

Klinik-Positionierung - außergewöhnliche Ideen

von René Schellhammer



Die persönliche Präsentation Ihrer Klinik – die Corporate Identity – als entscheidende, menschliche Darstellung nach außen hin zum Patienten sichert Ihren Erfolg. So individuell wie der Mensch ist, so facettenreich und außergewöhnlich müssen Ideen sein. Ideen, die Ihre Patienten ansprechen und ein positives Bild Ihrer Klinik vermitteln. Vertrauen und die Sympathie, sich in Ihrer Klinik behandeln zu lassen, bauen sich langsam auf. Eine behutsame und regelmäßige Pflege des Image mit neuen, außergewöhnlichen Ideen bindet den Patienten und baut Ihren guten Ruf auf, getreu dem Zitat: „Gutta cavat lapidem, non vi sed saepe cadendo“ – frei übersetzt: „Steter Tropfen höhlt den Stein.“

Bei der Entscheidung des Patienten, ob er in Ihre Klinik zur Behandlung kommt, spielen der „Erste Eindruck“ und das „sympathische Vertrauen“ eine herausragende Rolle. Diese Eigenschaften werden besonders von kranken Menschen über die Sinneskanäle sensibel wahrgenommen. Stellen Sie sich vor, zusätzlich auf einer akribisch und farblich harmonisch abgestimmten Internetseite Ihrer Klinik erklingt im Hintergrund Ihre für Sie eigens komponierte Klinikmelodie und Sie begrüßen die Patienten und Besucher Ihrer Webseite mit eigener Stimme. Die visuelle Wahrnehmung wird ebenso angesprochen wie die auditive Wahrnehmung. Der „Erste Eindruck“ vermittelt Persönlichkeit und den zwischenmenschlichen Kontakt.

Kaum ein anderes Instrument hinterlässt so einen nachhaltigen Eindruck, wie auditive Botschaften. Kein namhaftes Unternehmen verzichtet heute in Werbeclips auf dieses Instrument. Im Fernsehen werden die visuellen und auditiven Botschaften eindrucksvoll kombiniert, damit durch regelmäßige Wiederholungen die Botschaft der „Wort-Bild-Marke“ einprägsam transportiert wird.

Überzeugt vom Corporate Sound und Corporate Audio, hat der Inhaber von HospiSol®, Herr Dr. med. Gregor Aleff, diese beiden Instrumente der Corporate Identity sofort zu Beginn seines Marketingkonzeptes mit eingeplant.

„Ist das Ihre Stimme, die ich auf Ihrer Webseite bei donum (Geschenk) gehört habe?“ wurde Herr Dr. Aleff von Kunden gefragt. „Welche Musik läuft im Hintergrund, während sie sprechen?“ war eine weitere Frage. „Hört sich gut an, ist angenehm und beruhigt.“ war eine ergänzende Aussage. Lange hatte Herr Dr. Aleff eine Agentur gesucht, die, wie er selbst sagt „(...)meine Corporate Identity individuell und kreativ nach meinen Vorstellungen umsetzt“. So entstand zusätzlich zu dem für HospiSol® gezeichneten Auge als Stilelement, dem kurzen und einprägsamen Slogan mit persönlichem Schriftzug, des im Detail harmonisierten und gleichbleibenden Farbspektrums auf unterschiedlichen Medien (Papier, Kunststoff, Edelstahl), der als Auge konzipierte Büroclip, die Unternehmensmelodie von HospiSol® und der Vortrag des jeweiligen Geschenks (donum) der Woche mit seiner eigener Stimme.

Anklang findet HospiSol® immer wieder bei Internetbesuchern auf der Unternehmenshomepage www.hospisol.com. Sehr positive, individuelle und persönliche Rückmeldungen unterstreichen das Marketingkonzept. Durch kreative und außergewöhnliche Ideen hat das Unternehmen im Gesundheitswesen mit einer persönlichen Note visuell und auditiv Aufmerksamkeit erweckt. Die positive Entwicklung der Auftragslage spiegelt die Nachhaltigkeit der kontinuierlichen Verbesserung der eigenen CI wieder. „Allemaal haben sich bisher sämtliche Investitionen bei einem außergewöhnlich guten Preis-Leistungs-Verhältnis gelohnt.“ resümiert Herr Dr. Aleff.

Wie Sie an diesem Beispiel sehen, werden außergewöhnliche Ideen belohnt.

Ihr

René Schellhammer

E-Mail: r.schellhammer@myci.biz
Internet: <http://www.myci.biz>
Telefon: +49 (0)700 – 11 22 4000



René Schellhammer, Betriebswirt und Geschäftsführer der Corporate Identity Agentur myci.biz, bietet Kliniken, Ärzten und Einrichtungen des Gesundheitswesens professionelle Beratung zur strategischen Neuausrichtung am Markt.

Neben Publikationen in Fachzeitschriften und auf Webplattformen hält er Vorträge zum Thema Branding, Corporate Identity und strategischer Markenpositionierung. Er ist Berater der KfW-Bankengruppe sowie Marketing- und Designberater der NBank.