



Ärzte: Marketing mit Bewertungsportal-Profilen und Bewertungs-Optimierung mit Hilfe von Key Performance Indikatoren

Von *IFABS*

Erstellt am 23 Apr 2019 - 06:52

Worum es geht

Viele niedergelassene Ärzte können sich mit Praxis-Bewertungsportalen nur schwer anfreunden, selbst wenn ihre Beurteilungen gut sind. Doch an einem Punkt kommt kein Praxisinhaber vorbei: sie sind die Informationsquelle Nr. 1 für Patienten. Deshalb ist es empfehlenswert, sie mit geringem Aufwand als Marketinginstrument zu nutzen.

Portal-Profile sind ein starkes Marketing- und Imagebildungs-Instrument

Für Praxisteams steht bei Internet-Aktivitäten vor allem die eigene Website im Vordergrund. In diesem Bereich hat sich in den letzten Jahren sehr viel getan, sowohl hinsichtlich der Anzahl der Betriebe, die einen eigenen Auftritt besitzen als auch bei der gestalterischen und inhaltlichen Qualität. Für Patienten ist die Existenz von Praxis-Websites wichtig, doch noch stärker orientieren sie sich an Arzt-Bewertungsportalen. Haus- und Fachärzte, die hier mit einem aussagefähigen Profil, das auf die eigene Homepage verweist, präsent sind, besitzen das nach Empfehlungen stärkste Marketinginstrument.

Manche Praxisinhaber sind hier nicht vertreten, weil sie keine neuen Patienten benötigen. Doch von regionalen Monopol-Situationen abgesehen ist diese Entscheidung strategisch fragwürdig, denn jeder Baustein, der ein gutes Image untermauert, ist wichtig und die Praxis-Situation kann sich durchaus auch ändern. In kurzer Zeit dann ein Patientengewinnungs-Programm zu starten funktioniert in der Regel nicht.

Zu positiven Bewertungen durch ein Best Practice-Praxismanagement

Der Marketing- und Image-Effekt von Bewertungsportal-Profilen wird in seiner Intensität von den Beurteilungen geprägt, die Stärke steigt mit der positiven Ausprägung der Noten. Schlechte Bewertungen geben einen Aufschluss über die Probleme einer Praxis und beschreiben gleichzeitig die notwendigen Ansatzpunkte für Veränderungen. Doch um im Ranking der Portale positiv zu punkten genügt ein Nachbessern einzelner Defizite nicht, hier ist eine ganzheitliche Optimierung des Praxismanagements notwendig. Voraussetzung ist eine Status-Beschreibung der Praxisarbeit mit Hilfe von Benchmarking Key Performance Indikatoren (BKPI). Sie erstellen eine Art MRT-Aufnahme des Praxismanagements, geben in Anbetracht der Vielschichtigkeit der Praxisführung Orientierung und identifizieren Defizite sowie ungenutzte Chancen und Risikofaktoren.

BKPI: Multipler Nutzen, einfache Ermittlung

Mit den Resultaten dieser Initialanalyse können konkrete Zielparameter für die Praxisarbeit definiert und mittels Folgeuntersuchungen perspektivisch einfach, aber umfassend überwacht und gesteuert. Um sie zu ermitteln, wird das Praxismanagement einer Arztpraxis mit dem Best Practice-Standard, der alle Regelungen, Instrumente und Verhaltensweisen beschreibt, die für eine reibungslos funktionierende Arbeit benötigt werden, verglichen.

Das Besondere des Konzeptes der BKPI ist, dass die Erhebung der notwendigen Angaben allein mit Hilfe einfacher Fragebögen ohne die Notwendigkeit eines Vor-Ort-Beraters erfolgen kann. Die Bearbeitung des Arztbogen nimmt ungefähr 30 Minuten in Anspruch, die MFA-Unterlage ist in ca. 20 Minuten ausgefüllt. Ergänzend erfolgt eine Patientenbefragung, bei der bis zu 100 Praxisbesucher befragt werden können. Für das Ausfüllen der Unterlagen werden keinerlei Fachwissen oder ergänzende Materialien benötigt.

Das Instrument zur Generierung von BKPIs



Der Valetudo Check-up© „Praxismanagement“ für Haus- und Fachärzte mit Best Practice- und Fachgruppen-Benchmarking ermittelt ohne die Notwendigkeit eines Vor-Ort-Beraters die für eine professionelle Praxisführung benötigten BKPIs und zusätzlich durchschnittlich knapp 40 Verbesserungsmöglichkeiten für die Praxisarbeit. Alle Informationen im Überblick: <https://bit.ly/2TP9371> [1]

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 05:16): <http://www.medkom24.eu/node/23945>

Links:

[1] <https://bit.ly/2TP9371>