

# Gut positioniert



## BUCHTIPP

Kompakt und informativ ist das kleine Handbuch **Marketing in der Praxis** aus der Reihe *Ratgeber für Ärzte*, die der Ratgeberverlag herausgibt.

Das Buch, das auf anschauliche Weise die diversen Aspekte des Praxis-Marketings beleuchtet, ist für 9,90 € zu beziehen über [www.ratgeberverlag.de](http://www.ratgeberverlag.de)



# PRAXIS MARKETING

Das Thema Marketing hat für niedergelassene Ärzte in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen – Tendenz zunehmend. Einige Basics sollte niemand außer Acht lassen

## Zwischen Arzt und Öffentlichkeit

Medien und Events sind wichtig fürs Image und bieten gute Möglichkeiten, neue Patienten zu werben.

**Homepage** Eine eigene Website gehört für eine moderne Praxis heute dazu. Sie sollte auf einen Klick alle wichtigen Praxisinfos wie Anfahrt, Sprechzeiten und Kontaktmöglichkeiten bieten. Zudem sollten Termine angekündigt werden, wichtige medizinische Leistungen erläutert und das Team vorgestellt werden. Wichtig: Die Website muss jederzeit aktuell sein!

**Werbung** Eine Zeitungsanzeige ist die klassischste aller Werbeformen und kann sich auch für Arztpraxen anbieten. Wer in einem regionalen Printmedium auf Besonderheiten der Praxis, auf Neuerungen im Leistungsspektrum und auf Veranstaltungen hinweist, erhöht seinen Bekanntheitsgrad signifikant. Immer wichtiger werden Arztverzeichnisse im Internet. Einträge sind meist nicht allzu kostenintensiv, haben aber eine große Reichweite.

**Veranstaltungen** Es kann ein Tag der offenen Tür sein, ein Vortrag oder ein Aktionstag zu einem publikumsrelevanten gesundheitlichen Thema: Veranstaltungen bieten die Möglichkeit, in direkten Kontakt mit potentiellen Neupatienten zu treten. Allerdings wollen Events sorgfältig organisiert sein. Hier gilt: Lieber weniger unternehmen, dies aber perfekt planen. Immerhin soll ein Event die fachlichen und organisatorischen Qualitäten Ihrer Praxis kommunizieren.

## Zwischen Arzt und Patient

Grundlegende Maßnahmen, mit denen Sie Ihre Praxis attraktiv positionieren, betreffen Praxisausstattung, Service und die Kommunikation mit Ihren Patienten.

**Corporate Identity** Geben Sie Ihrer Praxis eine einheitliche Optik: Wenn vom Praxisschild über Visitenkarten, Informatonsschriften, Briefpapier und den Internetauftritt bis hin zur Kleidung des Teams alles mit demselben Logo versehen oder in einheitlichen Farben gehalten ist, sorgt dies für hohe Wiedererkennbarkeit. Auch Einrichtungselemente wie Wände, Türen, Türrahmen oder Dekorationsgegenstände in den Praxisfarben sind wirkungsvoll.

**Komfort** Die Aufteilung der Praxisräume sollte den Patienten entgegenkommen, besonders auch Patienten, die Schwierigkeiten bei der Fortbewegung und der Orientierung haben. Bei der Möblierung sind komfortable Sitzgelegenheiten in verschiedenen Höhen zu empfehlen, in der Menschen mit unterschiedlichem Bewegungsradius auch dann noch angenehm sitzen, wenn längere Wartezeiten einmal nicht vermeidbar sind.

**Service** Ein kompliziertes Procedere bei der Terminvergabe schreckt Patienten ebenso ab wie allzu lange Wartezeiten. Wer bei diesen beiden Themen kontinuierlich nach Optimierung sucht und vielleicht auch neue Wege wie die Terminvergabe per E-Mail geht, hat bereits einen großen Bonus bei seinen Patienten.

**Kommunikationskultur** Freundlichkeit und Aufmerksamkeit auch gegenüber anstrengenden Patienten sollte eine Selbstverständlichkeit sein, ist im Alltagsstress aber manchmal eine schwierige Herausforderung. Erarbeiten Sie zusammen mit Ihrem Team einige Richtlinien zur Kommunikationskultur der Praxis. Motivieren Sie sich gegenseitig, diesen treu zu bleiben!

**Austausch mit den Patienten** Ob Sie Ihren Patienten Praxis-Newsletter, Informationen über Neuerungen und Veranstaltungen oder einen schlichten Weihnachtsgruß schicken – die Möglichkeiten, sich bei der Patientenschaft per Post in Erinnerung zu rufen, sind vielfältig. Doch ebenso wichtig ist es, die Patienten zu Wort kommen zu lassen: etwa durch einen Fragebogen oder durch einen mit Stift und Zetteln ausgestatteten Briefkasten für Patientenkommentare. Dieses direkte Feedback kann wichtige Anregungen zur Verbesserung der Praxisabläufe geben.