



Marketing gabinetów lekarskich

Wykładowca: Maciej Kuźma - Wykładowca na studiach MBA w ochronie zdrowia prowadzonych przez Warszawski Uniwersytet Medyczny i Szkołę Główną Handlową. Dyrektor ds. Digital Marketingu w Canal Plus. Poprzednio przez blisko 5 lat pracował jako Digital Marketing Manager w Orange. Przez 10 lat pracował w Grupie LUX MED gdzie odpowiadał za digital marketing i komunikację marketingową. Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego i SGH. Doktorant w Katedrze Zarządzania i Finansów SGH. Absolwent Akademii Manager na Wydziale Zarządzania UW. Specjalizuje się w marketingu usług zdrowotnych zwłaszcza w oparciu o marketing internetowy. Propagator idei inbound marketingu. Prelegent na wielu konferencjach poświęconych marketingowi internetowemu.

Program:

1. Wprowadzenie do marketingu gabinetów lekarskich:

- Definicja marketingu w kontekście opieki zdrowotnej.
- Różnice między tradycyjnym, a specyficznym dla branży podejściem do marketingu.

2. Zrozumienie Pacjentów:

- Analiza docelowej grupy pacjentów.
- Badanie potrzeb i oczekiwań pacjentów.

3. Kreowanie Unikalnego Wizerunku:

- Jak wyróżnić się spośród innych gabinetów lekarskich.
- Budowanie spójnego wizerunku marki.

4. Komunikacja Efektywna:

- Wpływ komunikacji na relacje z pacjentami.
- Zasady skutecznej komunikacji w gabinetach lekarskich.

5. Strategie Online:

- Znaczenie obecności online dla gabinetów lekarskich.
- Tworzenie profesjonalnej strony internetowej i zarządzanie treściami online.

6. Media społecznościowe dla gabinetów lekarskich:

- Jak wykorzystywać platformy społecznościowe do promocji.
- Zasady etyki i prywatności w social media dla gabinetów lekarskich.

7. Reputacja Online:

- Zarządzanie opinią online i recenzjami pacjentów.
- Strategie reagowania na opinie i budowania pozytywnego wizerunku.

8. Lokalny Marketing:

- Promocja gabinetu w lokalnej społeczności.
- Partnerstwa lokalne i udział w wydarzeniach społecznościowych.

9. Edukacja Pacjentów:

- Jak edukować pacjentów poprzez marketing.
- Tworzenie treści edukacyjnych.

10. Strategie Promocyjne:

- Kampanie promocyjne i rabaty.
- Programy lojalnościowe i nagradzanie pacjentów.

11. Monitorowanie Wyników i Analiza Danych:

- Wprowadzenie do narzędzi monitorowania wyników marketingowych.
- Analiza danych do oceny skuteczności strategii marketingowej.

12. Zakres Prawny i Etyczny:

- Zasady marketingu zdrowotnego w kontekście przepisów prawa.
- Etyczne aspekty marketingu gabinetów lekarskich.

13. Praktyczne Studia Przypadków:

- Analiza przypadków udanych strategii marketingowych w branży medycznej.
- Uczestnicy mogą dzielić się własnymi doświadczeniami i wnioskami.

