

## **Einweiser-Marketing für Kliniken Mit gezielten Maßnahmen Patientenströme steuern**

**Januar 2018**

### **Ihr Nutzen**

- Sie erfahren, was niedergelassene Ärzte in Ihrer Region konkret erwarten
- Sie erfahren, was zu tun ist, wenn die Betten im Haus leer stehen
- Sie bekommen Strategien an die Hand, um dem Betten-Leerstand vorzubeugen

### **Vorgehensweise**

Frau Weider besucht in Ihrem Namen die einweisenden Ärzte Ihrer Region. Die Befragung der Ärzte erfolgt in Form von persönlichen Gesprächen. So ist neben der kurzfristigen Umsetzung sichergestellt, dass ggf. auf die sofortigen Rückmeldungen reagiert werden kann. Darüber hinaus erfährt der niedergelassene Arzt eine Wertschätzung durch die persönliche Ansprache. Ihre Klinik sichert sich dadurch die Zuweisungen der Top 10 (Haupteinweiser).

### **Wer wird besucht?**

Frau Weider arbeitet nach dem Pareto-Prinzip (80/20) und konzentriert sich im ersten Schritt auf die Haupteinweiser. 80 Prozent der Einweisungen erfolgt von 20 Prozent der niedergelassenen Ärzte – somit besucht Frau Weider im ersten Schritt die Top 8/10 der Einweiser.

### **Besuchsdauer**

Pro Besuch werden 30 bis 45 Minuten veranschlagt. Die Inhalte werden vorab mit der Klinikleitung oder dem jeweiligen Chefarzt besprochen und festgelegt. Somit handelt es sich um keine standardisierte Befragung, sondern es stehen die individuellen Bedürfnisse der Klinik und des niedergelassenen Arztes im Vordergrund. Die Fragestellungen ergeben sich aus dem natürlichen Gesprächsverlauf heraus.

### **Ziele**

Die Ziele des Projekts werden gemeinsam mit der Klinikleitung besprochen und abgestimmt. Im Vordergrund der Gespräche stehen Erkenntnisse im Bereich der Zusammenarbeit zwischen Klinik und Praxis; an zweiter Stelle steht das Thema „Klinik-Image“ (fachlicher Ruf).

### **Auswertung**

Die Gesprächsergebnisse werden zusammengefasst, interpretiert und übergeben. Zusätzlich spricht Nicole Weider Handlungsempfehlungen aus, die auf den Ergebnissen basieren.