

Fragebogen an marketingkritische Geister

Welches ist der Sinn dieses Fragebogens?

Die nachfolgenden Fragen sollen dazu dienen sich mit der Situation in der eigenen Praxis auseinander zu setzen, bewusst einzelne Aspekte zu hinterfragen und sich so – gewollt oder ungewollt – dem Thema Marketing etwas zu nähern. Fragebogen ausdrucken und in einer ruhigen Minute zu Gemüte führen. Vorschlag: Nehmen Sie ein Blatt und schreiben Sie zu jeder Frage Ihre entsprechenden Gedanken nieder. So kommen Ihre kleinen, grauen Zellen noch besser in Schwung!

Teamwork

Idealerweise kopieren Sie diesen Fragebogen und händigen ihn den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Ihrer Praxis aus. Geben Sie Ihrem Team etwas Zeit um sich ebenfalls Gedanken zu den vorliegenden Fragestellungen zu machen, und danach setzen Sie sich alle zusammen an einen Tisch und vergleichen Sie die Antworten. Wichtig bei dieser Teamsitzung ist, dass jede Meinung gleich wertgeschätzt wird. Nur so, mit einer offenen und ehrlichen Diskussion, werden Sie zu Erkenntnissen gelangen, die Sie weiterbringen können.

* * * * *

Frage 1: Haben Sie ein Praxisschild unten vor dem Hauseingang sowie neben der Türe zu Ihrer Praxis? Vermutlich ja. Daher: Besteht Ihr Praxisschild nur aus Schrift/Text. Wenn ja, ist es eine moderne oder einer eher klassische Schrift? Entspricht diese Schriftart – inklusive Farbe – Ihrem Charakter? So, wie Sie wahrgenommen und geschätzt werden wollen?

* * * * *

Frage 2: Sowieso und prinzipiell... Verwenden Sie für die Praxisbezeichnung lediglich Ihren Namen (Praxis Dr. Müller) oder verwenden Sie eine zusätzliche Bezeichnung wie z.B. „Praxis am Stadttor - Dr. Müller“? Wenn ja, dann wäre dies ja bereits ein erster Ansatz von Marketing.

* * * * *

Frage 3: Verfügen Sie vielleicht doch über ein Zeichen, Symbol oder Logo, das Sie ergänzend zu Ihrem (Praxis-) Namen verwenden? Und zwar sowohl am Haus- resp. Türschild wie etwa auch auf Ihrem Briefpapier oder den Terminkärtchen?

* * * * *

Frage 4: Wissen Sie wirklich und ganz genau wie Neupatienten den Weg zu Ihnen finden? Fragen Sie diese beim ersten Termin? Wenn nein, warum nicht? Wäre doch sicherlich interessant...

* * * * *

Frage 5: Welche Massnahmen unternehmen Sie, damit Ihre Arztpraxis gefunden wird? Sind Sie in den Gelben Seiten aufgeführt? In Österreich: Herold.at? Wenn ja, nur mit dem Minimaleintrag oder doch mit Logo, Foto und weiteren Informationen?

* * * * *

Frage 6: A propos Suche im Internet. Sind Sie vielleicht auf Suchportalen wie etwa doctorfmh.ch, jameda.de oder dochfinder.at? Wenn nein, warum eigentlich nicht, wenn dies doch Ihre Kolleginnen und Kollegen auch tun? Wenn ja: Wann haben Sie sich zum letzten Mal selber gesucht und die Angaben überprüft? Kann man da vielleicht sogar etwas ergänzen respektive besser machen?

* * * * *

Frage 7: Haben Sie eine eigene Website? Wenn nein, so sollten Sie sich überlegen, dass eine Homepage heute zwingend ist, und sei es nur als Unterstützung der Mund-zu-Mund Propaganda. Wenn Ihnen jemand ein neues Restaurant oder ein tolles Urlaubshotel empfiehlt, so besuchen Sie doch mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit die entsprechende Website. Genau gleich funktioniert es auch in der Medizin, wobei auch die ältere Generation das Internet verwendet und ein Smart Phone besitzt

Wenn Sie eine Homepage haben: Widerspiegelt diese den Charakter Ihrer Praxis? Was vermittelt Sie mit Ihrer Homepage was andere Kolleginnen und Kollegen nicht auch anbieten und versprechen?

* * * * *

Frage 8 – plus : Geben Sie Kindern ein kleines Geschenk mit? Haben Sie in Ihrem Wartezimmer aktuelle Presse aufliegen? Oder vielleicht einen Wasserspender? Gratulieren Sie Ihre besten Patienten vielleicht mit einer Geburtstags- oder Weihnachtskarte? Haben Sie vielleicht einen Patientenparkplatz vor Ihrer Praxis? Machen Sie sich vielleicht sogar private Notizen zum Patient als Person, damit Sie sich beim nächsten Termin daran erinnern?

* * * * *

Dies sind nur ein paar wenige, ganz grundsätzliche Fragen, wobei offensichtlich wird, dass jede noch so kleine (und selbstverständliche) Massnahme bereits erste Schritte in Sachen „medical marketing“ darstellen. Seriös interpretiertes Marketing war schon immer Teil des Arztberufes, wenn auch oft unbewusst.