



INSIGHTS

„Daniel denkt“: Machen Sie die fünfte Macht zu Ihrem Freund. Das Praxispersonal im Marketingmix.

sc am 9. Juni 2016 | Keine Kommentare

„Daniel denkt“ – und regt an: Das Praxispersonal ist die wichtige fünfte Macht im Marketingmix von Healthcare Marketeers. Machen Sie es zu Ihrem Markenbotschafter und Umsatz-Ankurbler!

Die vier P's gehören zum Einmaleins des Marketings. Helle Köpfe werden jedoch einwenden, heutzutage seien es fünf – mindestens. Denn gerade im Dienstleistungssektor – und zu diesem gehört auch die Medizin – ist das fünfte P besonders wichtig. Welches fünfte P? Genau, das Personal. Wer empfängt mich bei meinem Hausarzt und fragt nach meiner Katze? Wer nimmt mir beim Zahnarzt die Angst vor dem Bohrer? Und wer pflegt mich nach einer Blinddarmoperation wieder gesund? Das Personal steht im Dialog mit den Patienten.

Weiten Sie die Zielgruppen Ihrer Kursangebote aus

In der Medizin – egal ob im Universitätsklinikum Heidelberg oder in der Zahnarztpraxis von Dr. Stolte auf Sylt – sind die Hierarchien in der Regel klar definiert, entsprechend einfach ist es für die Industrie seine Ansprechpartner zu eruieren. Nehmen wir die Zahnmedizin als Beispiel: Hersteller von Implantaten etwa wenden sich an den Zahnarzt-Chef, Zahnbürstenfabrikanten an die Praxisassistentin oder an die Dentalhygienikerin. Dies ist zwar durchaus richtig, gilt es doch die jeweiligen Kompetenzträger so direkt anzusprechen, und zwar dort, wo auch die Affinität am höchsten ist. Nur...

Schaue ich mir etwa die Kursangebote der Implantatmarken an, so wenden sich diese an die Implantologen und Kieferchirurgen. Ist logisch, sind es doch ausschließlich diese Fachmediziner, welche Straumann, Camlog oder Nobel Biocare in den Kieferknochen einsetzen. Doch: Wer begleitet den Patienten durch den Entscheidungsprozess für und wider einer solchen Privatleistung? Wer beruhigt diesen, wenn er nach dem Eingriff in der Praxis anruft, weil er Ibuprofen bräuchte? Und, last but not least, wer assistiert den Zahnarzt bei seinen Implantatseingriffen? Genau! Das Personal!



Die 4Ps des Marketingmix greifen gerade in der Medizin zu kurz, denn es fehlt das Wichtigste: Das Personal.

Die gesamte Praxis kann sich mit Ihrer Marke identifizieren

Und genau aus diesem Grund fände ich es durchaus wünschenswert, wenn die Hersteller von Dentalimplantaten bei ihren Marktbearbeitungsmaßnahmen etwas mehr an das Personal denken würden. Und zwar nicht nur mit der Abgabe von Broschüren, Modellen und einem Kugelschreiber als Geschenk, sondern auch durch entsprechende Weiterbildungskurse. Solche proaktiven Informationsveranstaltungen schmeicheln Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und fördern auch die Markenidentifizierung durch das Personal.

Die Empfehlung des Praxispersonals gibt dem Patienten zusätzliche Sicherheit



In seiner Gastkolumne „Daniel denkt“ regt Daniel Izquierdo Hänni zu neuen Wegen im Praxismarketing, Izquierdo Hänni ist Marketing- und Kommunikationsprofi, Referent und Autor im Bereich der Zahnmedizin sowie Gründer von www.swissdentalmarketing.com.

All diese Überlegungen gelten selbstverständlich nicht nur für den Dentalsektor, sondern auch für alle Bereiche der Medizin. Ok, der Chef bestimmt, welche Produkte bestellt, verwendet und verschrieben werden, es sind jedoch auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die damit arbeiten.

Und es ist auch das Personal, das als externer Beeinflusser auf die Patienten Einfluss nehmen kann, sofern es entsprechend motiviert ist. Schließlich bestätigt den Patienten bei seiner Entscheidungsfindung kaum wirksamer, als wenn die Praxisassistentin nach dem Besuch beim Zahnarzt im Umgangston sagt: „Das ist wirklich eine super Lösung, für die Sie sich entschieden haben.“

Also, meine lieben Vertriebschefs, Marketingleiter und Kursplaner, vergesst bei Euren Planspielen für das kommende Jahr nicht das fünfte P, die fünfte Macht im Marketingmix!

Kategorien: Insights **Schlagworte:** Praxismarketing, Praxispersonal