

PRESSEMITTEILUNG

Wenn Patienten werben

Erfolgsformel für Kliniken: Patienten-Marketing per Internet

Hamburg, 20. November 2008 - Für Behandlung und Gesundheitsvorsorge vertrauen Verbraucher maßgeblich den Empfehlungen ehemaliger Patienten – immer mehr und immer häufiger auch im Internet auf Bewertungsportalen. Wer es als Klinik versteht, sich mit einer transparenten Eigen- und Leistungs-darstellung gleich neben den hoffentlich guten Bewertungen zu platzieren, hat die Chance echtes, glaubwürdiges und günstiges Marketing zu machen.

Bestnoten durch Bestleistungen

Ob beim Kauf einer neuen elektrischen Zahnbürste, Besuch eines Wellness-Hotels oder Wechsel eines Telekommunikationsanbieters – Verbraucher vertrauen allzu gerne den Erfahrungen, die andere bereits gemacht haben.

Was in der Konsumgüterindustrie funktioniert, trifft auch für den Gesundheitsmarkt zu. Immer mehr Behandlungsbedürftige wählen ihre Klinik auf Empfehlungen von bereits Behandelten.

Schnittstelle für den Informationsaustausch sind Klinik-Bewertungsportale wie medmonitor.de. Dieses Portal zählt mittlerweile zu einer scharfen Waffe im Arsenal des Marketings für Kliniken. Das liegt vor allem darin begründet, dass Bewertungen durch ehemalige Patienten als äußerst glaubwürdig gelten und sie daher zunehmend für die Wahl des Behandlungsorts herangezogen werden. Darüber hinaus ist es für die Klinik unentgeltlich: Die Patientenzufriedenheit wird kostenfrei und unmittelbar der Zielgruppe präsentiert.

Verwalten oder gestalten?

Vor diesem Hintergrund haben sich die Gesundheitsmarketing-Spezialisten von marktrausch mit dem Bewertungsportal für Kliniken – medmonitor.de - zusammengetan und bieten alles für ein cleveres Marketing in der Internetwelt. Das Erfolgsrezept ist einfach: Transparent sein und Bewertungen fördern.

Beide Unternehmen identifizieren relevante Faktoren für gute Bewertungen und helfen, diese gezielt zu gestalten. „Erfolgreiches Klinikmarketing heißt heute, die entscheidenden Dinge für Patienten richtig zumachen und sie gezielt zu animieren ihre Meinung zu sagen bzw. zu schreiben“, sagt Gordon Gröfke, einer der Geschäftsführer

der marktrausch GmbH. „Teure Werbekampagnen mit bunten Bildern und uniformen Werbetexten sind damit passé.“

Der Erfolgsfaktor lautet vielmehr: Wissen worauf es dem Patienten neben medizinischen Aspekten noch ankommt. So kann die kontinuierliche Information über den Verlauf einer Behandlung genauso wichtig sein wie die Einhaltung von vereinbarten Terminen oder das Essen. Sind die Voraussetzungen geschaffen und die Patienten gut behandelt und aktiviert, können Sie ihre Meinung über die Klinik auf dem Bewertungsportal [medmonitor.de](https://www.medmonitor.de) publik machen. Ergänzend zu den Patientenmeinungen kann sich das Krankenhaus mit patientenrelevanten Informationen vorstellen und schafft somit einen transparenten Überblick für Interessierte und Suchende.

Wollen Sie mehr darüber erfahren, wie Transparenz und Offenheit zu einem echten Differenzierungsmerkmal werden können? Oder wie Patienten zu Botschaftern der Klinik werden?

marktrausch und [medmonitor.de](https://www.medmonitor.de) haben die Antworten.

Weitere Informationen

marktrausch GmbH
Gordon Gröfke
Klosterkirchhof 10-12
24103 Kiel
Tel. 0431 – 98 65 9022765
g.groefke@marktrausch.com

medmonitor GmbH
Dirk Lanio
Mottenburger Twiete 1
22765 Hamburg
Tel. 040-67 95 85 57
dirk.lanio@medmonitor.de