

## **Marketing in der Arztpraxis**

### **Marketinghilfen und Tabellen zu Kapitel 10**

Marketinghilfe 10.1: Bestimmung des gegenwärtigen Fähigkeitenstatus

<b>Gegenwärtiger Fähigkeitenstatus</b>		
<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>
<b>Stärken</b>	hohe Bedeutung für den Praxiserfolg: <b>Kernstärken</b>	geringe Bedeutung für den Praxiserfolg: <b>Randstärken</b>
<b>Schwächen</b>	große Auswirkung auf den Praxiserfolg: <b>Kernschwächen</b>	geringe Auswirkung auf den Praxiserfolg: <b>Randschwächen</b>

Marketinghilfe 10.2: Bestimmung des zukünftigen Fähigkeitenstatus

<b>Zukünftiger Fähigkeitenstatus</b>		
<b>(1)</b>	<b>(2)</b>	<b>(3)</b>
<b>Chancen</b>	Hohe Bedeutung für den Praxiserfolg <b>Strategische Chancen</b>	Geringe Bedeutung für den Praxiserfolg <b>Marginale Chancen</b>
<b>Risiken</b>	Große Auswirkung auf den Praxiserfolg <b>Existenzielle Risiken</b>	Geringe Auswirkung auf den Praxiserfolg <b>Marginale Risiken</b>

Marketinghilfe 10.3: Auswahlschema für Fortbildungsveranstaltungen

Beurteilungsdimension		Gewichtung	Angebot 1 (Beispiel)		Angebot 2	
			Punktwert	Bewertung	Punktwert	Bewertung
Inhalt	Anteil Theorie	0,2	2	0,4		
	Anteil Praxis	0,8	10	8		
	Deckung des Fortbildungsbedarfs	1,0	10	10		
Zeitaufwand	Brutto	0,4	9	3,6		
	Netto	0,7	6	4,2		
	An-/Abreise	0,8	2	1,6		
Kostenaufwand	Fortbildung	0,7	8	5,6		
	An-/Abreise	0,3	3	0,9		
Zusatzleistungen (Unterlagen, Bücher, Videos etc.)		0,2	4	0,8		
<b>Summe</b>				<b>35,1</b>		