

Intensivseminar

Strategisches Marketing für Krankenhäuser und Spitäler



Bildquelle: Fotolia



**Intensivseminar für die
kaufmännische und ärztliche Leitungsebene**

**6. und 7. Juli 2017
St. Gallen**

r rotthaus.com
Strategien für den Gesundheitsmarkt

Strategisches Marketing für Krankenhäuser und Spitäler

Marktorientierte Unternehmensführung wird bei Organisationen aus dem Health Care-Bereich zunehmend zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor. Da der Markt für Spitäler und Krankenhäuser im deutschsprachigen Raum allerdings staatlich stark reglementiert ist, sind der Differenzierung von der Konkurrenz über die Kernleistung, d.h. die medizinische Qualität, sehr enge Grenzen gesetzt.

Umso mehr ist es für Kliniken erforderlich:

1. in den Köpfen der verschiedenen Kundengruppen (=Zuweiser, Patienten, Verbände, Behörden) eine Alleinstellung zu erzielen, die
2. auf relevanten Bedürfnissen beruht,
3. maßgeschneidert und effizient ist,
4. sich von der Konkurrenz deutlich abhebt,
5. verständlich und einfach zu kommunizieren ist sowie
6. nachhaltig umgesetzt werden kann und somit „erlebbar“ ist.

Das Seminar der Universität St. Gallen mit rotthaus.com liefert hierfür mit vier Top-Referenten das notwendige theoretische und praktische Rüstzeug.



Prof. Dr. Sven Reinecke ist Direktor des Instituts für Marketing an der Universität St. Gallen und Mitglied des Centers of Health Care an der dortigen Universität. Seine Forschungs- und Anwendungsschwerpunkte sind strategisches Marketing, Marketingcontrolling sowie Marketing für Spitäler und Pharmaunternehmen. Im Bereich Health Care Marketing hat er sich insbesondere mit Fragen des Zuweisermarketing auseinandergesetzt.



Stephan Rotthaus ist internationaler Experte für Klinikmarketing. Als geschäftsführender Gesellschafter von rotthaus medical GmbH ist er Initiator des Internationalen Kongress Klinikmarketing. Er trägt seit 10 Jahren mit dem KlinikAward entscheidend dazu bei, den Erfahrungstransfer im Klinikmarketing in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu organisieren.



Dr. Detlef Loppow ist Geschäftsführer der Martini-Klinik und Kaufmännischer Leiter des Instituts für Pathologie des Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf. Die Martini-Klinik zeichnet sich durch eine herausragende Patienten- und Qualitätsorientierung aus; sie ist Preisträger des KlinikAward „Bestes Klinikmarketing“.



Helmut Nawratil ist Diplom-Betriebswirt und arbeitet seit über 20 Jahren im Gesundheitsbereich. Als Geschäftsführer und Interim-Manager war er hauptsächlich im Bereich der Rehabilitation und in Krankenhäusern der Akutversorgung tätig. Seit dem Jahr 2012 ist er Vorstand der Bezirkskliniken Mittelfranken.



Dr. Ole Wiesinger ist seit über 20 Jahren geschäftsführend im Privatklinikbereich tätig – zunächst bei der EUROMED AG, wo er seine Karriere als Oberarzt begann. Seit 2008 ist er Chief Executive Officer der Schweizer Privatklinikgruppe Hirslanden.

Programm

Donnerstag, 6. Juli 2017

Grundprinzipien des strategischen Marketing für Spitäler und Krankenhäuser

9:00 Uhr	Begrüßung
Block 1	Relevante Bedürfnisse erkennen
Block 2	Kundengruppen segmentieren (Fokus auf Patienten, Zuweiser, Mitarbeitende) – Kaffeepause –
Block 3	Maßgeschneiderte Leistungssysteme erstellen 12:30 Uhr – Mittagspause –
Block 4	Einzigartige Differenzierung von der Konkurrenz
Block 5	Grundprinzipien wirksamer Kommunikation – Kaffeepause –
Block 6	Nachhaltige Zufriedenheit der Anspruchsgruppen sicherstellen 17:30 Uhr
Methodik:	Impulsreferat von Prof. Dr. Sven Reinecke mit zahlreichen Kurzworkshops
Abends:	Kamingespräch mit Dr. Ole Wiesinger, CEO der Privatklinikgruppe Hirslanden

Freitag, 7. Juli 2017

Umsetzung des strategischen Marketing

9:00 Uhr	Begrüßung
Block 1	Weltweit Nummer Eins – durch Hyperspezialisierung, einzigartige Patientenorientierung und Messung der Behandlungserfolge Referent: Dr. Detlef Loppow – Mittagspause –
Block 2	Strategische Unternehmensführung: der Beitrag des Marketing zum Turnaround Referent: Helmut Nawratil – Kaffeepause –
Block 3	Zielgerichtetes Zuweisermarketing zur Erläuterung – Erfolgsbeispiele aus der Beratungspraxis Referent: Stephan Rotthaus
16:00 Uhr	Verabschiedung und Seminarende
Methodik:	Kurzpräsentationen, strukturierte Interviews und Anwendung auf die Situation der eigenen Klinik

Das Seminar

Die Referenten dieses Seminars vermitteln auf der Basis wissenschaftlicher Studien und zahlreicher Praxisprojekte im Gesundheitswesen die Grundprinzipien einer marktorientierten Führung von Spitälern und Krankenhäusern.

Damit sollen Mitglieder der Geschäftsleitung von Krankenhäusern angesprochen werden, die Mehrwert für Kunden und ihre Organisationen erwirtschaften wollen. Insbesondere möchten wir auch Chefarzte und Klinikleiter zu einer Teilnahme motivieren – denn ohne das medizinische Spitzenpersonal ist es nicht möglich, eine Marktorientierung glaubhaft und nachhaltig umzusetzen.

Anmeldung

www.unipark.de/uc/klinikmarketing2017



Der Veranstalter

Veranstalter ist die Universität St. Gallen, Insitut für Marketing. Es gelten die AGB der Universität St. Gallen vom 4. März 2016.

Die Teilnahmegebühr

Teilnahmegebühr inkl. Tagungsverpflegung für beide Tage (mehrwertsteuerfrei): 2.750.- CHF

Ermäßigte Teilnahmegebühr bei Buchung bis zum 28.02.2017 inkl. Tagungsverpflegung für beide Tage (mehrwertsteuerfrei): 2.450.- CHF

In der Teilnahmegebühr sind ein Teilnahmezertifikat der Universität St. Gallen, die Tagungsunterlagen sowie die Tagungsverpflegung enthalten.

Ungefäher Übernachtungspreis im Einzelzimmer pro Nacht inkl. Frühstück: 190,- CHF

Die Stornierungsbedingungen

Falls Sie an der Teilnahme verhindert sein sollten, haben Sie jederzeit die Möglichkeit, eine Ersatzperson zur Veranstaltung zu schicken. Andernfalls fallen bei Annullierung des Seminars folgende Kosten an: bis 4 Wochen vor Seminarbeginn: 50% der Teilnahmegebühr; bis 1 Woche vor Seminarbeginn: 75% der Teilnahmegebühr; weniger als 1 Woche vor Seminarbeginn und bei Nichtantritt: 100% der Teilnahmegebühr