

Bestes Zuweisermarketing

Professionelles Key Account Management



Best Practice-Beispiel

Bezirkskliniken Mittelfranken

AUFBAU EINES PROFESSIONELLEN KEY ACCOUNT MANAGEMENTS



BESTES ZUWEISERMARKETING
 Nominierung: Bezirkskliniken Mittelfranken

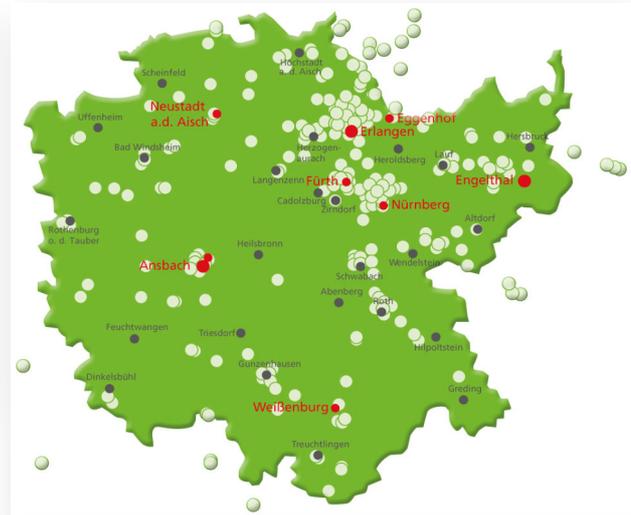
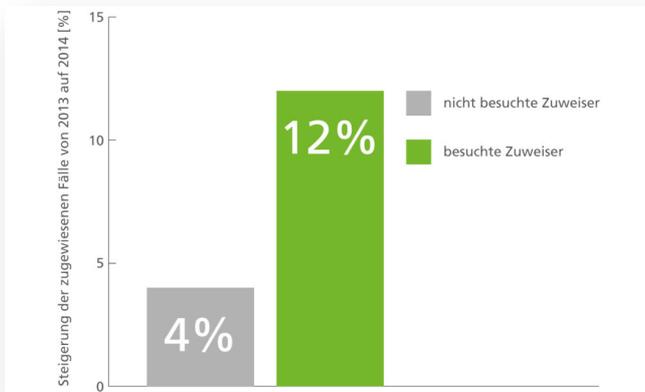
Die Bezirkskliniken Mittelfranken beschlossen als erste psychiatrische und neurologische Klinik mit drei Standorten in Mittelfranken, ein professionelles Key Account Management aufzubauen. Seit Januar 2014 besteht das Key Account Management aus zwei Mitarbeitern, welche sich in Vollzeit um die internen und externen Key Accounts kümmern und sich erfolgreich als Schnittstelle etabliert haben.

Als positiver Nebeneffekt der persönlichen Betreuung durch einen direkten Ansprechpartner konnten die Zufriedenheit und die Bekanntheit des Leistungsspektrums gesteigert werden. Durch die gesteigerte Zufriedenheit stiegen die stationären Fälle insgesamt um 16 % innerhalb eines Jahres (12 % bei besuchten Zuweisern, 4 % bei nicht besuchten Zuweisern).

In diesem Zeitraum konnten sehr tiefe Marktkenntnisse gewonnen und erfolgreich im Rahmen der Unternehmensstrategie umgesetzt werden.



AUSZÜGE AUS DEM NEUEN ANGEBOT AN INFO- UND WERBEMATERIAL FÜR ZUWEISER



GEOGRAFISCHE DARSTELLUNG DER 697 KEY ACCOUNTING TERMINE IN 2014

nominiert

verantwortlich

Institution: Bezirkskliniken Mittelfranken, Ansbach/D
 Name des Projekts: Aufbau eines Key Account Managements
 Homepage: www.bezirkskliniken-mfr.de
 Link zum Projekt: www.bezirkskliniken-mfr.de/fuer-aerzte.html
 Anzahl Patienten 2014: stationär/teilstationär: ca. 18.000
 ambulant: 33.000
 Mitarbeiter 2014: 3.000
 Umsatz 2014: 170 Mio. Euro



in PR/Marketing
Dr. Ariane Peine
Leiterin Marketing und Kommunikation

Zeitraum: 20.01.2014 bis 18.12.2014
 Wichtigste Maßnahmen: persönliche Betreuung, Definition Kommunikationskanäle, angepasstes und individuelles Infomaterial



in der Geschäftsführung
Helmut Nawratil
Vorstand

Ergebniskontrolle: Trinovis Poweranalyzer, KMS eisTIK, Agfa Orbis, ConTeam Efficcy, rotthaus.com
 Zuweiserbefragung

Resultate: Steigerung der Zufriedenheit und der Bekanntheit der Leistungen jeweils um 9 %, Steigerung der stationären Fälle bei Zuweisern mit persönlichem Kontakt um 12 %. Sehr gut angenommene Veranstaltungen und Infomaterialien.

Den Erfahrungsaustausch organisieren.



Von den Besten lernen ...

... mit unserer speziellen Kongressmethode: Kurze Interviews, dann Dialoge in kleiner Runde. Keine Vorträge. Für maximalen Lerneffekt an einem Tag. Den nächsten Termin finden Sie hier:

www.kongress-klinikmarketing.org



Ehre, wem Ehre gebührt.

Der KlinikAward ist der wohl renommierteste Preis der Klinikbranche. Die besten Einreichungen erscheinen online und in unserem „Praxisbuch“. Wenn Sie sich bewerben möchten:

www.klinikaward.org



Bausteine für Ihren Erfolg.

Gezielt. Wirksam. Erprobt. Mit unserem modularen Marketing-System machen wir auch Ihre Klinik erfolgreich. In Deutschland, Österreich und der Schweiz. Mehr unter:

www.rotthaus.com

rotthaus.com
Strategien für den Gesundheitsmarkt