

# ***Branding–Corporate Identity Fragen zur Positionierung im Gesundheitsmarkt***

Die Beantwortung der Fragen gibt Aufschluss über die heutige und zukünftige Positionierung Ihres Unternehmens in der Gesellschaft und im Markt.

1. Welches sind Ihre Leistungsbereiche und welchen funktionalen Nutzen erbringen diese? (heute/zukünftig)  
(z.B. Untersuchungen und Behandlungen, Sprechstunden, med. Versorgung, Prävention, Information, ... )
2. Welche sozialen oder emotionalen Patientenbedürfnisse befriedigt Ihr Unternehmen heute/zukünftig?  
(z.B. Vertrauen, schnelle Problemlösung, Transparenz, Sicherheit, Parkplatz im Hause... )
3. Welches ist Ihr Leitbild oder Ihre Vision für Ihre Unternehmung?  
(z.B. Wo wollen Sie in fünf Jahren als Praxis/Spital/Klinik stehen? Was würden Ihre Kunden über Sie dann berichten?)
4. Welches sind Ihre wichtigsten fünf Patientensegmente und Anspruchsgruppen? (heute/zukünftig)  
(z.B. Jugendliche PatientInnen aus der Region, gesundheitsbewusste Arbeitnehmer, Touristen... )
5. Wie sollen Ihre Leistungen und Behandlungen von den Patienten gesehen und beschrieben werden?  
(z.B. «nimmt sich Zeit», «bietet breites Leistungsspektrum», «integrativ», «empathisch», ... )
6. Wer sind Ihre wichtigsten Mitbewerber heute und in fünf Jahren und wie steht ihr Unternehmen im Vergleich dazu?  
(z.B. + breiteres Leistungsspektrum, – kürzere Öffnungszeiten, ... )
7. Welches sind Ihre Vorzüge und Alleinstellungsmerkmale? Wie grenzen Sie sich ab von den Mitbewerbern?  
(z.B. gutes Einzugsgebiet, Komplementärmedizin, schnelle Reaktionszeiten, ... )
8. Welches sind mögliche Schwächen (intern) oder Risiken (im Vergleich zur Konkurrenz) Ihres Unternehmens/Leistungen?  
(z.B. stärker werdender Wettbewerb um Patienten, medizintechnische Veränderungen, Mindestfallzahlen,... )
9. Wie planen Sie Ihre Leistungen zu kommunizieren?  
(z.B. professionelle Website, Anzeigen in Lokalzeitungen, Rundschreiben, Praxis-Flyer, Kurse, ... )
10. Wie messen Sie Ihren Erfolg als Ärztin oder Arzt und den Erfolg Ihres Unternehmens?  
(z.B. Anzahl Patienten, gutes Netzwerk, finanzieller Erfolg, ... )