

10 Situationen, die es zu nutzen gilt

Marketing und PR nehmen im Gesundheitswesen inzwischen eine bedeutende Stellung ein. Information und Kommunikation sind wichtig. Denn: Woher soll die Öffentlichkeit von Neuerungen oder Aktivitäten in Ihrem Unternehmen erfahren, wenn nicht von Ihnen? Information aus erster Hand ist immer am besten und glaubwürdigsten. Wir zeigen Ihnen 10 Situationen, die Sie nicht ungenutzt verstreichen lassen sollten sondern die es kommunikativ und informativ zu nutzen gilt.

1. Personelle Veränderungen in Ihrem Hause

Gibt es in einer Klinik oder einer anderen Gesundheitseinrichtung einen Wechsel in leitenden Positionen oder neue Ärzte, ist dies sowohl für die Patienten wie auch für die medizinische Fachwelt von Interesse. Eine Information auf einer persönlichen Ebene, die Interesse weckt, ist hier gefragt.

2. Neue Dienstleistungen präsentieren

Neue Geräte, neue Technologien stehen im medizinischen Bereich stets ganz oben auf der Interessensliste. Sowohl Fachleute wie auch Laien möchten gerne so viel wie möglich darüber erfahren, ganz besonders auch Betroffene, Selbsthilfegruppen oder Verbände. Hier empfiehlt es sich, Journalisten persönlich zu informieren, Gerätschaften zu demonstrieren und detailliert zu erklären. Somit können alle Zielgruppen gleichermaßen bedient werden, so dass mit einer breiten Streuung der Information gerechnet werden kann. Dies trägt nicht nur der Reputation einer Klinik als modern und fortschrittlich bei, sondern auch den direkt damit im Zusammenhang stehenden Ärzten und Spezialisten.

Auch über nicht ganz so spektakuläre neue Dienstleistungen, wie z. B. Veränderungen in der Hotellerie, Erweiterung der hausinternen Physiotherapie oder ein neues Informationssystem für Belegärzte können für die Öffentlichkeit interessant dargestellt werden. Sprechen und informieren Sie darüber, verbinden Sie ggf. kleine Events damit und erlangen Sie Aufmerksamkeit.

3. Neue Kompetenzen herausstreichen

Verfügt Ihre Einrichtung über neue Kompetenzen? Vielleicht wurde eine Fachrichtung an Ihrem Hause durch einen ärztlichen Neuzugang gestärkt oder mehrere Ärzte haben sich in einem sog. Kompetenzzentrum zusammengeschlossen und bieten Patienten eine Gesamtversorgung unter einem Dach. Dies sind Dinge, die sowohl für die Zuweiser wie auch für die Öffentlichkeit von grossem Interesse sind.

4. Neue Operations-Methoden

Sie haben einen Spezialisten im Haus, der eine neue Operations-Methode entwickelt und in einer Studie publiziert hat? Oder führt gar ein Arzt an Ihrem Hause eine neue OP-Methode durch, die bisher in der Schweiz nicht bekannt war? Wunderbar! Fachjournale wie auch die Tagespresse sind immer an solchen Dingen interessiert und werden diese gern veröffentlichen. Informieren Sie Ihr Netzwerk, Ihre medizinischen Partner und Zuweiser.

5. Qualität zählt!

Viele Kliniken und andere Gesundheitseinrichtungen sind heute ISO-zertifiziert, wodurch ein gewisser Qualitätsstandard dokumentiert, gelebt und gesichert werden soll. Vielen Menschen ist jedoch gar nicht bekannt, dass es dies auch im Gesundheitswesen gibt. Qualität spielt eine enorm grosse Rolle, da sie unmittelbar mit Vertrauen zusammenhängt – der Basis im Gesundheitswesen. Also: Berichten Sie über die Qualität in Ihrem Hause und informieren Sie die Öffentlichkeit, wenn Sie z. B. neu zertifiziert worden sind oder eine Re-Zertifizierung souverän gemeistert haben.

6. Partnerschaften, die interessieren

Manch kleinere Einrichtung kann den Patienten nicht jede Behandlungsmöglichkeit oder Nachbehandlung anbieten. Oft sucht man sich dann Partner, um diese Dienstleistungen abdecken zu können, sei dies in medizinischen Spezialgebieten oder in der Nachsorge im Bereich Physio- oder Ergotherapie etc. Die Kommunikation von Partnerschaften im medizinischen Bereich wirft ein positives Licht auf eine Einrichtung und verstärkt die Tatsache, dass das Wohl des Patienten stets im Mittelpunkt steht.

Natürlich gibt es auch andere Formen von Partnerschaften: Vielleicht hat ein Ärzteteam die Betreuung eines Sportvereins übernommen oder engagiert sich an einem grossen öffentlichen Anlass. Es ist immer interessant, als Leser einen kleinen Blick hinter die Kulissen werfen zu können. Bieten Sie Ihren Lesern diese Möglichkeit!



Wichtig: Sobald es um eine Partnerschaft geht, ist eine vorherige Abstimmung der Kommunikation mit den betreffenden Partnern unbedingt notwendig!

7. Vorträge und Veranstaltungen für Fachpersonal und Patienten

Vorträge und Veranstaltungen, sowohl für medizinisches Fachpersonal wie auch für die Öffentlichkeit, sind von grosser Bedeutung. Durch solche Events wird das Verhältnis zu Ihrer Einrichtung gestärkt, auf- und ausgebaut. Persönliche Kontakte können entstehen, eine Vertrauensbasis wird gebildet. Und nicht zuletzt letztere ist es, die in so manchem Fall den Ausschlag dafür gibt, wo man sich als Patient behandeln lassen will bzw. wohin man als medizinische Fachperson seine Patienten schickt.

8. Ein Jubiläum – ein nicht alltägliches Ereignis

Nutzen Sie anstehende Jubiläen Ihrer Einrichtung und planen Sie lange im voraus. Sammeln Sie kreative Ideen für eine originelle Umsetzung, die im Zusammenhang mit der Zahl Ihres Jubiläums steht. Hier ist es enorm wichtig, sowohl die Fachwelt wie auch die Öffentlichkeit über den Event zu informieren, der auf vielerlei Art und Weise durchgeführt werden kann – von konservativ bis originell. Hier



Nathalie Beck

Inhaberin und Geschäftsführerin Firma beckwerk,
Klinik-Marketing und PR

kann es sich schnell lohnen, auf einen externen Partner zurückzugreifen und die Planung sowie sämtliche Vorbereitungsarbeiten von ihm durchführen zu lassen. Achten Sie unbedingt darauf, dass alles mit Ihnen abgestimmt wird und Sie regelmässig über die neusten Aktivitäten und Entscheidungen auf dem Laufenden gehalten werden. Unser Team verfügt ganz besonders auf diesem Gebiet über enorm viel Erfahrung im nationalen und internationalen Bereich. Wir wissen, was in eine Gesundheitseinrichtung passt und von was man lieber Abstand nehmen sollte.

9. Karitatives Engagement

Karitatives Engagement ist ein gutes Mittel, um sich immer mal wieder ins Gespräch zu bringen. Nach dem Motto «Tue Gutes und sprich darüber» sollte man dies durchaus nutzen. Wenn Sie bisher nicht karitativ tätig waren, suchen Sie sich eine Einrichtung oder einen Partner, der zu Ihnen und Ihrer Tätigkeit passt und berichten Sie über diese neue Partnerschaft. Planen Sie kleine Aktionen oder Aktivitäten und bringen Sie sich damit erneut ins Gespräch. Nach Möglichkeit sollte die Öffentlichkeit dabei in irgendeiner Weise mit einbezogen werden, dies vergrössert den Effekt nach aussen enorm.

10. Information in der Krise

Krisen treffen uns meist unvorbereitet. Dies heisst aber nicht, dass man sich als medizinische Einrichtung nicht bereits im Vorfeld über Krisensituationen Gedanken machen und eine entsprechende Planung an Massnahmen vornehmen könnte. Tritt eine Krise ein, ist eine entsprechende zeitnahe, kompetente und offene Kommunikation ungleich einfacher durchzuführen. Nicht, dass Krisenkommunikation ein Kinderspiel wäre, dies sicherlich nicht. Aber wenn man einer schwierigen Situation nicht mit leeren Händen gegenübersteht und auf einen guten Fundus, eine gute Struktur und ggf. auf einen kompetenten externen Partner zurückgreifen kann, agiert man in der Regel weniger hektisch, überlegter und nach vorher durchdachten Schemen. Dadurch wirken Auftritt und Information professioneller, was der Presse und der Öffentlichkeit sicherlich nicht entgeht.

Also: Nutzen Sie diese Gelegenheiten und viele weitere, um in der Öffentlichkeit wahrgenommen zu werden – im positivsten Sinne. Viel Erfolg!

Herzlich

Ihre Nathalie Beck



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 Aussenauftrittes und eine umfassende Beratung. Rufen Sie uns an!

beckwerk

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