

Vernetztes Denken und Handeln

THINK WIRED! steht für kompetente Marketing-, Kommunikations- und Sponsoringberatung im Gesundheitswesen. Die Entwicklung von Kommunikations- und PR-Strategien, sowie die Umsetzung der erarbeiteten Konzepte bieten wir aus einer Hand. Der Transfer von gesammelten Erkenntnissen aus unterschiedlichen Branchen auf das Gesundheitswesen bildet die Basis für unsere Arbeit. Dabei steht zu jedem Zeitpunkt des Projektes die Einhaltung der spezifisch gesetzlichen sowie ethischen Fakten im Mittelpunkt unseres Handelns, um die ergebnisorientierten Strategien und Kommunikationskonzepte für die Kunden erfolgreich umzusetzen.

Ziel ist die Entwicklung und Umsetzung wirkungsvoller Strategien über alle verfügbaren Kanäle (integrierte Kommunikation). Eine sinnvolle Verdrahtung der Kanäle und eine zielgerichtete Nutzung vorhandener Potentiale sind bei THINK WIRED! nicht nur Namen, sondern Programm.

Spezialgebiet Gesundheitswesen

Die Komplexität des Gesundheitswesens und die darin eingesetzten Kommunikationskanäle ist nicht mit anderen Branchen vergleichbar. Dies ist nur einer der Gründe, warum die Branche nicht für alle Dienstleister verständlich bzw. nachvollziehbar ist.

Wir verstehen die Spielregeln im Gesundheitssystem, wissen dadurch wie kommuniziert werden muss und sind in der Lage, greifende Kommunikationsstrategien und Maßnahmenplanungen für neue Behandlungsmethoden, Produkte, Dienstleistungen, Versorgungsnetze und Krankenhäuser zu entwickeln.

Leistungsportfolio

Beratung, PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Digitale Kommunikation, Corporate Design, Workshops und Seminare, sowie Sponsoring und Fundraising.

Referenzen - Kundenliste

Unsere Kundenliste aus dem Bereich Health Care zeigt einen Teil unserer Erfahrungen in der Kommunikation innerhalb des Gesundheitswesens:

Norddeutsches Herznetz, Hamburg
Hamburger Onkologienetz, Hamburg
1. und 2. Hamburger Symposium zur Integrierten Versorgung

Albertinen Diakoniewerk e.V., Hamburg
Katholisches Marienkrankenhaus, Hamburg
Schön Kliniken - Krankenhaus Eilbek, Hamburg

Berlin-Chemie, Berlin
Biotronik, Berlin
EDAP GmbH - The HIFU Company, Flensburg
Medtronic, Düsseldorf
PULSION - Medical Systems AG, München

Kontaktdaten

THINK WIRED!
Büro Hamburg
Palmaille 126
22767 Hamburg

Nina Baering
Telefon: +49 40 3808 73-48
baering@think-wired.de

Markus Liebold
Telefon: +49 40 3808 73-47
liebold@think-wired.de

www.think-wired.de

Patientenmarketing für Versorgungsnetze

Integrierte Kommunikation als Schlüssel zum erfolgreichen Netz



Neue Versorgungsformen benötigen neue Kommunikationswege

Integrierte Versorgung nach §§140aff SGB V bringt große Veränderungen und Potentiale mit sich. Leistungssektoren übergreifende und interdisziplinäre Versorgung ermöglicht nun eine außerbudgetäre Vergütung. Eine erfolgreiche Umsetzung neuer Versorgungsmodelle benötigt patientenorientiertes und betriebswirtschaftliches Denken, sowie qualitätsbewusstes Handeln, denn auch das Verhalten der Patienten hat sich in den letzten Jahren grundlegend geändert. Sie informieren sich meist gezielt mittels Internet, Presse und TV über Krankheitsbilder und Therapien. Die Mehrzahl kann sich jedoch unter den Begriffen „Integrierte Versorgung“ oder „Versorgungsnetz“ noch nichts vorstellen. Neue Patienten gewinnt man mit Vertrauen. Hierzu bedarf es der Schaffung von Bekanntheit und Sympathie und der Vermittlung von Kompetenz. Deshalb ist eine regional flächendeckende Information und Aufklärung aller potentiellen Teilnehmer über alle verfügbaren Kanäle für Netze sehr empfehlenswert.

Wie können wir Sie im Aufbau eines neuen oder bestehenden Versorgungsnetzes unterstützen?

THINK WIRED! liefert individuell entwickelte Kommunikationslösungen für Versorgungsnetzwerke, Projekte aus der Gesundheitsindustrie und für Leistungserbringer wie Krankenhäuser, Versorgungszentren und Arztpraxen. Unser Ziel ist die Erhöhung Ihrer Patientenzahlen und damit die Zukunftssicherung Ihres medizinischen Standorts. Hierfür bedienen wir uns aller verfügbaren Kommunikationskanäle, von der Informationsbroschüre bis zur regionalen TV-Station.

Diese Fragen müssen Betreiber eines Versorgungsnetzes der Öffentlichkeit beantworten:

Was ist ein Versorgungsnetz / Integrierte Versorgung?
Welchen Vorteil habe ich als Patient / Netzwerker?
Bekomme ich eine bessere Versorgung im Netzwerk?
Wo kann ich mich detailliert informieren?
Welche Ärzte und Krankenhäuser bilden das Netzwerk?

Einweiser informieren, integrieren und als Multiplikatoren für das Netzwerk gewinnen

Die Erfahrung aus mehreren Schulungsreihen zeigt, dass vor allem Hausärzte, Internisten und Fachärzte (wichtige Multiplikatoren für ein Versorgungsnetzwerk) über die Vorteile einer Kooperation informiert werden müssen. Ärzte, die weder Ihren persönlichen Nutzen erkennen, noch ihren Patienten den medizinischen Vorteil einer Teilnahme überzeugend erklären können, werden nur bedingt neue Patienten für das Netzwerk gewinnen können.

Der Erfahrungsaustausch zwischen allen Beteiligten (Ärzte, Krankenhäuser, Industrie, usw.) erhöht nicht nur die Kompetenz im Netz, sondern ist die Grundlage für ein erfolgreiches Beziehungsmanagement untereinander. Neben Informationsbroschüren, die den Nutzen für teilnehmende Ärzte und Ihre Patienten zeigen, bringen Verkaufs- und Serviceschulungen für Arzt und Praxispersonal wichtige Argumentationshilfen für die Gewinnung neuer Patienten.

Beispiel - Hamburger Onkologienetz

Corporate Design / Anzeigen / Internetauftritt



Beispiel - Hamburger Onkologienetz

Patientenbroschüre Brustkrebs mit den Themenschwerpunkten Vorsorge, Diagnose, Therapie und Nachsorge



Beispiel - Prostatakarzinom

Patientenmarketing durch redaktionelle Berichterstattung und Anzeigen in der lokalen Tages- und Publikumspresse



Beispiel - Norddeutsches Herznetz

Informationsveranstaltungen für interessierte Ärzte
Kommunikationstraining für das Praxispersonal
Verkaufs- und Servicetraining für Ärzte und Praxispersonal

