

Einladung zum Seminar

# HOSPITAL- PR

Patienten gewinnen  
Zuweiser überzeugen  
Reputation steigern

Veranstaltungen  
2017

Öffentlichkeitsarbeit  
in Zeiten der Digitalisierung

## Termine & Konditionen

### Termine 2017

- 16.10. Köln
- 07.11. Frankfurt/Main
- 10.11. Hamburg
- 20.11. Berlin
- 05.12. München
- 07.12. Leipzig

### Seminardauer:

09.30 Uhr bis 17.30 Uhr

### Seminar-Konditionen:

- Teilnahmegebühr: 450,- € plus 19% MwSt.
- Bei mehr als zwei Teilnehmern einer Klinik gewähren wir einen Nachlass von 25%!
- Mittagessen und Pausengetränke inklusive.

### Stornierungen

- bis 4 Wochen vor der Veranstaltung 70%
- bis 2 Wochen vor der Veranstaltung 50%
- weniger als 2 Wochen 0%

Ersatzteilnehmer sind jederzeit ohne zusätzliche Kosten zu benennen.

Der Veranstalter kann bei zu geringer Buchung bis eine Woche vor dem Termin, bei Erstattung der Teilnahmegebühr, absagen. Die Haftung ist auf die Teilnahmegebühr begrenzt.

### Veranstalter

Hospital-ABC  
Domaxen 13  
49124 Georgsmarienhütte  
E-Mail: kontakt@hospital-abc.de  
www.hospital-abc.de  
Tel.: 0 54 01 - 3 01 62 oder 01 57 - 80 42 42 07

## Seminar-Anmeldung

Termin: \_\_\_\_\_

Ort: \_\_\_\_\_

Vorname Name \_\_\_\_\_

Klinik \_\_\_\_\_

Abteilung \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ \_\_\_\_\_ Ort \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_

Bitte senden Sie die Seminaranmeldung per Post,  
oder per Fax an **0 54 01 - 25 40** bzw. formlos  
per E-Mail an **kontakt@hospital-abc.de**

Hospital-ABC

Domaxen 13  
49124 Georgsmarienhütte

**Öffentlichkeitsarbeit des Krankenhauses** unterliegt den Postulaten: Vertrauen schaffen, Vertrauen erhalten und nach kritischen Situationen wieder zurückgewinnen. Das Vertrauen von Patienten und zuweisenden Ärzten ist das alles entscheidende Kapital der Klinik. Vertrauen ist pure Emotion. Worte und Bilder in Flyern, Broschüren und auf der Homepage sollen positive Emotionen erzeugen und nie zu Angst oder Unsicherheit führen.

Gute Pressearbeit und vertrauensvolle Beziehungen zu Journalisten sind nach wie vor wichtige Kriterien. Eine funktionierende Kommunikationsstrategie ohne Internet ist aber auch für Kliniken nicht mehr möglich. Das Thema Internet behandeln wir in diesem Seminar ausführlich: Von der Homepage über Suchmaschinenoptimierung bis zur Online-Pressemitteilung.

Fortbildungen für Zuweiser und Patientenseminare sind ebenso elementare Bereiche der Öffentlichkeitsarbeit. Sie bieten ideale Möglichkeiten, die Leistungsfähigkeit der Klinik im direkten Dialog zu demonstrieren und schaffen gleichzeitig aktuelle PR-Themen. Die Pressearbeit kann so immer individuellen Bezug auf die medizinischen und technischen Möglichkeiten der eigenen Klinik nehmen.

Die persönlichen Begegnungen mit Zuweisern und potenziellen Patienten sind in Zeiten der Digitalisierung und Informationsflut oft von entscheidender Bedeutung. Die Faktoren Sympathie und Empathie beeinflussen die Wahl der Klinik und die sind in der realen Welt anders und oft leichter zu demonstrieren als in der virtuellen.

In diesem Seminar betrachten wir Inhalte und Abläufe von Veranstaltungen für Patienten und Fortbildungen für Zuweiser primär aus der Marketing Perspektive. Es ist vor allem für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Eventmanagement geeignet.

## **ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IN ZEITEN DER DIGITALISIERUNG**

### **Wechsel der Perspektive:**

#### **Vom „was wollen wir kommunizieren?“ zum „was interessiert unsere Patienten?“**

Eine content-orientierte Kommunikation der Klinik konzentriert sich auf die Fragen und Bedürfnisse von Patienten. Die tolle Präsentation des Hauses interessiert weit weniger als die Aussicht, dass die persönlichen Probleme des Individuums gelöst werden.

### **Image und Meinungsbildung**

- Was ist Image und wie entsteht es?
- Möglichkeiten und Grenzen der Imagekorrektur
- Unternehmenskommunikation
- Corporate Identity - Corporate Design
- Vertrauen in die „Marke“ Krankenhaus

### **Krankenhaus Homepage**

- Inhalt, Gestaltung und Funktion der perfekten Klinik Homepage
- Worte und Bilder die Vertrauen schaffen
- Beispiele aus der Praxis

### **Suchmaschinenoptimierung**

- Maßnahmen um das Ranking zu verbessern

### **Klassische PR vs. Online PR**

Klassische Pressemitteilungen sind Arbeitsvorlagen für Redakteure, Online Pressemitteilungen dagegen fertige Leseformate.

### **Perfekte Online-Pressemitteilungen schreiben und veröffentlichen**

- Checkliste „Die richtigen Inhalte“
- Struktur und Umfang der Meldung
- Keywords auswählen, auf ihre Wirksamkeit prüfen und gezielt einsetzen
- Textanalyse Tool
- Presseverteiler für Online-PR
- Online-Werbung für Klinik Events

### **Soziale Medien**

Facebook, Twitter und Co. als sinnvolle Ergänzungen der Klinik Öffentlichkeitsarbeit?

### **Eventmanagement unter Marketing Aspekten**

- Von der Planung zur perfekten Organisation (mit vielen Checklisten und Ablaufplänen)
- Patientenseminar
- Tag der offenen Tür
- Fortbildung für Zuweiser
- der neue Chef kommt - der alte geht
- Beschaffung öffentlicher Finanzhilfen (z.B EU)
- Antikorruptionsgesetz und Verhaltenskodex der Industrie

### **E-Learning oder Webinar als Alternativen zur klassischen Fortbildung**

Wann und für wen ist E-Learning sinnvoll?

### **Worst Case Management**

- Öffentlichkeitsarbeit in der Krisensituation (gute Meldungen „kann jeder“, schlechte sollte man können)
- Vorbereitung auf und Verhalten in kritischen Situation (ungeklärte Todesfälle, Verdacht auf MRSA, Salmonellen in der Küche etc.)
- PR Strategie mit dem Ziel das Image der Klinik auch in der Krise zu schützen

### **DIE ZIELE**

Patienten gewinnen - Zuweiser überzeugen - Reputation steigern

### **SEMINARLEITUNG**

- Gerd H. Müller  
Der Seminarleiter hat Erfahrung als Chefredakteur diverser Fachzeitschriften und war viele Jahre Marketingdirektor einer der ganz großen Konzerne. Die Verbindung zu den Besonderheiten der Medizin erlangte er als Organisator und Veranstalter zahlreicher Fachkongresse.