

Warum kriegen Kliniken beim Ärzte-Marketing immer noch Kopfschmerzen? **Marketing im Gesundheitswesen – (k)eine Notwendigkeit?**

Im Gesundheitswesen hat sich in den letzten zehn Jahren einiges verändert. Das Patienten-Arzt-Verhältnis ist ein anderes geworden, die Patienten informieren sich selber über Krankheitsbilder und verschiedenste Behandlungsmethoden. Macht Marketing in dieser Hinsicht wirklich den Unterschied, damit sich ein Patient für seine Behandlung gerade für Ihre Klinik entscheidet?



Das Marketing im Gesundheitswesen ist komplexer geworden. Patienten informieren sich oftmals schon selber über Krankheitsbilder und Kliniken.

Patienten informieren sich!

Schauen wir uns doch die Veränderungen der letzten zehn Jahre einmal an: Die Patienten und ihre Angehörigen wollen heute informiert sein und informieren sich primär in den Online-Medien. Sie lesen Erfahrungsberichte von Patienten, Berichte über verschiedenste Behandlungsformen von Fachärzten. Beim Arztbesuch sieht der Patient den Arzt als Gesprächspartner auf Augenhöhe und erwar-

tet auf seine Fragen von ihm klare, verständliche Antworten.

Muss nun ein Patient vom Hausarzt an einen Fachspezialisten oder in eine Klinik überwiesen werden, zeigt sich folgendes Bild: Noch vor zehn Jahren hat in 80% aller Überweisungen der Hausarzt die Empfehlung ausgesprochen, zu welchem Spezialisten oder in welche Klinik der Patient gehen soll. Heute entscheidet der Patient in fast 72% mit, wohin er möchte. Da

stellt sich nun für Kliniken die folgende Frage: Warum entscheidet sich ein Patient für eine bestimmte Klinik?

Was macht den Unterschied?

Wenn man sich die Homepages von Kliniken anschaut, findet man überall sehr ähnliche Informationen: Klinik in schöner Umgebung, hervorragende Hotellerie, kompetentes Personal, erstklassiges Essen und nach ISO zertifiziert. Sind dies die für den Patienten entscheidungsrelevanten Faktoren, warum er sich für eine Klinik entscheidet? Umfragewerte aus den USA zeigen ganz klar, dass Patienten im Internet in erster Linie nach kompetenten Fachärzten suchen, von denen sie sich behandeln lassen würden. Doch diese spielen auf den Homepages der Kliniken leider nur eine sehr untergeordnete Rolle, sind oft schwer zu finden und ihr Auftritt ist dank wenig oder gar fehlender Fachinformationen und schlechten Fotos oft nur wenig attraktiv.

Wenn es nun darum geht, für Ärzte Marketing zu machen, bekommen Kliniken oft Kopfschmerzen: Denn wenn man für einen Arzt Marketing macht, muss man für alle anderen auch etwas tun. Zudem kostet das Geld, das man nicht budgetiert hat. Und zu guter letzt könnte es ja sein, dass ein Arzt all seine Patienten mitnimmt, wenn er die Klinik verlässt. Sicherlich alles Argumente, die stimmen. Was aber geschieht, wenn die Kliniken nichts tun? Ganz einfach: Die Patienten gehen dort hin, wo sie all die gewünschten Informationen finden.

Online-Marketing als Schlüssel zum Erfolg?

Wie bereits erwähnt, suchen Patienten und deren Angehörige meist im Internet nach Informationen. Wie betreiben nun aber die Kliniken das dafür notwendige Online-Marketing? In den aller

meisten Fällen fast gar nicht oder viel zu wenig. Viele Möglichkeiten bleiben ungenutzt, insbesondere die Optimierung bei Suchmaschinen und diversen medizinischen Portalen, die je nach Präsenz auch etwas kosten können.

Wenn Sie in einer Stadt ein Hotel buchen, dann gehen Sie im Internet auf ein entsprechendes Hotelportal, geben dort die Stadt sowie andere Kriterien wie Hotelkategorie und Preis ein und erhalten eine ganze Reihe an möglichen Hotels. Nutzen Sie diese Möglichkeiten auch für das Gesundheitswesen! Suchen Sie nach Möglichkeiten, Ihre Ärzte kompetent zu platzieren – ausserhalb Ihrer Homepage aber innerhalb Ihrer Marke. Nur so werden Sie die Anzahl an Besuchern auf Ihrer Internetseite drastisch steigern und neue Patienten gewinnen. Geben Sie den Patienten die Informationen auf Ihrer Homepage, die die Patienten sehen wollen und die sie suchen. Verhelfen Sie Ihren Ärzten auf Ihrer Homepage zu prominenter Platzierung auf der Startseite! Präsentieren Sie sie in kompetenter und ansprechender Weise, denn hier erfolgt der erste «Blickkontakt» zwischen Ihrem Arzt und einem potentiellen Patienten.

Kommunikation heute – mit Ihnen oder über Sie

Nutzen Sie die Social Media, denn gerade bei der jüngeren Generation sind diese absolut im Trend. So funktioniert Kommunikation heute – mit Ihnen oder über Sie. Stellen Sie Ihren bereits bestehenden Patienten eine eigene App zur Verfügung, mit der sie Ihre Ärzte mit zwei Fingertipps finden, etwas über sie lesen und direkt anrufen können. Binden Sie sie an Ihr Haus und informieren Sie sie über das, was sie sehen möchten und was sie auf Ihrer Homepage wirklich suchen. Investieren Sie in Ihre Ärzte, denn sie machen den Unterschied! Und vergessen Sie nie: Eine gute Patientenbeziehung beginnt immer mit einem Arztbesuch.

Weitere Informationen

Nathalie Beck
beckwerk – Healthcare Marketing & PR
Bachweg 7, 4633 Hauenstein

info@beckwerk.ch
www.beckwerk.ch



Fachärzte sollten hinter die Bücher, um ihren Online-Auftritt zu verbessern, denn viele Patienten suchen vorwiegend im Internet nach Ärzten, von denen sie sich behandeln lassen würden.



Es ist Zeit für weniger Aktenschränke

Vereinfachen Sie Ihre Dokumentenverwaltung

HP LaserJet Enterprise 500 MFP M525c
HP LaserJet Enterprise 500 Color MFP M575c

Jetzt ist die richtige Zeit, um Ihre alten Drucker gegen neue Multifunktionsgeräte einzutauschen. Beim Kauf eines der beiden MFPs **erhalten Sie CHF 500.– Eintauschrabatt.**

Mehr Informationen unter:
mfp-trade-in.ch



Alteco Informatik AG
www.alteco.ch



Bechtle direct AG
www.bechtle-direct.ch

b-e-e-l-k

beelk Services AG
www.beelk.ch

RUMOX AG

RUMOX AG
www.rumox.ch

SysPrint AG

Sysprint AG
www.sysprint.ch