



SENE FORUM 2012

Die Macht der Empfehlung

Jennifer Appelt

Projektleitung Marketing und Zuweisermanagement

DIE AUSGANGSLAGE



SENE FORUM 2012

Marketing wurde gleichgesetzt mit
Pressearbeit, Flyern, Website
(„Außenfassade“).

DIE ZUKUNFT



SENE FORUM 2012

„Der Wettbewerbsdruck macht ein professionelles Marketing überlebensnotwendig.“

Bank für Sozialwirtschaft

DIE ZUKUNFT



SENE FORUM 2012

Marketing ist die Orientierung der Leistungsanbieter auf die Bedürfnisse „des Marktes“.

oder präziser:

... auf die Bedürfnisse der „Stakeholder“.

STAKEHOLDER



SENE FORUM 2012

Bewohner – Angehörige – Kostenträger

Mitarbeiter – potentielle Mitarbeiter

Zuweiser – Kooperationspartner

Öffentlichkeit - Presse

Eigentümer – Träger

WAS WISSEN WIR ÜBER BEDÜRFNISSE?



SENE FORUM 2012

- Was ist entscheidungsrelevant?
- Was ist marktdifferenzierend?
- Wo liegen Potentiale?
- Unterschiedliche Bedürfnisse der Zielgruppen !
- Marktforschung !

ENTSCHEIDUNGSRELEVANTE QUALITÄTSKRITERIEN



SENE FORUM 2012

Was begründet oder lockert Loyalität bei Patienten?
(Differenzierungsmerkmale im Wettbewerb)

- Platz 1: **Zuwendung (Patientenzentrierung)**
(56 Rangpunkte)
- Platz 2: **Sauberkeit und Hygiene**
(34 Rangpunkte)
- Platz 3: **Kompetenz der Ärzte und Pfleger**
(32 Rangpunkte)

Zielgruppenanalyse „Klinikqualität im Marketing“, rotthaus.com 2008

DIE ZUKUNFT



SENE FORUM 2012

„Ziel des Marketing ist ein optimaler Return on Investment.“

UNSER CREDO

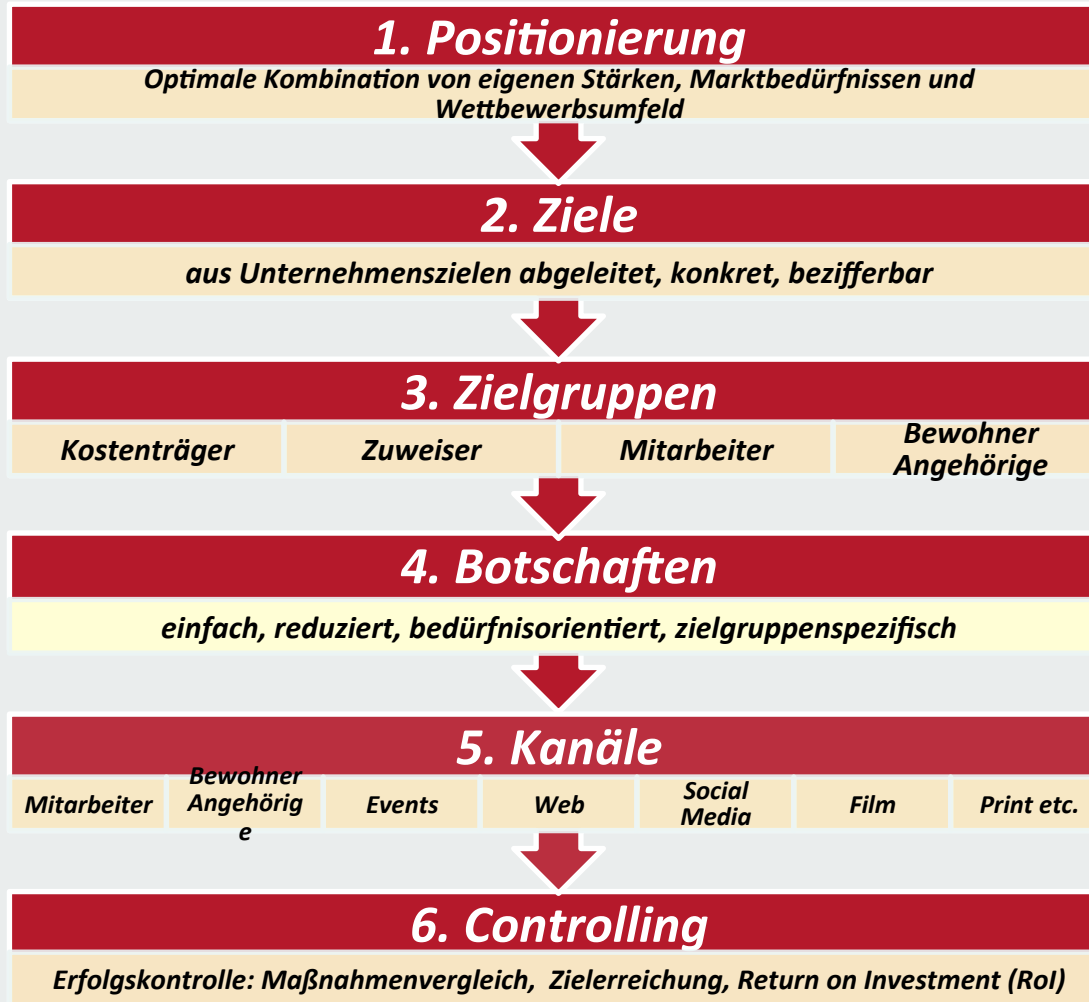


SENE FORUM 2012

***„Marketing rechtfertigt sich
ausschließlich durch seinen Beitrag zur
Erreichung der Unternehmensziele.“***



SENE FORUM 2012



SYSTEMATISCHES MARKETING

nach rotthaus.com



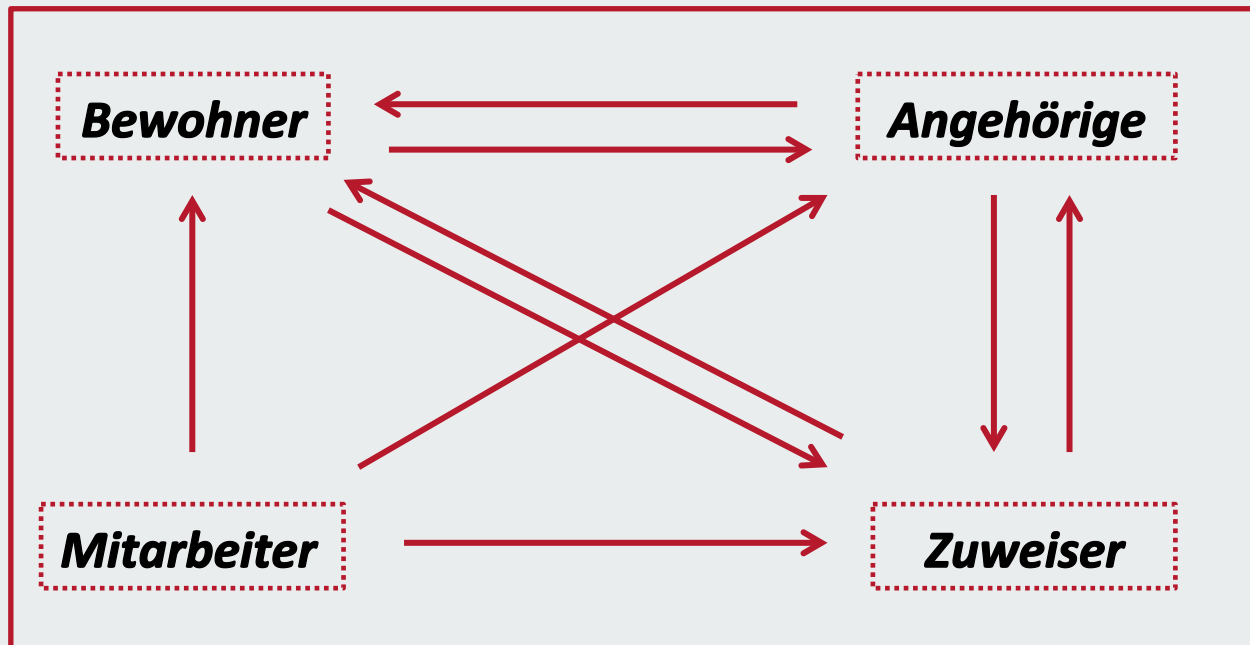
SENE FORUM 2012



EMPFEHLUNGSMARKETING: WIRKUNGEN



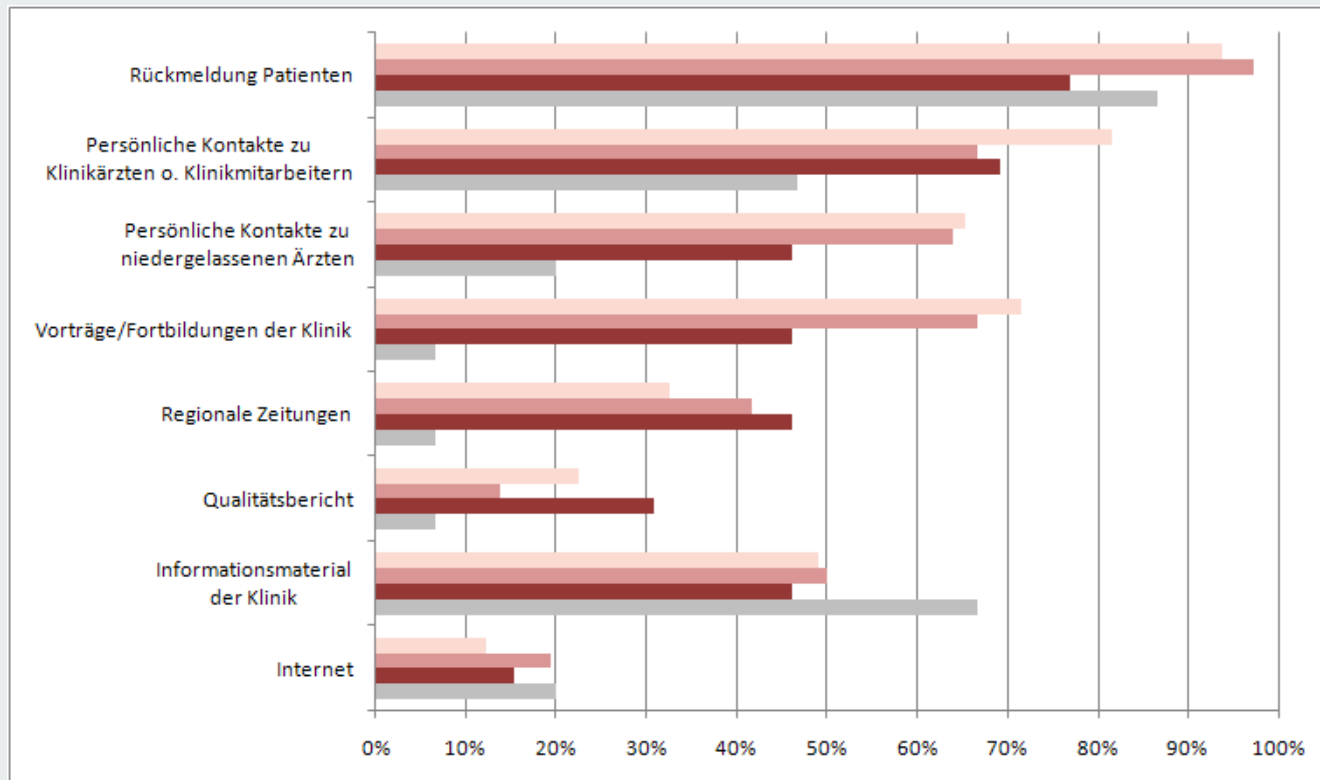
SENE FORUM 2012



EMPFEHLUNGSMARKETING IST DIE BASISSTRATEGIE!



SENE FORUM 2012



Zuweiserbefragung bei vier Akutkliniken, rotthaus.com 2008 (Mehrfachnennungen)

DIE BESONDERE WIRKUNG EINER EMPFEHLUNG



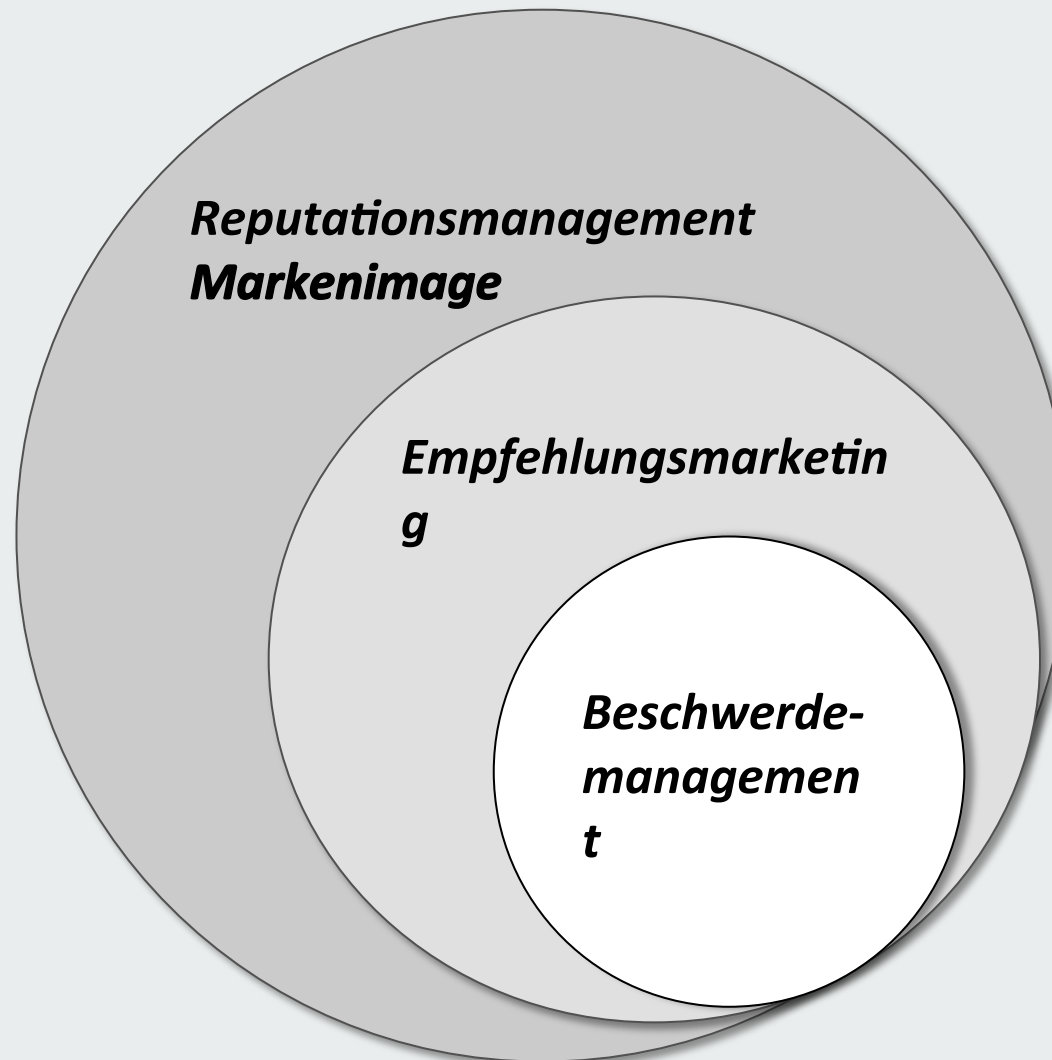
SENE FORUM 2012

- Auf persönlicher Erfahrung eines Dritten beruhend
- Authentisch
- hohe Überzeugungskraft

EMPFEHLUNGSMARKETING <> BESCHWERDEMANAGEMENT



SENE FORUM 2012



BESCHWERDEMANAGEMENT: ZIELE



SENE FORUM 2012

Stärkung der Wettbewerbsposition durch:

- Vermeidung von Abwanderung – Neuakquise → Zielgruppen: Beziehungsrelevant
- Nutzen der Beschwerdeinhalte → Qualitätsrelevant



Qualitätsrelevant



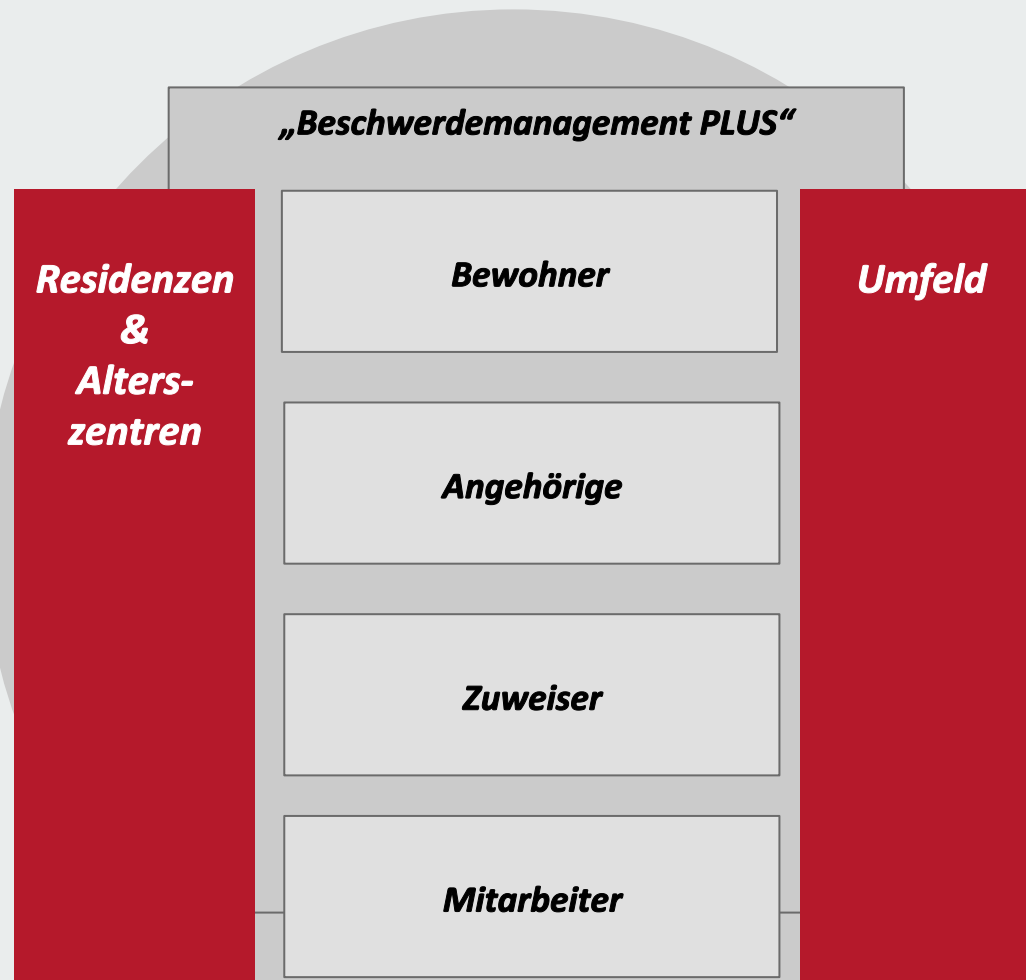
Zielgruppen: Beziehungsrelevant



EMPFEHLUNGSMARKETING



SENE FORUM 2012



STRATEGIE 1: KUNDENPERSPEKTIVE



SENE FORUM 2012

- Kundenperspektive einnehmen
- Eigene Analyse
- Fremdanalyse
- Kundenforum

STRATEGIE 2: BOTSCHAFTEN



SENE FORUM 2012

- Botschaften formulieren
- Vom Nutzenversprechen ausgehen
- Mitarbeiter als Multiplikatoren gewinnen

STRATEGIE 3: STORYTELLING



SENE FORUM 2012

- Geschichten formulieren
- Passend zu den Botschaften
- Emotional ansprechend

STRATEGIE 4: POSITIVE ÜBERRASCHUNG



SENE FORUM 2012

- Begeisterung auslösen
- Das „gewisse Extra“
- Ideengenerierung gemeinsam mit Kunden

STRATEGIE 5: ZUWEISERMANAGEMENT



SENE FORUM 2012

- Netzwerk entwickeln
- Dialogplattform schaffen
- Persönliche Kontakte vertiefen
- CRM/Datenbank

STRATEGIE 6: ANGEHÖRIGE



SENE FORUM 2012

- *Proaktive Ansprache*
- *Persönliche Kommunikation*
- *Angehörigen-Bewohner-Gespräch mit der Leitung*
- *Angehörige als Referenzen*

STRATEGIE 7: LIBERO-MODELL



SENE FORUM 2012

- Proaktives Beschwerdemanagement
- Latente Unzufriedenheiten
- Freiraum

STRATEGIE 8: DANK



SENE FORUM 2012

- Erkennen der Empfehlungen
- Dank an Empfehler
- Persönliche Rückmeldung/Geschenk

STRATEGIE 9: INTERNET



SENE FORUM 2012

- Screening Foren und Portale
- Reaktion bei negativen Einträgen
- Förderung positiver Einträge



SENE FORUM 2012

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



SENE FORUM 2012

rotthaus.com

Strategien für den Gesundheitsmarkt

Franzstr. 75

D-50935 Köln

Tel. (02 21) 430 919-0

Fax (02 21) 430 919-10

info@rotthaus.com

www.rotthaus.com