

Marketingkonzeption



Die richtige Strategie, die richtigen Prioritäten ...



Dem „Erfolgsoptimierenden Marketing“ gehört im Klinikmarkt die Zukunft. Das Flickwerk der Einzelmaßnahmen wird von systematischem Vorgehen abgelöst:

- Von Analyse und Zieldefinition zur Strategie
- Zielbezogene Maßnahmenpläne, Prioritäten und Etatvorschläge
- Erarbeitung in enger Kooperation von Klinik und Berater

Am Ende steht ein umsetzungsreifer Masterplan für Ihr Marketing.



Marketingkonzeption

Die richtige Strategie, die richtigen Prioritäten ...

Dem „Erfolgsoptimierenden Marketing“ gehört im Klinikmarkt die Zukunft. Das Flickwerk der Einzelmaßnahmen wird von systematischem Vorgehen abgelöst: Am Anfang steht die Situations- und Wettbewerbsanalyse. Sie ermöglicht die Entscheidung für klar priorisierte Ziele, an denen sich die Marketingstrategie mit konkreter Maßnahmenplanung orientiert. Eine Kontrollphase flankiert die Umsetzung.

Das Telefon steht nicht still, mehrere Meetings – und eine Deadline steht unmittelbar bevor: Alltag in einer Krankenhaus-Marketingabteilung. Zeit und Ressourcen sind knapp. Das operative Tagesgeschäft lässt Ihnen keine Zeit für eine profunde Planung und Abstimmung Ihrer Marketingaktivitäten? Für Konzeptionsarbeit fühlen Sie sich nicht sicher genug? Sie wollen sich von den vielen unverbundenen Einzelmaßnahmen nach Gießkannenprinzip verabschieden?

Dann unterstützen wir Sie gern. Mit jahrelanger Erfahrung im Klinikmarketing. Mit Tipps und Know-how aus dem Bereich Best Practice. Und mit viel Konzeptionserfahrung.

Individuell zugeschnittene Marketingkonzeption

Gern erarbeiten wir eine praxisnahe, umsetzungsreife Marketingkonzeption in enger Abstimmung mit Ihnen und individuell auf Ihr Haus zugeschnitten. Klare Umsetzungchecklisten, die Sie in Prioritätenfolge realisieren können, liefern wir gleich mit. Inklusiv Budget- und Zeitplan.

Von Analyse und Zieldefinition zur Strategie

Die wichtigste Grundlage für die Arbeit unserer Agentur ist, was unser Kunde wünscht und in seiner speziellen Situation benötigt. Wir orientieren uns am klassischen Marketing-

Planungszyklus, aber nicht stur nach Schema F. Systematisch stellen wir Ziele und Situation unseres Kunden in den Mittelpunkt.

Marketingziele

Wir analysieren Potential, Markt- und Wettbewerbssituation Ihres Hauses mit Hilfe der bewährten SWOT-Technik. Sie ermöglicht, die Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken Ihrer Klinik zu ermitteln, zu beschreiben und auszuwerten.

Aus den Ergebnissen destillieren wir das Markenprofil Ihrer Klinik und formulieren Ihre wichtigsten Alleinstellungsmerkmale (USPs). Auf dieser Grundlage entwickeln wir sinnvolle, praktisch umsetzbare, kurz-, mittel- und langfristig anzustrebende Marketingziele für unterschiedliche Bereiche.



Erarbeitung in enger Kooperation von Klinik und Berater

Feinmaschige Abstimmungen sind der beste Weg zu maßgeschneiderten, passgenauen Lösungen. Deshalb führen wir die Bestandsaufnahmen zur Ist-Situation Ihrer Klinik und die Basisanalyse im Dialog mit Ihrer Marketingabteilung und ggfs. Geschäftsführung durch, alle weiteren Prozesse in enger Abstimmung. Routinemäßige Kontroll-Briefings stellen sicher, dass Ihre Ziele und Rahmenbedingungen richtig bei uns ankommen.

Gesamteindruck unseres Kunden:
„Sehr professionell, zielgerichtet, treffsicher, diplomatisch“

Aufgabe: Formulierung des Marketingprofils für einen privaten Klinikverbund.

Systematisches Vorgehen: Vorbereitung unter Einbeziehung von Geschäftsführung, ärztlichem Direktor und der Pflegedirektion. Alleinstellungsmerkmale dienen als Grundlage der Konzeptionierung des gesamten PR- und Marketing-Bereiches. Alle Einzelmaßnahmen sollen auf die systematische Kommunikation der USP ausgerichtet werden. Daneben wurde die Etablierung einer Dachmarke vorgeschlagen.

Die Geschäftsführung bewertete die methodische Vorbereitung, den Ablauf, die Ausformulierung des Markenprofils und den Nutzen für die Klinik mit der Note 1,3 (sehr gut).

Mögliche Bestandteile eines individuellen Angebotspaketes können sein:

- Analysen und Zieldefinition
- Entwicklung einer konsistenten Markenstrategie
- Definition von Kernbotschaften
- Marketingkonzept differenziert nach relevanten Zielgruppen wie Zuweiser, Patienten, Angehörige, Presse und interne Kommunikation
- Identifikation konkreter, Kosten-Nutzen-optimierter Maßnahmen zur weiteren Verbesserung Ihres Marktauftrittes
- Verknüpfung mit einem Zeit- und Kostenplan
- Entwicklung eines Marketing-Controlling

Das Wichtigste in Kürze

Marketingenerfolg ist planbar. Von zentraler Bedeutung ist, dass die Marketingplanung auf die Ziele und Ressourcen Ihrer Klinik zugeschnitten ist.

Optimales Kosten-Nutzen-Verhältnis

Ein optimales Kosten-Nutzen-Verhältnis erzielen Sie, indem Sie sich für die richtige Kombination von aufeinander abgestimmten Maßnahmen entscheiden.

Unsere Empfehlung: Konzentrieren Sie sich auf die Umsetzung weniger, aber zentraler Marketinginstrumente.

Gern machen wir Ihnen ein Angebot nach Ihren Wünschen, Vorstellungen und Möglichkeiten. Unser Baukastensystem ermöglicht eine Unterstützung, die genau zu Ihren Bedürfnissen passt.



Antwort

Bitte informieren Sie mich über:

- Marketingkonzeption**
- Beratung bei der Marketing-Jahresplanung und Budgetierung**
- Analysetools für das Marketing**

Bitte per Telefax zurücksenden an
(02 21) 43 09 19-10

rotthaus medical gmbh
Franzstraße 75
D-50935 Köln

Vor- und Nachname _____

Krankenhaus _____

Funktion _____

Straße _____

PLZ und Ort _____

Telefon _____

Telefax _____

E-Mail _____