur Anpassung, eigenständigen Überarbeitung und Suchmaschinenoptimierung.
- Klar strukturierter Internetauftritt, für Patienten gut verständlich und auch für ältere Patienten gut lesbar
- Textinhalte in deutscher Sprache werden im Normalfall direkt von unseren Textern erstellt, sodass Sie sich auf Ihre Praxis konzentrieren können. Auch Übersetzungen in andere Sprachen sind natürlich möglich.
- Optimale Lesbarkeit auch für Suchmaschinen wie Google
- Berücksichtigung der aktuellen Google-Richtlinien
- Kenntnis und Berücksichtigung von
 - Telemediengesetz
 - Kammerrecht
 - Berufsrecht
 - Heilmittelwerbegesetz
 - Aktuelle Rechtsprechung UWG (Unlauterer Wettbewerb)
 - Lizenzbedingungen bei der Verwendung von Fotos

Ziel:

Optimale Präsentation Ihrer Praxis/Klinik im Internet sowie die Möglichkeit, sich dem Patienten vorzustellen und mit Informationen rund um die Praxis und Spezialisierungen zu versorgen.

Kosten:

Ab 750,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 4:

Patientenorientierte Suchmaschinenoptimierung

„Internet ist großer Mist, wenn man nicht zu finden ist.“

Eine moderne und ansprechende Praxis-Homepage nützt nur, wenn sie auch gefunden wird. Patienten können sich nur für Ihre Praxis entscheiden, wenn Sie auch gefunden werden.

Ziel:

Ziel der patientenorientierten Suchmaschinenoptimierung ist es, Ihre Praxis zu den für Ihre Spezialisierung relevanten Suchbegriffen der Patienten in den Suchmaschinen nach vorne zu bringen. Dies ist ein kontinuierlicher Vorgang über einen längeren Zeitraum.

Die patientenorientierte Suchmaschinenoptimierung auf einen Blick:

- Besseres Ranking bei für die Praxis/Klinik relevanten Suchen
- Keine Verluste an andere Praxen mehr bei Suchen des Patienten im Internet
- Mehr Besucher auf Ihrer Homepage
- Daraus entstehend mehr Neu-Patienten
- Größere Bekanntheit Ihrer Praxis/Klinik in Ihrem geographischen Umfeld durch permanente Präsenz im Internet

Kosten:

Je nach Fachbereich und Standort ab 145,- € zzgl. MwSt. pro Monat

Marketingbaustein 5:

Regionale Reichweitenerhöhung im Internet

Ziel:

Für ein erfolgreiches Praxismarketing ist Auffindbarkeit von zentraler Bedeutung. Durch die regionale Reichweitenerhöhung werden für die Spezialisierungen der Praxis/Klinik die Wunsch-Patienten angesprochen und gewonnen.

Vorgehensweise:

Die Spezialisierungen der Praxis werden hinsichtlich der Patientenbedürfnisse und Suchbegriffe kanalisiert und mit Hilfe der Patienten-Portale optimal positioniert. Die **regionale Reichweitenerhöhung** ist vielseitig einsetzbar. Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Sie haben nun die Möglichkeit, auch **außerhalb Ihrer Stadt in weiteren Orten** gefunden zu werden. Das ist besonders für Praxen in ländlichen Gegenden oder Städte im Randbezirk zu großen Metropolregionen nützlich.
- Durch unsere neu eingeführte, zusätzliche **Arztuche nach Spezialisierung** haben Sie nun die Möglichkeit, auch zu Ihren Schwerpunkten wie Implantologie, Parodontologie, Endodontie, Zahnarztangst, Homöopathie, Lasertherapie bei Ärzten und Zahnärzten, Burnout bei Kindern, unerfüllter Kinderwunsch, Hormonbehandlung in den Wechseljahren o.ä. auffindbar zu sein.

Natürlich sind diese beiden Punkte beliebig kombinierbar. Die Reichweitenerhöhung im Internet erleichtert Ihnen das Praxismarketing sowie die Patientenansprache und ist bereits ab € 60,00 pro Jahr und Ort möglich.

Unsere Patienten-Portale bringen aktuell bereits über 40.000 Patienten pro Monat zu ihrem neuen Behandler. Diese sind:

- www.pluspatient.de
- www.cmd-arztuche.de
- www.zahnarzt-arztuche.de
- www.zahnimplantate-arztuche.de

Kosten:

Abhängig vom gewünschten Einzugsbereich bereits ab € 60,00 pro Jahr und Ort

Marketingbaustein 6:

Gezielte Anzeigenschaltung im Internet (Google Adwords)

Suchmaschinen wie Google gehen durch genauere Standortbestimmungen und exaktere Persönlichkeitsprofile der Suchenden dazu über, die Suchergebnisse zunehmend lokal einzugrenzen und zu personalisieren.

Deshalb ist es für spezialisierte und auf regionalen Patientenzufluss angewiesene Praxen und Kliniken sinnvoll, sich den Patienten über gezielte Anzeigenschaltung zu den Spezialisierungen der Praxis in Suchmaschinen wie Google zu präsentieren.

Ziel:

Die auf die Patientenbedürfnisse angepasste Anzeigenschaltung mit Google Adwords zu den relevanten Suchbegriffen sorgt dafür, dass gezielt die gewünschte Patienten-Klientel die Homepage der spezialisierten Praxis/Klinik findet.

Vorgehensweise

- Analyse der Ist-Situation (relevante Keywords, Potentiale, Budgetverteilung, Konkurrenzanalyse)
- Entwicklung einer individuellen Strategie und Budgetplanung
- Ersteinrichtung des Projekts samt Anzeigengestaltung, thematische Aufarbeitung
- Permanente Kontrolle der Anzeigenerfolge sowie der Konkurrenzsituation,
- Optimierung der Kampagne,
- Anpassung der Budgetverteilung sowie
- Gewichtung einzelner Keywords bzw. Leistungsspektren

Nutzen:

Exakt die gewünschte, für die Praxis/Klinik hochwertige, Patienten-Klientel angesprochen und für eine Behandlung interessiert.

Kosten:

Je nach Ausrichtung, Konkurrenz und gewünschter Intensität ab 300,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 7:

Facebook-Seite zur Patientenbindung & -gewinnung

Ziel:

Eine spezialisierte und moderne Praxis möchte diese Merkmale ihren Patienten vermitteln. Eine auf die Praxis-Homepage abgestimmte Facebook-Seite hilft dabei. Allein das Facebook-Logo schafft Vertrauen, denn es ist allgemein bekannt und wirkt modern. Dies kann mit wenig Aufwand aktiv zur Patientenbindung und -gewinnung genutzt werden.

Vorgehensweise:

Wir erstellen in Ihrem Praxis-/Klinik-Design in Absprache mit Ihnen eine Facebook-Seite. Der Auftritt sollte

- modern
- kammer- und standesrechtlich unbedenklich
- konform zu HWG und UWG
- konform der Facebook-AGBs
- sicher vor Abmahnwellen
- freundlich
- bodenständig
- informativ
- "persönlich"

sein und den Patienten zum Mitmachen ermuntern.

Nutzen:

Bindung und Gewinnung von Patienten

Kosten:

ab 250,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 8:

Gezielte Anzeigenschaltung in lokalen und regionalen Printmedien

Ziel:

Anzeigenschaltung zu gezielten Themen oder dem breiten Leistungsspektrum einer Praxis schafft Patienteninteresse, wobei die Patienten entweder von der Informationsstelle Gesundheit oder von der Praxis selbst informiert werden.

Vorgehensweise:

Die Informationsstelle Gesundheit schaltet Anzeigen (auf Wunsch erfolgt die direkte Nennung der Praxis in der Anzeige) zu den gewünschten Themen. Hier eine Auswahl unseres erfolgreichen Anzeigenspektrums:

Zahnärzte

- (Zahnimplantate 60+, Zahnimplantate mit Garantie, Zahnimplantate für Allergiker und Chroniker, Zahnimplantate mit 3D-Röntgen, Zahnimplantate ab 999,- €, Zahnimplantate mit navigierter Implantation, Zahnimplantate im Schlaf, Zahnimplantate Knochenaufbau, Zahnimplantate bei Nichtanlage, Zahnimplantate Business-Patienten, Zahnimplantate mit Verträglichkeitstest, Zahnimplantate mit sanfter Implantation)
- Cerec, Vollkeramik-Zahnersatz, implantatgetragener Zahnersatz
- Ästhetische Zahnheilkunde, Laserzahnheilkunde
- Angstpatienten

Hautärzte, Gynäkologen, Orthopäden, Schönheitschirurgen etc.

- Patienten für Varizen-OPs
- Patienten für Durchgangs-Praxen
- Gynäkologische Dysplasie
- Inkontinenz
- Hüftprothesen
- Schulter-OPs
- Kinder-Burnout
- Schnarchen
- Brustkorrekturen
- Fettabsaugung
- Alternative Krebstherapien
- Alternative Arthrosetherapien
- etc.

Die sich meldenden Interessenten werden direkt und ausschließlich der teilnehmenden Praxis durchgeleitet.

Nutzen:

Neuakquise von Patienten

Kosten:

ab 500,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 9:

Patienten-Informationsveranstaltungen

Ziel:

Kontrollierte und aktive Gewinnung von Patienten für hochpreisige Therapien durch eine Informationsveranstaltung mit Vortrag in der **eigenen Praxis** oder **in externen Räumlichkeiten**.

Vorgehensweise:

Eine Patientenorganisation lädt ca. 20 - 25 Teilnehmer (bei Saalveranstaltungen circa 70 - 100) über Anzeigen in lokalen Zeitungen zu Veranstaltungen ein. Dazu können unterschiedliche Themen gewählt werden.

Zur Unterstützung können wir Ihnen gerne einen Vortrag zur Verfügung stellen. Im Anschluss an den Vortrag haben die Patienten die Möglichkeit, in der Gruppe und in Einzelgesprächen Fragen zu stellen. Von Seiten der Patientenorganisation wird auf Wunsch ein Moderator zum kontrollierten Ablauf und als externer Ansprechpartner gestellt.

Nutzen:

- Gezielter Ausbau hochpreisiger Therapien
- Stärkung der Selbstzahler-Klientel
- Wahrung der Neutralität durch Einschaltung einer Patientenorganisation
- Sicherheit des Ablaufs durch gezielte Moderation und langjährige Erfahrung

Anzeigenbeispiele:



Zahn-Implantate 60+

Die Informationsstelle Gesundheit veranstaltet mit Unterstützung der Deutschen Patientenhilfe e. V. für Interessenten und Patienten einen

Informationsabend

zu allen Fragen der sicheren und modernen Implantologie.

Tag, xx.xx.2011 um 19:30 Uhr in der
Musterpraxis Mustermann, Straße, PLZ Ort

• Teilnahme kostenlos •

Reservierung erbeten unter ☎ 0800 - 100 42 04
(kostenfrei aus dem dt. Festnetz und allen dt. Mobilfunknetzen)

www.deutsche-patientenhilfe.org

ZAHN-IMPLANTATE

Sanfte Behandlung mit moderner OP-Technik

Die Informationsstelle Gesundheit veranstaltet mit Unterstützung der Deutschen Patientenhilfe e. V. für Interessenten und Patienten einen

Informationsabend

zu allen Fragen der sanften Implantologie mit 3D-Röntgendiagnose.

Tag, xx.xx.2011 um 19:30 Uhr im Hotel

Muster, Straße, PLZ Ort

• Teilnahme kostenlos •

Reservierung erbeten unter ☎ 0800 - 100 42 04

(kostenfrei aus dem dt. Festnetz und allen dt. Mobilfunknetzen)

www.deutsche-patientenhilfe.org

Arthrose und Rheuma

Schmerzfreiheit durch Ursachenbehandlung

❖ *Knorpelregeneration*

❖ *Stärkung des Bindegewebes*

❖ *Vermeidung von operativen Eingriffen*

Zu diesem Thema veranstaltet die Informationsstelle Gesundheit mit Unterstützung der Patientenorganisation Deutsche Patientenhilfe e. V. einen kostenlosen

Informationsabend

Dienstag, den XX.XX.2011 um 16:00 Uhr im Hotel

Mustermann, 12345 Musterstadt, Musterstraße123

Referent: Dr. med. Max Mustermann, Musterstadt

Reservierung erbeten unter ☎ 0800 - 100 42 04

(kostenfrei aus dem dt. Festnetz und allen dt. Mobilfunknetzen)

www.pluspatient.de

Kosten:

Praxisveranstaltung ab 2.750,- € zzgl. MwSt.

Saalveranstaltung ab 5.500,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 10:

Professionelle Praxis-Fotografie (Fotoshooting)

Bilder erzeugen Emotionen. Dazu benötigt man keine Fortbildung in Verkaufspsychologie. Dies gilt natürlich auch für die verwendeten Fotos auf einer Praxis-Homepage.

Unsere Fotografen sind auf Praxis-Fotografie spezialisiert und können daher die Bedürfnisse der Patienten sowie die Anforderungen eines professionellen Fotoshootings im hektischen Praxis-Alltag in Einklang bringen.

Ziel:

Professionelle und hochwertige Praxis-Fotos erzeugen innerhalb weniger Sekunden positive Emotionen und erleichtern so dem Patienten schon vor dem ersten Besuch den ersten Eindruck von Praxis, Behandler & Team.

Diese positiven Emotionen erzeugen gleichzeitig ein Gefühl von Harmonie, Wertigkeit sowie Wohlbefinden und dienen der Praxis als aktive Verkaufsunterstützung für hochwertige Privatleistungen.

Kurzum: Sie sind authentisch und handeln kongruent zu Ihrem Praxisversprechen.

Vorgehensweise:

Zum vereinbarten Termin werden unsere Fotografen Ihre Praxis in verschiedenen Posen und Situationen ablichten. Dazu gehören Aufnahmen von:

- Ärzten/Zahnärzten als Portrait und in Arbeitsumgebung
- Mitarbeitern als Portrait und in Arbeitsumgebung
- Teambilder
- Innenraumaufnahmen
- Einrichtung und Praxisräume
- Außenaufnahmen
- Atmosphäre
- Labor etc.

Im Anschluss an das Fotoshooting wählen Sie gemeinsam mit uns die zu verwendenden Fotos aus. Natürlich gehört die zeitnahe Nachbearbeitung der Auswahl-Fotos zu unserem Service dazu, denn wir möchten laufende Prozesse wie die Homepage-Erstellung nicht verzögern.

Gerne organisieren wir zusätzlich zum Fotoshooting eine professionelle Visagistin, die am Tag des Fotoshootings die zu fotografierenden Behandler und Mitarbeiter professionell schminkt und stylt.

Kosten:

Je nach Größe der Praxis/Klinik und Umfang des Fotoshootings auf Anfrage

Marketingbaustein 11:

Aufbau von Überweisernetzen durch Veranstaltungen

Für spezialisierte Praxen ist es wichtig, ein ausreichend großes und funktionierendes Überweiser-Netzwerk um sich vereint zu haben. Für den Auf- und vor allem Ausbau eines solchen Überweiser-Netzwerks gibt es zwei mögliche Wege:

- die gezielte Unterstützung Ihrer Überweiser beim Praxismarketing, gestützt durch Patienten-Informationsportale
- und/oder Überweiser-Veranstaltungen

Der Nutzen für Sie: Mehr Neupatienten zu Ihren bevorzugten Therapien

Der Nutzen für Ihren Überweiser: Patientengewinnung und -bindung durch ein breiteres Angebotsspektrum

Je intensiver die Beziehung zwischen Praxis und Überweiser, desto erfolgreicher die Zusammenarbeit und nachhaltiger der Erfolg: **Eine Win-Win-Strategie für alle Beteiligten.**

Ziel:

Neben dem kollegialen Austausch und der gemeinsamen Weiterbildung steht vor allem der Ausbau der Überweiser-Tätigkeit im Mittelpunkt. Hierbei können die aktuell und potentiell überweisenden (zahn-)ärztlichen Kollegen zu bestimmten Themen vom Praxisinhaber und dessen Team informiert werden.

Je nach Praxisausrichtung ist auch die fachübergreifende Vernetzung mit anderen therapeutischen Disziplinen von Interesse, schließlich sind nicht nur Kollegen aus dem eigenen Fachbereich potentielle Quellen für Neupatienten. Durch das Angebot gemeinsamer Therapiekonzepte mit anderen Heilberufen erweitert und qualifiziert sich die angesprochene Patientenklientel und wird auf Ihre netzwerkbetreibende Facharztpraxis fokussiert.

Vorgehensweise:

Ausgehend von einem definierten Ziel planen wir gemeinsam mit Ihnen die Organisation und die Inhalte einer Veranstaltung, bei der die eingeladenen Kollegen von Ihrer Spezialisierung überzeugt werden. Dazu hat sich folgende Vorgehensweise bewährt:

- Gemeinsam mit Ihnen treffen wir die Auswahl des Veranstaltungsortes und des Veranstaltungsrahmens (z.B. Zahnarztangst, Implantologie, craniomandibuläre Dysfunktion, fokussierte Stoßwellentherapie etc.)
- Wir sprechen gezielt vorhandene und potentielle Überweiser auf Ihre Veranstaltung an, um die gewünschte Teilnehmerzahl zu erreichen.
- Bei der Veranstaltung überzeugen Sie die Überweiser von den Vorteilen einer Zusammenarbeit und erläutern den Ablauf.

Anmerkung: Die Veranstaltung sollte Raum für persönliche Gespräche und ausreichende Diskussionsmöglichkeiten bieten.

Um die Beziehung zu Ihren Überweisern dauerhaft zu pflegen, ist es neben regelmäßigen Veranstaltungen zudem sinnvoll, Ihre Kollegen bei der Patientengewinnung zu unterstützen. Mehr dazu erfahren Sie in unserem **Marketingbaustein „Überweiser-Marketing gestützt durch Patienten-Informationsportale“**

Nutzen:

Ein breit aufgestelltes Überweisernetz sorgt dafür, dass die Praxis in ihrem spezialisierten Tätigkeitsfeld dauerhaft über die gewünschte Zahl an Patienten verfügt.

Kosten:

ab 500,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 12:

Überweiser-Marketing gestützt durch Patienten- Informationsportale

Neben klassischen Überweiser-Veranstaltungen hat sich vor allem die gezielte Unterstützung der überweisenden Kolleginnen und Kollegen beim Praxismarketing als moderne Methode zum Auf- bzw. Ausbau und der Pflege eines Überweiser-Netzwerks bewährt.

Der Vorteil für Sie: Mehr Neupatienten zu Ihren bevorzugten Therapien

Der Vorteil für Ihren Überweiser: Patientengewinnung und -bindung durch ein breiteres Angebotsspektrum

Beispiele:

- Ein Mund-, Kiefer-, Gesichtschirurg möchte mehr Zahnimplantate inserieren und dazu mehr Überweiser gewinnen. Die Implantatchirurgie landet in der Praxis des MKG, die Nachsorge/Weiterbehandlung wieder in der Praxis des Überweisenden.
- Ein Kieferorthopäde möchte mehr zahnärztlichen Überweiser gewinnen. Bei komplexen Fällen oder aufgrund potenzieller Problematiken überweist der/die Kollege/in den Patienten zum Kieferorthopäden seines/ihrer Vertrauens: Sie!

Je intensiver die Beziehung zwischen Praxis und Überweiser, desto erfolgreicher die Zusammenarbeit und nachhaltiger der Erfolg: **Eine Win-Win-Strategie für alle Beteiligten.**

Vorgehensweise:

Machen Sie Ihre überweisenden Praxen, auch zu den Leistungen und Behandlungen, die nur Sie umsetzen/anbieten können, im Internet auffindbar. **Kommunizieren Sie auch deutlich gegenüber Ihren Kollegen.** Der/die informierte Kollege/in profitiert von Neupatienten und überweist seine/ihre Patienten gerne an Sie, wenn er/sie seine/ihre Patienten bei Ihnen in guten Händen weiß. Das schafft Vertrauen.

Über unsere Patienten-Portale geht das rasch und kostengünstig für **lediglich € 60,00 pro Jahr** (zzgl. ges. MwSt.) pro überweisendem Kollegen bzw. ab 300,- € zzgl. MwSt. pro Monat für alle Ihre Überweiser (bis zu 100 Praxen). Durch die Steigerung der Patientennachfrage zu Ihren eigenen Spezialisierungen bei den überweisenden Kollegen können Sie direkt profitieren.

Weitere Anregungen finden Sie unter:

www.zahnimplantate-arztsuche.de

www.zahnarzt-arztsuche.de

www.cmd-arztsuche.de

www.pluspatient.de

INFORMATIONSTELLE GESUNDHEIT GMBH • Am Trippelsberg 43 • 40589 Düsseldorf
Telefon (0211) 280 722-0 • www.informationsstelle-gesundheit.de • info@informationsstelle-gesundheit.de

Nutzen:

Ein breit aufgestelltes Überweisernetz, das zudem im Bereich des Praxismarketings durch Sie unterstützt wird, sorgt dafür, dass Ihre Praxis in Ihrem spezialisierten Tätigkeitsfeld dauerhaft über die gewünschte Zahl an Patienten verfügt und die Zahl der Neupatienten auf beiden Seiten steigt - Sie tun gleichzeitig Ihren Kollegen und Ihnen etwas Gutes.

Kosten:

Praxismarketing für Überweiser: 60,- € zzgl. MwSt. pro Jahr pro Überweiser bzw. ab 300,- € zzgl. MwSt. pro Monat für alle Ihre Überweiser (bis zu 100 Praxen)

Marketingbaustein 13:

Patientenorientierter Praxis-Check

Der patientenorientierte Praxis-Check ist darauf ausgerichtet, eine Verbesserung der Patientenwahrnehmung der Praxis herbeizuführen. Das Praxisteam lernt seinen Arbeitsplatz aus Sicht des Patienten zu analysieren und zu beurteilen und wird so dafür sensibilisiert, worauf im täglichen Ablauf geachtet werden muss.

Ziel:

Verbesserung der Patientenwahrnehmung der Praxis

Vorgehensweise:

Der Vor-Ort-Praxischeck beinhaltet im Einzelnen:

1. Bewertung des Kommunikationsverhaltens des Praxispersonals, auch am Telefon.
2. Analyse und Beurteilung der Parkmöglichkeiten, der Orientierungshilfen (Beschilderung) auf dem Weg zur Praxis sowie des äußeren Erscheinungsbildes der Praxis. Gegebenenfalls werden Verbesserungsvorschläge für eine optimierte Patientenwahrnehmung erarbeitet.
3. Analyse und Beurteilung der Praxis:
 - erster Eindruck
 - Check des Empfangsbereiches und des Praxispersonals
 - Check des Wartezimmers (z. B. in Bezug auf verkaufsfördernde Maßnahmen)
 - Check der Praxisräumlichkeiten, insbesondere des Beratungsbereiches, hinsichtlich der Wahrnehmung der Patienten
4. Feedback über die gewonnenen Eindrücke.
5. Informationsaustausch bezüglich der werblichen Standardmaßnahmen, wie z. B. Homepage, Praxis-Visitenkarten, Praxis-Flyer, Auffindbarkeit im Internet etc.
6. Abschließendes Beratungsgespräch.

Nutzen:

Die Praxis wird aus der Sicht des Patienten beurteilt. Es entsteht ein objektiver Eindruck im Hinblick auf das äußere Erscheinungsbild. Durch Anregungen und individuelle Beratung wird eine freundliche Atmosphäre geschaffen, in der Patienten sich wohl fühlen und gerne wieder kommen.

Kosten:

ab 750,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 14:

Workshop "Praxisinterne Patientengewinnung und -bindung"

Ziel:

Der Workshop "Praxisinterne Patientengewinnung und -bindung" dient der Steigerung realisierter Heil- und Kostenpläne, Steigerung von Zusatz- und IGeL-Leistungen und der Erhöhung der Empfehlungsquote. Teilnehmer sind Behandler, Assistenzen und Helfer/innen.

Arbeitspunkte:

1. Umgang mit Empfehlern und deren standardisierte Führung
2. Aktive Aufforderung zur Weiterempfehlung
3. Präsentation von Praxisleistungen
4. Gesprächsführungen mit Patienten
5. Standardisiertes Nachfassen bei Heil- und Kostenplänen
6. Einwandsbehandlung
7. Argumentationen bei verschiedenen hochwertigen Therapien
8. Argumentationen bei Preisdiskussionen
9. Die Helferin als Parlamentär zwischen Behandler und Patient
10. Kongruente Kommunikation

Nutzen:

Der circa dreistündige Workshop führt i.d.R. zu einer Umsatzsteigerung von 15 – 25 Prozent. Er ist immer dann angebracht, wenn die Menge einer speziellen Patientenklientel gesteigert werden soll wenn die HuK-Realisierungsrate unter 85 Prozent liegt.

Kosten:

ab 1.480,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 15:

Praxis-Newsletter

Nutzen:

Der Praxis-Newsletter dient in erster Linie der Gewinnung von Neupatienten in der direkten Umgebung der Praxis. Der Praxis-Newsletter eignet sich bei einer Neugründung oder Übernahme außerdem, die Praxis in der unmittelbaren Nachbarschaft bekannt zu machen.

Vorgehensweise:

Dazu werden die Praxis dem Patienten näher gebracht, Praxisthemen in einfachen Worten dargestellt und Sonderaktionen bekannt gegeben. Natürlich geht der Praxis-Newsletter auch auf die Spezialisierungen der Praxis ein.

Gerne übernehmen wir auf Wunsch die Verteilung des Praxis-Newsletters.

Beispiel:

Die Praxiszeitung
Zahnarztpraxis
Ausgabe 01/2009

Liebe Patientinnen und Patienten,

Sie halten heute eine neue Ausgabe unserer Praxiszeitung in Ihren Händen, mit der wir Sie in gewohnter Weise über unsere speziellen Beratungs- und Behandlungsmöglichkeiten informieren und Sie auf aktuelle Neuigkeiten zum Thema Zahngesundheit aufmerksam machen möchten.

Unser Praxisteam und wir, Ihre Zahnärztinnen möchten Ihnen gerne bekannt geben, dass unsere Praxis zum zehlt. Die Telefonnummer ändert sich nicht - dafür bekommen wir einen neuen Namen.

Unsere neuen Räumlichkeiten befinden sich in fußläufiger Entfernung zum bisherigen Praxisstandort und sind bequem mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen. Wir freuen uns, Sie bald in unserer neuen und modernen Praxis begrüßen zu dürfen.

Aus dem Inhalt:

- * Familienzahnheilkunde
- * Laser killt Bakterien
- * Vollkeramikrone
- * Wenn der Biss nicht stimmt
- * Sonderaktionen
- * Serviceangebot Business-Sprechstunde
- * Gewinnspiel

Es begrüßen Sie herzlich Ihre Zahnärztinnen

Schützen Sie die Zahngesundheit Ihrer Familie!

Karies (Zahnfäule) und Parodontitis (entzündliche Erkrankung des Zahnfleisches und des Zahnhalteapparates) sind durch Bakterien verursachte Infektionskrankheiten. Diese Bakterien werden über den Speichel auf nahebestehende Personen übertragen. Vor allem ist die Ansteckungsgefahr unter Familienmitgliedern sehr hoch. Bereits die Nutzung des selben Löffels kann ein Auslöser sein.

gehörigen teilnehmen, kann ein wirksamer Schutz gegen Infektionen und deren Übertragung gewährleistet werden.

Schwangeren-Prophylaxe

Ganz besonders liegt uns die Zahngesundheit von Schwangeren am Herzen. Während der Schwangerschaft sind werdende Mütter anfälliger für Zahnprobleme und Erkrankungen können schwerwiegende Folgen für das Kind haben: Eine Parodontitis erhöht das Risiko einer Frühgeburt deutlich, das Geburtsgewicht des Neugeborenen ist oftmals reduziert. Regelmäßige zahnärztliche Kontrollen sowie eine besonders gründliche Mundhygiene sind während der Schwangerschaft besonders wichtig - wie beraten Sie gerne!

Kinder-Prophylaxe

Die ersten Lebensjahre sind bereits ausschlaggebend für die Zahngesundheit Ihrer Kinder! Ist das Milchgebiss von Karies befallen, kann sich diese Infektion auch auf die nachfolgenden Zähne übertragen. Deshalb ist es besonders wichtig, das Milchgebiss gesund zu erhalten - durch richtige Putztechniken und gesunde Ernährung erhält Karies keine Chance. Denn immer gilt: Vorbeugen ist besser als heilen.

Partner- und Familien-Prophylaxe

Unser Therapiekonzept besteht darin, dass wir durch professionelle Partner- und Familienprophylaxe diese Infektionskette analysieren und unterbrechen. Hochmoderne Testverfahren ermöglichen die Bestimmung von Bakterienarten und deren Konzentration im Speichel. Anhand dieser Ergebnisse werden individuelle Prophylaxe- und Ernährungspläne erstellt. Außerdem ermitteln wir gerne mit speziellen Tests Ihre genetische Veranlagung für Parodontitis.

Um die Infektionskette effektiv zu unterbrechen, bietet sich zusätzlich zu den individuellen Ernährungsplänen eine Professionelle Zahnreinigung (PZR) an. Diese schmerzarme Behandlungsmethode sorgt für eine gründliche Säuberung der Zähne, Zahnfleischtaschen und Zahnzwischenräume. Bei einer regelmäßigen Behandlung, an der alle Familienan-

Kosten:

Individualisierter Praxis-Newsletter mit festem Redaktionsteil ab 1.500,- € zzgl. MwSt., zzgl. Druckkosten und Versand

PERFEKTION IN ZAHN

Schöne Zähne sind gesunde Zähne:

Wir bei Langer + Langer haben den Anspruch, unsere Patienten sowohl unter medizinischen als auch unter ästhetischen Aspekten rundum perfekt zu behandeln. Dafür nehmen wir uns viel Zeit und beraten und betreuen Sie individuell und kompetent.

Um unsere Spezialisierungen zu vertiefen und auszubauen, ist eine regelmäßige Teilnahme an zahnmedizinischen Fort- und Weiterbildungen für uns selbstverständlich. So können wir für unsere Patienten ein Höchstmaß an Qualität, Sicherheit und Perfektion sicherstellen.

Damit auch Ihr Lächeln zum schönsten Schmuck wird.



Dr. Frank-Ch. Langer

Promotion an der Universität Bonn
Tätigkeitsschwerpunkt Implantologie BDIZ



Patrick Langer

Studium an der Universität Mainz
Tätigkeitsschwerpunkt Implantologie BDIZ

Unser Leistungsangebot

- Implantologie
- Minimalinvasive Chirurgie (NobelGuide™)
- CEREC AC – Feste Zähne in einer Sitzung
- Digitales 3D-Röntgen
- Laserbehandlung
- Amalgamsanierung



Implantologie

Durch Implantate lassen sich einzelne Zähne ersetzen und größere Zahnlücken schließen. Herausnehmbare Prothesen oder festsitzende Brücken bekommen mehr Halt. Ist der Erhalt Ihrer eigenen Zähne aus verschiedenen Gründen nicht mehr möglich, schöpfen wir alle Vorteile der modernen Implantologie aus, um Ihnen Ihr natürliches Lächeln wieder zu geben.



CEREC AC – Feste Zähne in einer Sitzung

Moderne Computertechnologien machen es möglich, perfekten Zahnersatz in nur einem Termin und ohne Abdrucknahme zu fertigen. In unserer Praxis arbeiten wir mit dem Cerec AC-System, dem neuesten Standard der CAD/CAM-Technologie. Die verwendete Keramik für Ihren Zahnersatz ist metallfrei und absolut biokompatibel. Wir beraten Sie gern hinsichtlich der richtigen Versorgung!

- Hochwertige Composite-Füllung
- Prophylaxe
- Parodontistherapie
- Professionelle Zahnreinigung
- Bleaching und Zahnaufhellung
- Betreuung von Angstpatienten



Digitales 3D-Röntgen

Mit dem DVT sind wir in der Lage, dreidimensionale Aufnahmen Ihres Kiefers und Ihres Zahnstatus zu erstellen. Die chirurgischen Voraussetzungen können so wesentlich präziser bestimmt werden, da uns die DVT-Aufnahme durch die räumliche Darstellung die Möglichkeit bietet, den operativen Eingriff exakt zu planen. Für ein hohes Maß an Sicherheit und Diagnostik.



Laserbehandlung

Der Laser kann heutzutage in speziellen Bereichen zu einer schonenden Behandlung, ohne unangenehme Begleiterscheinungen führen. Die Lasertherapie findet Anwendung in der Parodontistherapie, bei Wurzelbehandlungen sowie bei chirurgischen Eingriffen. In den Händen des geübten Zahnarztes ist der Laser so sicher wie jedes andere medizinische Gerät.

(Teil 2)

Nutzen:

Mit einem informativen Flyer im Praxis-Design werden die Spezialisierungen und hochwertigen Leistungen der Praxis hervorgehoben und für Patienten verständlich erläutert. Durch den haptischen Eindruck wird der Verkauf der Leistungen beim Patienten erleichtert und Neupatienten können vor dem Besuch in der Praxis bereits die Hochwertigkeit der Arbeit „erfühlen“.

Kosten:

Je nach Art und Stückzahl inklusive Gestaltung ab € 480,00

Marketingbaustein 18:

Praxis-Newsletter online

Nutzen:

Das Ziel ist die Information und Bindung von Patienten durch praxisbezogene, regelmäßige, kurze und informative Newsletter per E-Mail.

Vorgehensweise:

Patienten sowie Interessierte, die sich in der Praxis oder über die Homepage für den Newsletter anmelden, erhalten in regelmäßigen Abständen per E-Mail Nachrichten zu aktuellen Themen aus der Praxis und der dort angebotenen Leistungen.

Wir organisieren für Sie:

- Die Gestaltung im Praxis-Design
- Auf Wunsch die Formulierung
- Den professionellen Versand, (**Achtung:** der eigenmächtige Versand sorgt bei vielen Adressaten für eine dauerhafte und unwiderrufliche Klassifizierung als Spam)
- Auf Wunsch eine Empfangs-Statistik

Kosten:

je nach Aufwand der Gestaltung und Anzahl der Empfänger auf Anfrage

Marketingbaustein 19:

Empfehlungsmanagement

Bewertungsportale nicht nur ertragen, sondern zur Patientengewinnung nutzen

Dieser Marketingbaustein beinhaltet die Marketingbausteine Internet-Reputations-Analyse und Permanente Internet-Reputations-Überwachung und wird optimal ergänzt durch die Patientenorientierte Suchmaschinenoptimierung.

Ziel:

Aktuelle Untersuchungen zeigen, dass über alle Altersklassen verteilt mehr als 70 % der Patienten eine neue Praxis mit und durch das Internet finden. Eine schöne und im Idealfall sogar top-auffindbare Praxis-Homepage ist heutzutage aber wertlos, wenn die Internet-Reputation nicht stimmt.

Stimmt die Internet-Reputation in den Bewertungsportalen, wird der suchende Patient in seiner Wahl bestärkt. Fehlen Empfehlungen von zufriedenen Patienten oder haben sich vielleicht sogar unzufriedene Patienten dazu hinreißen lassen, negative Bewertungen über Sie zu verfassen, wird sich der Patient gegen Sie entscheiden.

Das Empfehlungsmanagement muss also die Praxis dabei unterstützen, zufriedene Patienten zu Empfehlern zu machen und gleichzeitig darauf zu achten, dass schlechte Bewertungen verhindert oder im Ernstfall - nach Möglichkeit - entfernt werden.

Vorgehensweise:

Zu Beginn müssen die Einträge der Praxis in sämtlichen Bewertungsportalen, Patienten-Informationsportalen, Branchenbüchern, etc. dahingehend optimiert werden, dass alle Praxisdaten korrekt, die Spezialisierungen eingetragen sowie Bilder + Website (sofern möglich) hinterlegt sind. Eventuell vorhandene schlechte Bewertungen werden detektiert und (von) der Praxis gemeldet.

Tipp: Häufig sind bei Behandlern noch alte Adressdaten (doppelt) vorhanden, es fehlt der Doktor-Titel oder die im Portal hinterlegbaren Spezialisierungen sind falsch ausgewählt.

Die Informationsstelle Gesundheit übernimmt in Absprache mit der Praxis die Kommunikation mit den Bewertungsportalen sowie die Kommentierung von Bewertungen.

Anschließend entwickeln wir mit der Praxis eine individuelle Strategie, wie zufriedene Patienten zu Empfehlern gemacht werden. Das kann über spezielle Workshops und/oder Flyer geschehen, wird aber im Einzelfall mit der Praxis abgestimmt und in den alltäglichen Ablauf integriert.

Tipp: Patienten goutieren es, wenn eine Praxis sich um ihre Portal-Einträge kümmert. Dies bietet der Praxis außerdem Raum, eventuell kritische Meinungen von Patienten zu kommentieren.

Nutzen:

Mit vergleichsweise geringem Aufwand werden die Schwächen der Praxis aufgedeckt und egalisiert. Durch die direkte Patientenansprache wird die Patientenbindung verbessert und der suchende Patient in seiner Wahl bestärkt.

Kosten:

ab 99,- € zzgl. MwSt. pro Monat

Marketingbaustein 20:

Internet-Reputations-Analyse

Neben klassischer Mund-zu-Mund-Propaganda teilen Patienten ihre Meinung heutzutage über das Internet mit. So handeln naturgemäß auch Patienten, die – aus welchem Hintergrund auch immer – einer Praxis schaden möchten. Dazu dienen:

- Bewertungsportale
- soziale Netzwerke
- sonstige Webseiten
- Blogs
- Foren
- Artikel

Ziel:

Durch manuelle Recherche speziell ausgebildeter Mitarbeiter und einem ausgefeilten, eigens dafür programmierten Algorithmus finden wir sämtliche Meinungen und Erwähnungen über Sie und Ihre Praxis/Klinik im Internet. Zur Auswertung erhalten Sie von uns einen ausführlichen Report sowie eine zusammenfassende Analyse, ggf. mit Handlungsvorschlägen.

Nutzen:

Zusammenfassung der Meinungen über Sie im Internet und das Finden evtl. für die Praxis schädlicher Einträge, Meinungen oder Verleumdungen.

Kosten:

einmalig 349,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 21:

Permanente Internet-Reputations-Überwachung

Dieser Marketingbaustein ergänzt die "Internet-Reputations-Analyse" (siehe Marketingbaustein 15) mit einer dauerhaften und permanenten Kontrolle.

Ablauf:

Nach einer erstmaligen Analyse samt Report und Handlungsempfehlung kontrollieren wir kontinuierlich die Meinung über Sie und Ihre Praxis/Klinik im Internet. Dies beinhaltet einen monatlichen Status- und Änderungsreport.

Nutzen:

Dauerhafte Abwehr schädlicher Einträge, Meinungen und Verleumdungen im Internet.

Kosten:

79,- € zzgl. MwSt. pro Monat

Marketingbaustein 22:

Regionale Internet-Struktur

Ziel:

Dieser Baustein ist primär für große und spezialisierte Praxen und Kliniken konzipiert, die auf einen weiter ausgedehnten Patientenzufluss angewiesen sind. Er dient sowohl der Steigerung des Erfolgs als auch der langfristigen Sicherstellung der führenden Position einer Praxis/Klinik in ihrer Region.

Gründe: Die zunehmende Relevanz des Online-Marketings und der damit verbundenen Wettbewerber-Aktivitäten im Bereich der Suchmaschinenoptimierung bergen auch für in der Region führende Praxen und Kliniken die Gefahr eines dauerhaften Positionsverlustes. Dies kann sich dann zeitnah durch Einbußen bei der Patientengewinnung bemerkbar machen.

Vorgehensweise:

- Analyse der regionalen Auffindbarkeit
- Analyse der Homepage
- Analyse vorhandener Support-Pages
- Erstellung eines Hedging-Konzepts
- Durchführung und permanente Erfolgskontrolle

Nutzen:

Kurzfristiger Ausbau und langfristige Sicherstellung der regionalen Patientengewinnung im Internet.

Kosten:

Abhängig vom gewünschten Einzugsbereich ab 490,- €.

Marketingbaustein 23:

Urlaubs-Telefondienst

Ziel:

Der Urlaubstelefondienst soll die permanente Ansprechbarkeit der Praxis auch in Ausfall- oder Ferienzeiten oder vor Neueröffnungen sicherstellen. Er ist besonders geeignet für Einbehandler-Praxen, die ansonsten Patientennachfragen nicht beantworten können.

Vorgehensweise:

Die Informationsstelle Gesundheit ist in vorher definierten Sprechzeiten im Namen der Praxis erreichbar und kann auf Wunsch Termine in festgelegte Zeiten einbuchen. Bei Wiederaufnahme des Praxisbetriebs ist das Bestellbuch gefüllt und auch in Abwesenheit geht kein Patient wegen Nichterreichbarkeit verloren.

Nutzen:

Zum einen schätzen Patienten Praxen, die möglichst immer ansprechbar sind, und zum anderen verliert die Praxis keine Patienten mehr in Ausfallzeiten oder Abwesenheit. Permanente Ansprechbarkeit bindet die Patienten sicher an Ihre Praxis.

Kosten:

ab 480,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 24:

Patienten-Reaktivierung (HuK – Realisierung)

Ziel:

1. Verlorengegangene Patienten reaktivieren
2. Gründe für ihr Fernbleiben ermitteln

Vorgehensweise:

Die Informationsstelle Gesundheit ruft nach einer vom Arzt vorgegebenen Liste diejenigen Patienten an, die nach einer Beratung ferngeblieben sind oder einen Heil- und Kostenplan nicht wahrgenommen haben.

Der Trick dabei ist, dass es sich im Grunde um einen Qualitätssicherungs-Recall handelt, bei dem wir dem Patienten die Möglichkeit geben, Verbesserungsvorschläge zu äußern bzw. ihn auf den HKP hinweisen.

Auf diese Weise erhält man ein detaillierteres Bild des Praxiszustandes als bei der Durchführung des Recalls vom eigenen Praxispersonal, da dieses der Situation oft befangen gegenüber steht. Das Ergebnis des Recalls bildet die Basis für gezielte Investitionen, Trainings- und Marketingmaßnahmen.

Nutzen:

- Ca. 10 % der Patienten kommen sofort wieder in die Praxis
- Die Gründe für das Fernbleiben können abgestellt werden
- Weniger Patientenverluste nach Beratung

Kosten:

ab 500,- € zzgl. MwSt.

Marketingbaustein 25:

Pressearbeit für Praxis und Klinik

Pressearbeit im Gesundheitsmarkt erfordert viel Know-how. Deshalb übernimmt diese Arbeit ausschließlich unser langjähriger geschäftsführender Gesellschafter.

Vita Dr. Peter Zeitz

1957

wird Zeitz in einen Arzt-/Juristenhaushalt geboren.

1976

beginnt nach Abschluss des Wehrdienstes das Studium der Werkstoffwissenschaften.

1986

Abschluss der Promotion (Entwicklung von Titanlegierungen) und Übernahme verschiedener Managementfunktionen im Maschinenbau.

1992

wechselt Zeitz als **Selbständiger** in den technischen Bereich des Gesundheitsmarkts und analysiert, bzw. behebt Schadensfälle an Implantaten.

1994

Gründung einer **Patientenorganisation** zur Handhabung des damals restriktiven ärztlichen Werbeverbots. Beginn der Tätigkeit im Bereich der direkten Patientenkommunikation mit Patienten-Informationsveranstaltungen.

Start bundesweiter **Patientenkampagnen** für die Medizinprodukte-Industrie, wie z.B. Osseotite® "Feste Dritte in 10 Stunden, Invisalign® "Unsichtbare Zahnkorrektur" oder McGhan "Faltenunterspritzung beim Zahnarzt" mit dem Medical Marketing Team, dann **2000** als Informationsstelle Gesundheit GmbH, **Agentur für Patientengewinnung**.

2002

bietet **Bestform** als eigener Gesundheitsanbieter Endermologie® an, um Erfahrung mit dem direkten Patientenumgang zu gewinnen.

2005

startet die Zahnhilfe-Praxis – veranlasst durch die Einführung des Festkostenzuschuss-Systems - mit mehr als 50 teilnehmenden Praxen die Aktion **"Zahn-Krone zum Nulltarif"**.



2007

nimmt das IMM **Institut für Medizinische Materialien** GmbH seine Arbeit auf. Daraus formiert sich 2009 die **Stiftung Mensch und Materie** GmbH.

2009

stärkt der **www.pluspatient.de** als starke Internet-Basis die Auffindbarkeit der Arztkunden.

2012

unterstützen die monothematischen Portale www.zahnarzt-arztsuche.de, www.zahnimplantate-arztsuche.de und www.cmd-arztsuche.de die Auffindbarkeit der Zahnartztkunden.

Liste der Veröffentlichungen, Vorträge und Referate:

1. Patientenorientiertes Marketing für zahnärztliche Implantologen
2. "Werbung für Arztpraxen". Die 7 Regeln der erfolgreichen Gesundheitskommunikation.
3. Neue Werkzeuge des patientenorientierten Marketings für die Praxis
4. Vom Interesse zur Therapie: Warum wir alles zweimal gesagt bekommen müssen.
5. Das Dialogmedium als zentrales Standbein der Gesundheitskommunikation.
6. Patientendurchleitungskonzepte für das aktive Medizinproduktemarketing
Erfolg durch die Einbindung neutraler Körperschaften
7. Die Praxis als erfolgreicher "Trittbrettfahrer" von Gesundheitskampagnen
8. Die Praxispositionierung: Spezialisierung braucht Kommunikation.
9. Marketing für Medizinprodukte: Roll Out vs. Clusterorientierung
Wie man Ärzte zu Stars macht
10. Aufbau eines gezielten externen Empfehlungs-Managements für Arztpraxen
11. Praxismarketing: Wie man Patienten zu Aposteln macht
12. Aufbau und Funktionsweise intradisziplinärer Überweisernetze
13. Aufbau und Funktionsweise interdisziplinärer Überweisernetze
14. Empathie: Der Weg zum Patienten, oder: Verkaufen in 3 Sekunden
15. Die Praxisklinik als regionale Marke
16. Angewandte Marktforschungsmethoden für Praxis und Klinik
17. Medizinprodukte im Verdrängungswettbewerb: Ansätze zu neuen Methoden des
Medizinproduktemarketings
18. Eine Stunde schlechte Laune für Marketingmuffel
19. Patienten-Tracking: Wie die Arbeiten bei von Laboren gewonnenen Patienten auch im Labor
ankommen
20. Erfolgreiche Positionierung im Markt: Kommunizieren Sie Ihre Stärken!
21. Praxismarketing zum Nulltarif mit richtiger EU-Mittelstandsförderung
22. Das Kongruenz-Konsilium: Erfolg durch Authentizität
23. Internes Empfehlungs-Management: Tipps und Tricks
24. Marketing 2010+ : Das Online-Empfehlungs-Management
25. Portalgestütztes Labormarketing: Die einfache Lösung für die Zahnartztkunden-Gewinnung, -
Bindung und -Umsatzsteigerung
26. Patientenorientierter Vertrieb (POV) - Der Turbo für Produkte und Dienstleistungen im
Dentalbereich

