



Aktualisierte Auflage: „Marketing in der Arztpraxis – Analyse, Strategie, Instrumente“ erschienen

Von *IFABS*

Erstellt am 28 Apr 2013 - 06:53

Quelle: Neues aus der APOLLON Hochschule / <http://bit.ly/10Kq4Da> [1]

Zur optimalen Führung einer Arztpraxis gehört es, die Bedürfnisse und Ansprüche von Patienten und Mitarbeitern sowie zuweisenden Praxen unter einen Hut zu bringen und zu berücksichtigen. Wie diese Herausforderung des Praxismarketings einfach und zugleich erfolgreich gelingen kann, schildert Autor Klaus-Dieter Thill in seinem Handbuch „Marketing in der Arztpraxis“. Die 2. aktualisierte Auflage erschien Anfang April 2013 im Verlag APOLLON University Press, einer Tochter der APOLLON Hochschule der Gesundheitswirtschaft, und ist im Buchhandel erhältlich.

Anwendungsleitfaden für Praxismarketing

Analyse des Ist-Zustands, Konzeptentwicklung und -umsetzung – diese Schlagworte weisen konkret darauf hin, was den Leser im Buch erwartet. Dabei steht die Anwendbarkeit der Inhalte an erster Stelle: So lädt Thill den Leser zunächst ein, anhand eines umfangreichen Selbsttests das Marketingpotenzial der eigenen Praxis zu analysieren, damit eine passende Strategie gefunden werden kann. Von der Wahl der Praxis über den Empfang bis zur Verabschiedung des Patienten gibt der Autor im Anschluss detaillierte Anleitungen für die Entwicklung, Gestaltung und Umsetzung des jeweils passenden Marketinginstruments und weist so Schritt für Schritt den Weg zu einem individuellen und rechtssicheren Praxismarketing.

Auch aktuelle Themen wie der richtige Umgang mit Bewertungsportalen im Internet und der Aufbau der eigenen Praxis-Website werden erläutert und machen das Handbuch zu einem zeitgemäßen Ratgeber, der neben dem Patientenmarketing auch auf das Beschaffungs-, Zuweiser- sowie das interne Marketing eingeht. Ein umfangreiches Download-Angebot ergänzt das Arbeitsmaterial und ist über einen Webcode im Buch verfügbar.

Der Autor

Klaus-Dieter Thill arbeitete nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Köln zunächst im pharmazeutischen Marketing und Vertrieb. 1991 gründete er das Institut für betriebswirtschaftliche Analysen, Beratung und Strategie-Entwicklung (IFABS), das sich mit der Entwicklung und Umsetzung Benchmarking gestützter Optimierungslösungen für Kundengewinnung und -bindung in der Gesundheitswirtschaft beschäftigt. Neben seiner Tätigkeit als Institutsleiter verfasst er Fachpublikationen zu betriebswirtschaftlichen Themen für niedergelassene Ärzte und Klinikärzte.

Das Buch ist bundesweit im Buchhandel für 39,90 Euro erhältlich.

„Marketing in der Arztpraxis – Analyse, Strategie, Instrumente“ von Klaus-Dieter Thill, 2. aktualisierte Auflage, Bremen: APOLLON University Press, 2013. – 312 Seiten, broschiert, ISBN 978-3-943001-02-0

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 04:42): <http://www.medkom24.eu/node/17644>

Links:

[1] <http://bit.ly/10Kq4Da>

