

10 Fragen zum Thema «Medizinische Publikumsvorträge»

Erfahren Sie vom Marketing- und PR-Profi, welches die Vorteile medizinischer Publikumsvorträge sind und wie auch Sie diese richtig für sich nutzen können.

Warum gewinnen medizinische Publikumsvorträge immer mehr an Bedeutung?

Betroffene Patienten, Angehörige und Freunde informieren sich heute nicht mehr nur bei ihrem Arzt, sondern sie lesen medizinische Zeitschriften, recherchieren im Internet oder holen sich eine Zweit- oder Drittmeinung ein. Medizinische Publikumsvorträge entwickeln sich mehr und mehr ebenfalls zu einem festen Bestandteil der Informationsmöglichkeiten.

Wo sollten solche Publikumsvorträge durchgeführt werden?

Wenn immer es möglich ist, sollte man diese Vorträge in der Klinik selbst oder in den eigenen Räumlichkeiten durchführen, denn Ziel ist es mitunter, eine gewisse Schwellenangst bei den Besuchern abzubauen. Mit dem Gang in ein Krankenhaus wird oft ein mulmiges Gefühl verbunden, der typische Krankenhaus-Geruch, bei dem manchem schon nur beim Darandenken leicht übel wird, vielleicht ein bevorstehender Eingriff, den man über sich ergehen lassen muss. Damit entsteht automatisch eine gewisse Schwellenangst. Ist eine Durchführung in der eigenen Klinik nicht möglich, dann sollten geeignete Räumlichkeiten in der näheren Umgebung für 50 bis 100 Personen gesucht werden. Unsere Agentur ver-

fügt über einen grossen Fundus an geeigneten Räumlichkeiten, die wir bei Bedarf gerne empfehlen.

Was ist der Vorteil, wenn diese Vorträge in der eigenen Klinik stattfinden?

Man hat so die Möglichkeit, Besuchern das eigene Haus in einem etwas anderen Licht zu zeigen. Viele Kliniken, insbesondere private Häuser, bemühen sich heute, den Spitalbetrieb in einer Hotelatmosphäre zu gestalten mit gemütlichen Lounge-Ecken, grossem Empfangstresen, Empfangsdamen in Uniform, erhöhtem Hotelstandard für Zusatzversicherte etc. Daher empfiehlt es sich, z.B. vor dem eigentlichen Publikumsvortrag mittels einer einfachen Präsentation oder Diashow die Räumlichkeiten und den Service bildlich zu präsentieren, evtl. mit kurzen Texten untermalt.

Ist jedes medizinische Thema geeignet für einen Vortrag?

Im Prinzip ja. Allerdings sollte man sich primär für Themen entscheiden, die von allgemeinem Interesse sind und von denen viele Menschen betroffen sind. Ausserdem sollte man für das jeweilige Thema einen guten Referenten, also einen guten Facharzt im Hause, haben. Auch sog. Tabu-Themen wie z.B.

Inkontinenz können in solchen Vorträgen gut angesprochen werden.

Wie soll ein Vortrag im Vorfeld angekündigt werden?

Unsere Agentur hat in mehrjähriger Arbeit ein Konzept entwickelt, welches sich sehr bewährt hat. Sicherlich ist ein treffender, knackiger Titel wichtig, untermalt mit einem ansprechenden, zum Thema passenden Bild als Blickfang. Diese Kombination kann in Inseraten, Flyern, kleinen Plakaten etc. an den für die Klinik bewährten Stellen platziert werden, die Flyer evtl. zusätzlich an Patienten verschickt werden. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, ganz genau herauszufinden, welche Medien für die Werbung wirksam sind und welche nicht. Dies kann regional sehr unterschiedlich sein. Auch dafür haben wir ein Messinstrument entwickelt, was einem schon in kurzer Zeit klare Resultate liefert und wodurch Werbung ganz gezielt und kostensparend platziert werden kann.

Worauf ist bei einem Publikumsvortrag generell zu achten?

Nebst ansprechenden Räumlichkeiten empfiehlt es sich, dass Vertreter der Klinik als Ansprechpartner für die Besucher vor Ort sind. Unsere langjährige Erfahrung hat gezeigt, dass sich ebenfalls eine Moderation durch einen Vertreter der Klinikdirektion oder durch uns, wenn dies von der Klinik gewünscht wird, bewährt hat und vom Publikum sehr geschätzt wird. Der Referent sollte in einfacher Sprache und mit klaren Illustrationen auch komplexe Sachverhalte gut und leicht verständlich präsentieren. Gute, saubere und einfache Illustrationen können komplexe Sachverhalte verdeutlichen, kurze Filmsequenzen können in die Vorträge eingebaut werden.

Worin liegen die eindeutigen Vorteile solcher Publikumsvorträge?

Vorteile ergeben sich sowohl auf Seiten der Besucher wie auch des Referenten bzw. der Klinik. Interessierte, Betroffene, Freunde und Verwandte können sich neutral und umfassend über ein spezifisches Thema informieren, neue Aspekte erfahren, einen neuen Facharzt kennen lernen. Nach dem Vortrag sollte sich dieser auf jeden Fall noch für kurze persönliche Gespräche und Fragen von Teilnehmern zur Verfü-





Nathalie Beck

Inhaberin und Geschäftsführerin Firma beckwerk,
Klinik-Marketing und PR

gung stellen. So können die Besucher einen ersten persönlichen Kontakt zum Spezialisten aufbauen, was unter anderen Umständen kaum möglich wäre. Dieser Kontakt kann eine gewisse Vertrauensbasis bilden, so dass der Besucher sich unter Umständen entschliesst, sich mit seinem gesundheitlichen Problem in Behandlung dieses Facharztes zu begeben. Auch Klinikpersonal sollte für allg. Fragen von Besuchern zur Verfügung stehen.

Empfiehl es sich, ein Rahmenprogramm anzubieten ?

Ein Rahmenprogramm empfiehlt sich in der Regel nur im kleinen Stil. Sicherlich kann man einen kleinen Apéro anbieten, denn in einem gemütlichen Rahmen verweilen die Besucher länger, Gespräche ergeben sich, Kontakte können geknüpft werden. Anderweitige Rahmenprogramme, die direkt mit dem Vortragsthema zusammenhängen, bedürfen einer exakten Vorbereitung und entsprechendem Personaleinsatz, z. B. Ausstellungen zu neuen Hüft-Implantaten inkl. fachkundiger Personen, ein Geschicklichkeits-Parcours in den Räumlichkeiten der Physiotherapie und vieles mehr sind da möglich.

Was tun, wenn einem das Know-how und das Personal fehlen?

Unsere Agentur bietet für solche Fälle den vollen Service – von der Auswahl des Themas und der Räumlichkeiten über die Werbung bis zur Organisation und Durchführung sowie Nachbetreuung in Form von Pressearbeit, Auswertungen etc. – natürlich alles in Absprache mit den Verantwortlichen.

Kann man solche Publikumsvorträge auch für die aktive PR-Arbeit nutzen?

Selbstverständlich, sogar auf sehr gute Art und Weise. Man kann im Vorfeld Fachjournalisten einladen oder der Presse im Nachhinein einen informativen Bericht zum Vortrag inkl. Fotomaterial zukommen lassen. Nicht selten werden diese dann auch veröffentlicht. So bleibt man auch weiterhin positiv und mit interessanten Themen im Gespräch.



Sie helfen Menschen. Wir helfen Ihnen.

Wir bieten: Aufbau von medizinischen Kompetenzzentren und Arztpraxen, Befragungen von Mitarbeitern, Patienten und Ärzten, spezifisches Zuweisermarketing, Erstellung und Publikation von Fachberichten, Organisation von med. Fortbildungen und Publikumsvorträgen, Krisenkommunikation, Erstellung von Broschüren, Auf- und Ausbau eines einheitlichen Aussenauftretes und eine umfassende Beratung. Rufen Sie uns an!

beckwerk

Klinik-Marketing und PR
T 076 338 92 28
info@beckwerk.ch
www.beckwerk.ch