

Praxismarketing auf dem Prüfstand

Neuer Praxis-Check „Praxismarketing und Praxiskommunikation“ der eazf

Wie ist die Praxis im Bereich Marketing aufgestellt? Diese Frage können bayerische Zahnärzte jetzt von einem professionellen Marketingberater beantworten lassen. Seit Anfang des Jahres bietet die Europäische Akademie für zahnärztliche Fort- und Weiterbildung der BLZK GmbH (eazf) den Praxis-Check „Praxismarketing und Praxiskommunikation“ in Kooperation mit der auf Zahnärzte und Kieferorthopäden spezialisierten Marketingagentur praxiskom an.

Das Image der Praxis pflegen, neue Patientengruppen ansprechen, die positive Mundpropaganda der Praxis fördern – dafür ist ein zielgerichtetes und langfristiges Marketingkonzept nötig. Die Aufgabe des Praxismarketings besteht darin, einen klar erkennbaren Praxismehrwert herauszuarbeiten und anzubieten. Das bedeutet, dem Patienten ein positives Bild über die Praxis und ihre Leistungen zu vermitteln. Denn das Image einer Praxis und ihre Außendarstellung spielen eine entscheidende Rolle in der Patientenwahrnehmung.

Beratungsgespräch in der Praxis

Voraussetzung ist ein durchdachtes und konsequent eingesetztes Erscheinungsbild: das Corporate Design. Die Kunst dabei ist, die richtige Medienkombination zusammenzustellen: In welcher Zeitung soll ich inserieren? Für welche Suchbegriffe soll ich meine Homepage optimieren? Welche Leistungen soll ich in meinem Praxisflyer präsentie-



Foto: praxiskom

Zu einem einheitlichen Erscheinungsbild der Praxis gehören auch wiederkehrende Farben und Formen.



Foto: privat

Emmanuel Croué

ren? Diese und andere strategische Fragen werden im Rahmen des Praxis-Checks diskutiert.

Das Gespräch findet in der Praxis statt, damit sich der Berater einen Gesamteindruck der Praxis verschaffen kann – von der Beschilderung bis zur Ausstattung des Wartezimmers. Der Berater erstellt für die Praxis eine umfassende Analyse der Ist-Situation. Analysiert werden unter anderem der Neupatientenzuwachs, die Patientenbindung, das einheitliche Auftreten in geeigneten Medien sowie die Effizienz der bereits eingesetzten Marketingmaßnahmen. Zusätzlich erhält die Praxis erste Empfehlungen für ein der Praxis angepasstes Marketing.

Zusätzlich erhält die Praxis erste Empfehlungen für ein der Praxis angepasstes Marketing.

Emmanuel Croué
Geschäftsführer praxiskom

Weitere Praxis-Checks der eazf

Mit der Beratungsleistung „Praxismarketing und Praxiskommunikation“ erweitert die eazf ihre 2010 gestartete Serie von Praxis-Checks um ein Thema. „Die positive Resonanz auf die Praxis-Checks im Bereich Qualitätsmanagement hat uns dazu motiviert, unsere Checks in anderen Bereichen anzubieten“, erklärt Stephan Grüner, Geschäftsführer der eazf. „Unsere Vision ist, die Praxen so zu unterstützen, dass sie unternehmerisch und wirtschaftlich gut funktionieren und für die Zukunft gerüstet sind. Wir kooperieren seit Jahren in verschiedenen Veranstaltungen mit der Firma praxiskom und freuen uns, in ihr einen kompetenten Partner für den Praxis-Check Praxismarketing zu haben.“ Außer den Praxis-Checks „Praxismarketing und Praxiskommunikation“ sowie „QM/Arbeitssicherheit/Hygiene“ bietet die eazf auch Beratungen in folgenden Bereichen an: SWOT-Analyse (Optimierung des Praxiserfolgs und Analyse der Patientenzufriedenheit), Praxiscoaching (Führung, Mitarbeitermotivation) sowie Teambildung.

Weitere Informationen zu den Praxis-Checks der eazf unter www.eazf.de oder unter Telefon 089 72480-182