

Marketing in der Arztpraxis

Marketinghilfen und Tabellen zu Kapitel 4

Marketinghilfe 4.1: Strukturierungsbogen Marketingziele

Marketingziele	Erfolgsziele									Kostenziele	
	Strategisches Ziel 1			Strategisches Ziel 2			Strategisches Ziel 3			Direkte Kosten	Indirekte Kosten
Bezugsobjekt											
Messgröße											
angestrebte Veränderung											
Zeithorizont											
verantwortlich											
Kontrolltermin/e											
	Operative Ziele zu strategischem Ziel 1			Operative Ziele zu strategischem Ziel 2			Operative Ziele zu strategischem Ziel 3				
	Ziel 1.1	Ziel 1.2	Ziel 1.3	Ziel 2.1	Ziel 2.2	Ziel 2.3	Ziel 3.1	Ziel 3.2	Ziel 3.3		
Bezugsobjekt											
Messgröße										Summe direkte Kosten:	Summe indirekte Kosten:
angestrebte Veränderung											
Zeithorizont											
verantwortlich										Marketingbudget	
Kontrolltermin/e											

Marketinghilfe 4.2: Strukturierungsbogen Marketingstrategie

Positionierung		Zielgruppen	Instrumente	
Medizinische Positionierung			Grobplanung des Einsatzes persönlicher Instrumente:	
Nutzenpositionierung			Grobplanung des Einsatzes unpersönlicher Instrumente:	
• Praxisgestaltung				
• Arbeitsatmosphäre				
• ärztl. Patientenbetreuung				
• Betreuung durch das Praxisteam				
• Serviceangebote				