

28. März 2012 von 15.00 bis 19.00 Uhr (inkl. Pause)

Teil 1: Wie Ihre Praxis zur regionalen Marke wird

Der Gesundheitsmarkt hat sich gewandelt. Die abrechenbaren Leistungen sind limitiert, die Patienten werden anspruchsvoller und der Bedarf an kompetenter Information und Beratung wächst. Gleichzeitig steigt der Wettbewerbsdruck. Mehr Wettbewerb wiederum bedeutet die Chance zur Positionierung! Und ohne Positionierung gibt es keinen langfristigen Erfolg. So ist es für eine Zahnarztpraxis heute essentiell, sich als regionale Marke zu etablieren und zu profilieren. Diese Profilierung erfolgt durch Kommunikation, durch informatives Praxismarketing, das den Patienten über die Leistung einer Praxis informiert, bei ihm Vertrauen aufbaut und dadurch eine langfristige Bindung an die jeweilige Arztpraxis erzeugt.

- Warum wird das Thema Marketing grundlegender Bestandteil einer Zahnarztpraxis?
- Was ist eine Marke und wie wird eine regionale (Zahnarzt-)Marke aufgebaut?
- Welche Patientengruppen sind in einer Zahnarztpraxis zu unterscheiden und wie werden diese kommunikativ angesprochen?
- Welchen Stellenwert sollte das Internet in der Kommunikationsstrategie einer Zahnarztpraxis einnehmen?
- Wie schafft es eine Zahnarztpraxis, einen permanenten und stabilen Kommunikationskanal zu seinen Patienten zu öffnen?
- Das 10-Punkte-Programm für einen Marketingplan

Teil 2: Internet, Web 2.0 und Facebook: Warum die Kommunikation zukünftig digital wird!

Das Internet ist in vielen privaten Konsumbereichen kaum noch wegzudenken: Kein Produkt und kein Hotel, das vorher nicht im Internet angeschaut wird. Hat dies Konsequenzen für die Praxiskommunikation? Wird auch dort das Internet mit allen Facetten bis hin zum Thema Social Media zum Dreh- und Angelpunkt? Zukünftig wird die Frage der Positionierung der Praxis auch im Netz immer wichtiger.

- Warum wird das Thema Internet zur Basis der Praxiskommunikation?
- Neupatienten gewinnen und Bestandspatienten binden – Was sind Kommunikationsstrategien für eine erfolgreiche Zahnarztpraxis im Netz?
- Das Internet als Drehscheibe der Patientenkommunikation?
- Web 2.0 und soziale Netzwerke – Was sind Auswirkungen auf die Patientenkommunikation?
- Notwendigkeiten und Herausforderungen: 10 Handlungsempfehlungen für den Arbeitsalltag

Ihr Referent:

Dr. Bernd Hartmann



- Geschäftsführender Gesellschafter ieQ-health GmbH & Co. KG, Münster
- Business Development Key Account und Strategische Unternehmensentwicklung, Medtronic GmbH, Düsseldorf
- Investmentmanager Life Science/Pharma/Medizintechnik, WGZ Venture Capital Gesellschaft mbH
- Projektleiter Krankenhausberatung, Centrum für Krankenhausmanagement
- Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Westfälischen Wilhelms-Universität zu Münster

Veranstalter:

M. Goblirsch
Unternehmensgruppe

M. Goblirsch Unternehmensgruppe
Hoyastr. 24
48147 Münster