



Foto: photos.com

Im Zentrum der Marketingplanung steht die Praxisstrategie, von der die wesentlichen Vorgaben kommen müssen.

# SpringerMedizin.at

## **Praxismarketing ...**

### **... kreativ und systematisch planen und umsetzen**

**Der Marketingplan ist das zentrale Instrument im Praxismarketing. Um „Marketingmaßnahmen“ zielgerichtet und erfolgreich einzusetzen, müssen das Umfeld und die Ausgangssituation analysiert, Strategie und Ziele geklärt sein.**

Vielen Praxen, für die das Marketing heute bereits selbstverständlich ist, verzetteln sich aber noch in einer starren Planung. Die Planung wird viel zu wenig systematisch betrieben, oft nur „fortgeschrieben“ – ohne Anpassung an ein verändertes Umfeld, neue Leistungen oder Services und ohne kreative Ideen. Das Praxismarketing wird „irgendwie“ gemacht.

Umso größer ist dann die Enttäuschung, wenn vereinzelte Maßnahmen mit mehr oder weniger großem Aufwand durchgeführt werden, die gewünschten Ergebnisse aber ausbleiben.

## **Der Marketingplan**

Marketingplanung ist also eine wichtige Aufgabe im Unternehmen Arztpraxis, die zum einen von einem systematischen Vorgehen, zum anderen auch von Kreativität und Flexibilität gekennzeichnet sein muss.

Ein Marketingplan ist ein Dokument, das alle notwendigen Aktionen und Maßnahmen enthält, um spezifische Marketingziele zu erreichen. Darüber hinaus enthält der Marketingplan auch Informationen und Hintergründe, welche die Aktionen und Maßnahmen begründen und erläutern. Ein Marketingplan kann für ein Praxis-Dienstleistung, eine Marke oder eine Produktlinie erstellt werden. Er kann zeitlich auf ein oder mehrere Jahre ausgerichtet sein.

Grundlage für einen Marketingplan sind klare Marketingziele und Marketingstrategien, die ebenfalls im Marketingplan erläutert werden können.

## **Marketingplanung**

ist der Prozess zur Erstellung eines Marketingplans und seine regelmäßige Anpassung. Im Zentrum der Marketingplanung steht die Praxisstrategie, von der die wesentlichen Vorgaben kommen müssen: Ziele, welche die Praxis erreichen will und Marschrichtung, die eingeschlagen werden soll. Dabei liefert der Marketingplan auch wichtige Informationen, um eine angemessene Praxisstrategie zu entwickeln. Letztlich muss damit dafür gesorgt werden, dass die angebotenen Leistungen Nachfrage finden. Das gilt heute auch für Arztpraxen, denn diese werden heute als Dienstleister gesehen und wahrgenommen.

Der Marketingplan ist in Praxen also insofern auch ein wichtiges Instrument der Mitarbeiterführung. Er unterstützt die Mitarbeiter bei ihren Aufgaben.

## **Aufgaben**

Im Rahmen der Marketingplanung müssen unterschiedliche Aufgaben wahrgenommen werden, die deutlich machen, dass das Marketing eine wichtige Funktion darstellt. Es sollte Dienstleister in der Praxis, aber auch „Wachstums-Motor“ sein. Um das zu leisten, muss die Marketingplanung auf die folgenden Aspekte ausgerichtet sein:

Zukunftsgerichtete Planungsszenarien werden sichtbar.  
Patientenfokussierung ist ein zentrales Moment im Unternehmen Arztpraxis.

Marketingstrategien und Marketingziele orientieren sich konsequent an den Praxisstrategien und Zielen. Konflikte mit anderen Praxiszielen werden sichtbar und ausgeglichen. Patienten, Wettbewerb und Märkte werden regelmäßig analysiert und die Informationen werden für das Marketing genutzt. Andere Praxisbereiche werden dabei eingebunden und effizient koordiniert. Prozesse der Marketingplanung werden standardisiert, bleiben aber auch kreativ und flexibel.

### **Wagemutige Zukunftsbilder?**

Ein wesentliches Problem von Marketingplänen vieler Praxen ist, dass viele nicht realistisch genug sind. Sie sind wagemutige Bilder davon, wie die Zukunft im idealen Fall sein sollte. Nach und nach zeigt sich, dass der Plan nicht realisiert werden kann. Er verliert damit insgesamt an Wert und wird nicht mehr genutzt.

Sehr oft wird unterschätzt, dass die Analyse der Ist-Situation bezüglich Patienten, Märkte, Wettbewerb eine sehr wichtige Rolle spielt. Schließlich sollte der Plan nicht zu kurzfristig angelegt werden. Sicher werden Sie sich jetzt fragen „wie soll ich denn das auch noch alles machen?“

### **Professionelle Hilfe**

Holen Sie sich professionelle Hilfe für Ihre Marketingplanung, das bringt Ihnen wesentlich mehr, als es Sie kostet und entlastet Sie enorm!

#### **Korrespondenz:**

**viktoria hausegger**

**mehr.wert. für ärzte und apotheker**

**marketing, das gezielt bewegt**

**E-Mail: [office@mehrwertmarketing.at](mailto:office@mehrwertmarketing.at) Internet:**

**[www.mehrwertmarketing.at](http://www.mehrwertmarketing.at) Mobil: +43 664 460 16 35**

Viktoria Hausegger, Wien, [Stomatologie 4/2010](#)