

Betriebswirtschaftliches Basiswissen

- Die Betriebswirtschaftslehre
- Wichtige Begriffe
- Marketing, aber wie?
- Die Instrumente im Marketing
- Märkte
- Nachtrag

Werben = informieren?

- Werbung
- Abgrenzung von Werbung
- Informationen sind wichtig
- Einstellung zu Werbung
- Der Wunsch nach Information
- Information ja, aber welche?
- Werbung in der Medizin: Pro und Kontra
- Bestandsanalyse Werbemaßnahmen
- Informationsgehalt
- Information ohne Informationswert
- Sinn von Marketing und Werbung
- Arten von Werbung
- Werbeadressaten
- Selbstzahlerleistungen
- Kostenbewußtsein schaffen
- Zuzahlung aktivieren
- Mit Information werben
- Neue Imagegestaltung
- Nachtrag

Werbe Gesetze und -verbote

- Überblick über die deutschen Gesetze
- Musterberufsordnung für Ärzte
- Heilmittelwerbegesetz
- Ges. gg. den unlauteren Wettbewerb
- Ges. gg. Wettbewerbsbeschränkungen
- Kassenverträge
- Aktuelle Rechtssituation
- Teledienstegesetz
- Datenschutz
- Ärztegesetz in Österreich

Werberichtlinien

- Standesordnung FMH (Schweiz)
- Verhalten in der Öffentlichkeit
- Richtlinien Information und Werbung
- Richtlinien für die Medientätigkeit
- Abschlußbemerkung

Der Gesundheitsmarkt

- Anbieter und Nachfrager
- Marktverhalten
- Marktsegmentierung
- Konkurrenzanalysen
- Positionierung
- Differenzierung
- Patientenbindung
- Nachwort

Marktforschung in der Medizin

- Marktforschung: was ist das?
- Die Phasen der Marktforschung
- Strategien bei Befragungen
- Befragungen per Computer
- Fragen formulieren
- Klassen und Zahlenbereiche
- Skalentypen
- Patientenbefragungen
- Zuweiseranalysen
- Niedergelassenenbefragungen
- Mitarbeiterbefragung
- Marktforschung als Erfolgsmesser
- Interpretation der Marktforschung
- Nachwort

Gestaltung von Werbemedien

- Computer und Hardware
- Software
- Techniken für Internetseiten
- Do-it-Yourself
- Anzeigenwerbung
- Formate wählen

Anders sein
Farbenwahl
Bilder und Photos
Typographie
Typographische Regeln
Verständlich schreiben
Unique Selling Points
Überschriften finden
Eye Tracking
Nachwort

Psychologie des Patientenverhaltens

Akzeptanz von Werbung
Werbung wahrnehmen
Werbung verarbeiten
Wirkung von Werbung
Wünsche wecken
Arzt- und Krankenhauswahl
Informationen bewerten
Einfluß von Marken
Slogans
Mit der Zielgruppe identifizieren
Rationell entscheiden
Produkte rar machen
Der weiße Kittel
Erotik in der Werbung
Werbung mit der Angst
Vor- und Nachteile darstellen
Entscheidungsfreiheit
Überzeugung aufzeigen
Preisangaben
Abschlußbemerkung

Werberichtlinien für Mediziner

Richtlinien und Vorschriften
Persönlicher Patientenkontakt
Mitarbeitermotivation
Zuweiser aktivieren
Logos
Namen

Marken
Einheitliche Identität (CI)
Geschäftsausstattung
Hinweisschilder
Interne Beschilderung
Praxis- und Klinikzeitungen
Patientenanschriften
Internetseiten
Werbebanner im Internet
Direktmarketing
Öffentlichkeitsarbeit (PR)
Werbung in TV, Rundfunk und Kino
Auto- und Bandenwerbung
Eintrag in Verzeichnisse
Postwurfsendungen
Incentives (Werbegaben)
Gestaltung der Räumlichkeiten
Call-Center
Die Arbeit mit der Agentur
Nachwort

Weiterführende Literatur
Sachverzeichnis

<http://www.springer.com/978-3-211-83875-4>

Marketing und Werbung in der Medizin
Erfolgreiche Strategien für Praxis, Klinik und
Krankenhaus

Elste, F.

2004, VIII, 374 S. 1811 Abb., 1794 Abb. in Farbe.,
Softcover

ISBN: 978-3-211-83875-4