

Erfolgreich eine Marke bilden

Das Potenzial des eigenen Angebots kann zielstrebig genutzt werden.

LOGO UND CORPORATE DESIGN sind wertvolle Marketinginstrumente. Nach wie vor setzt ein noch beträchtlicher Großteil der Arztpraxen lediglich „gefällige Grafiken“ ohne Botschaft und Wirkung ein. Damit bleibt nicht nur ein enormes Potenzial ungenutzt. Nicht selten wird damit sogar das Image negativ beeinflusst.

KEINESFALLS ANDERE KOPIEREN

Möchten Sie Ihren Außenauftritt neu gestalten oder erstmals entwickeln? Dann kommen Sie keinesfalls dem laienhaften Rat nach, sich Logos von Kollegen anzusehen und – sobald Ihnen eines gefällt – einen Grafiker damit zu beauftragen, etwas Ähnliches zu machen.

Corporate Design ist ein zentraler Erfolgsfaktor und ein wesentlicher Bestandteil der strategischen Ausrichtung von Praxen. Diese markante Positionierung muss immer in eine ganzheitliche Praxisstrategie eingebettet sein. Praxispositionierung und die strategische Ausrichtung der Praxis sind zentrale Elemente, die Einfluss auf die Designentwicklung nehmen.

GANZHEITLICHER ANSATZ

Die ganzheitliche und integrative Steuerung des Verknüpfungsprozesses von

Design und Praxis-Management und dessen Moderation ist hierbei eine der wichtigsten Aufgaben. Abhängigkeiten zwischen Design, Praxis-Marketing, Personalführung und -entwicklung sowie den angebotenen Leistungen sind bei der Entwicklung des Corporate-Design-Systems die Grundlage zur erfolgreichen Implementierung in die Praxisstrategie.

Wenn diese Erkenntnisse nicht schon in der Recherchephase einbezogen werden, ist dies ein Indiz dafür, dass das Design als eine rein „geschmackliche“ Veränderung ohne strategisches Fundament verstanden wird. Nicht selten kommt es in der Praxis auch vor, dass die Entwicklung des Corporate Design nach wie vor auf eine reine Logogestaltung reduziert wird. Doch tatsächlich ist das Corporate-Design-Konzept ein umfassendes, gut geplantes Designsystem, das sich aus vielen Einzelteilen einer aufeinander abgestimmten visuellen und verbalen Kommunikation zusammensetzt.

„KERNAUSSAGEN“ DER PRAXIS EINARBEITEN

Um ein möglichst widerspruchsfreies und glaubwürdiges Bild zu erzeugen, ist es notwendig, die unterschiedlichen Aspekte zu analysieren und diese in die Designentwicklung

zu integrieren. Die Grundlage zur Entwicklung eines Corporate-Design-Systems bilden die eigentlichen Kernaussagen, die jede Praxis als Basis der Markenidentitätsentwicklung beantworten muss (Praxisphilosophie). Gerade die Einbindung dieser Informationen ist für eine Designentwicklung von hoher Relevanz, sie müssen vor Beginn eines Designprozesses geklärt sein.

In Zeiten angespannter Budgets ist es unerlässlich, Kosten zu beherrschen und das Budget effizient einzusetzen. Ein Corporate-Design-Manager mit der notwendigen Erfahrung hilft, das Projekt zügig umzusetzen und mit den entsprechenden Budgetmitteln mit Leben zu füllen. Das Kriterium der „Effizienz“ ist ein Maßstab für Erfolg oder Nicht-Erfolg. Besteht Unwissenheit darüber, wie ein solches Projekt zu gestalten ist, besteht die Gefahr, dass die Umsetzung noch in der Planungsphase scheitert.

VIKTORIA HAUSEGGER

mehr.wert.
für ärzte und apotheker.
marketing, das gezielt bewegt.
Tel. 0664/460 16 35
office@mehrwertmarketing.at
www.mehrwertmarketing.at



Geförderter Kompaktlehrgang

„Die professionelle Arzt-Assistentin“

Die Erfolgskompetenz des Praxisteam's wird immer mehr zum Wettbewerbsfaktor.

Die Förderung im Rahmen der Qualifizierungsmaßnahmen für Beschäftigte beträgt zwei Drittel, bei Mitarbeiterinnen über 45 Jahre drei Viertel der anerkannten Kurskosten!

Lehrgangsinhalte des 5-teiligen Kompakttrainings:

- Das Telefon – Visitenkarte Ihrer Ordination; der erste Eindruck zählt (2-teilig)
- Der erfolgreiche Umgang mit schwierigen Patienten
- Zeit und Persönlichkeit: Typgerechtes Selbstmanagement im Alltag
- Souveränes Auftreten – mit Patienten richtig gut umgehen

Termine Sommer/Herbst 2009:

Klagenfurt, Ärztekammer Kärnten (rasch buchen!)

Fr 19. 6., Sa 2. 06. und Sa 4. 7. 2009

Innsbruck, Kanzlei Ärzteservice Team Jünger

Fr 2. 10., Sa 3.10. und Sa 14. 11. 2009

Förderung nützen und rasch anmelden – die Teilnehmerzahl ist mit 14 Personen begrenzt!

Kosten ohne Förderung: EUR 995,00 pro TeilnehmerIn

Unverbindliche Informationen und/oder Anmeldung:

Tel. 0664/460 16 35

Viktoria Hausegger, mehr.wert für ärzte und apotheker, Wien
office@mehrwertmarketing.at; www.mehrwertmarketing.at