
Sachverzeichnis

- A**
- Absatz 2
 - Abwesenheitsnotiz 30
 - Action 56
 - AIDA-Modell 56
 - Analyse 5
 - Anmeldung 131
 - Anrufannahme 28
 - Anrufbeantworter 28, 29
 - Anrufweiterleitung 28
 - Anzeige
 - redaktionell gestaltet 111
 - Arbeitskreis 123
 - Attention 56
 - Ausweichtermin 29
 - Autor 121
 - Autowerbung 86
- B**
- Behandlungsschwerpunkt 59
 - behindertengerecht 49
 - Bekanntheitsgrad 115
 - Berichterstattung
 - redaktionelle 112
 - Berufsgenossenschaft 131
 - Berufsordnung 100
 - Fallbeispiele 108
 - Gesetzestext 106
 - Berufsverband 39
 - Beschwerdemanagement 128
 - Betriebswirtschaftliches Basiswissen 2
 - Blickkontakt 136
 - Branchenbuch 87, 88
 - Briefkastenwerbung 90
 - Briefkopf 22
 - Briefpapier 23
 - Budgetplanung 73
- C**
- Checkliste 1
 - Corporate Behavior 15
 - Corporate Communication 15
 - Corporate Design 15
 - Corporate Identity 5, 15, 18, 20, 117
 - Corporate Image 18
 - Customer Relationship Management 2
- D**
- Datenbank
 - medizinische 97
 - Desire 56
 - Direktmarketing 4
 - Domain 35
- E**
- E-Mail 30
 - E-Mail-Adresse 51
 - Einführungswerbung 59
 - Einsatz von Dritten 58
 - Einzelwerbung 57
 - Ergebnisqualität 127
 - Erhaltungswerbung 61
 - Erinnerungsdienst 18
 - Erinnerungsfunktion 30
 - Eröffnungsanzeige 60
 - Eröffnungszeitpunkt 60
 - Erreichbarkeit 28
 - Erscheinungsbild
 - persönlich 15
 - Praxis 16
 - Etatplanung 73
 - Eventmarketing 4
 - Expansionswerbung 60
- F**
- Fachkompetenz 45
 - Fachmesse
 - Informationsstand 59
 - Fachpublikationen 123
 - Farbenpsychologie 16
 - Fax 29
 - Faxvorlage 24, 30
 - Firmenwagen 75, 86
 - Flyer 24, 50
 - Design 25
 - Inhalt 25
 - Fortbildung 49, 109, 135
 - Fragenschema 29
- G**
- Gegenpol 59
 - Gelbe Seiten 87
 - Gemeinschaftspraxis 117
 - Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 100, 105
 - Gesetzestext 100
 - Berufsordnung 106
 - Heilmittelwerbegesetz 101
 - Gesetzesvorgaben
 - wettbewerbseinschränkende 100
 - Gesundheitsamt 131
 - Gratisangeboten 21
 - Großwerbemaßnahme 93
 - Grundgesetz 100
- H**
- Heilmittelwerbegesetz 100
 - Fallbeispiele 104
 - Gesetzestext 101
 - Hinweis
 - redaktioneller 114
 - Homepage 35, 81
 - Gesetzesvorgaben 46
 - Gestaltungsmöglichkeiten 41
 - Inhalt 46
 - Konzept 36
 - Pflichtangaben 43, 45, 144
 - Sprechstundenzeiten 47
 - Vorteile 50
 - Web-Fehler 51
 - Wegbeschreibung 49
 - Hospitationsplatz 70

- I
- Image 76
 - Information Highway 31
 - Informationsabende 26
 - Informationsaustausch 67
 - Informationsbedarf 26
 - Informationsblatt 98
 - Informationsstreuung 57
 - Informationsveranstaltung 57, 135
 - Insolvenzursachen 125
 - Interest 56
 - Internet 31
 - barrierefrei 49
 - Benutzeroberfläche 33
 - Browser 32
 - Datenrecherche 31
 - Firewall 31
 - Informationsaustausch 31
 - Links 32
 - Metasuchmaschinen 36
 - Nutzerabfrage 45
 - Provider 31
 - Suchmaschine 33
 - Suchmaschinenkatalog 36
 - User 33
 - Zugangsvoraussetzung 31
 - Internetpräsenz 35
 - ISDN-Anschluss 28
 - Ist-Zustand 142
- K
- Kindersprechstunde 47
 - Kinowerbung 93
 - Kolumnen 122
 - Kommunikation 70, 71
 - patientenorientiert 140
 - Kommunikationskonzept 70
 - Kommunikationsmittel 15
 - Kommunikationsseminar 146
 - Kommunikationssystem 28
 - Konkurrenzanalyse 6
 - Konkurrenzschutzklausel 13
 - Kooperationspartner 9
 - Kostenfrage 76
 - Krankheitsunterlagen 109
 - Krankheitsvertretung 117
 - Kundenakquise 61
 - Kundenmanagement 128
 - Kundenzufriedenheit 128
- Kurort 90
- Kurzvorstellung 136
- L
- Laienwerbung 58
 - Leasing 12
 - Leitgedanke 59
 - Leserbrief 26
 - Logistik 9
- M
- Maßnahmenplanung 143
 - Mailingaktion 91
 - Marketing 2, 4, 53
 - Abgrenzung Werbung 130
 - Vorurteile 3
 - Marketingkommunikation 4, 15
 - Marketingkostenplan 147
 - Marketingmaßnahme 146
 - Marketingvorkenntnisse 1
 - Marketingziel 146
 - Marktforschung 7
 - Marktnachfrage 7
 - Marktwirtschaft 2
 - Mitarbeiterzufriedenheit 128
 - Mundpropaganda 56, 115
 - Musterhomepage 36
- N
- Netzwerkmarketing 39
 - Newsgroups 39
 - Newsletter 37
 - Niederlassung 50
- O
- Öffentlichkeitsarbeit 4, 9
 - Online-Kommunikation 4
- P
- 4 P's 63
 - Patientenbeeinflussung 70
 - Patientenbindung 11
 - Patientenmagazine 37
 - Patientennutzen 65, 66
 - Patientenstamm 10
 - Patientenvolumen 13
 - Patientenzufriedenheitsmanagement 128
- PDF-Datei 50
- Place 63
 - Postfach
 - virtuelles 30
 - PR 4
 - Präsentationsmappe 67
 - Praxisatmosphäre 16, 81
 - Praxisaufteilung 16
 - Praxisbedarf 76
 - Praxisbroschüre 24, 26
 - Praxiseinrichtung 80
 - Praxiseröffnung 133
 - Anmeldung 131
 - Vorbereitung 132
 - Praxisfenster 85
 - Praxisführung 17
 - Praxisgemeinschaft 115
 - Praxislogo 18, 20, 50
 - Praxisneugründung 9
 - Praxisorganisation 81
 - Praxisphilosophie 59
 - Praxisplanung 6
 - Praxispräsenz 1
 - Praxisprofil 24
 - Praxis Schild 84, 109
 - Praxis Schildern 27
 - Praxis signet 18, 19
 - Praxisstandort 13
 - Praxisstempel 24
 - Praxisübernahme 9, 10
 - Übernahmefaktoren 11
 - Praxisunterlagen 11
 - Praxisverbund 50
 - Pressemitteilungen 4
 - Price 63
 - Problemanalyse 126
 - Product 63
 - Professionalität 15
 - Promotion 63
 - Prospektwerbung 88
 - Prozessqualität 127
 - Public Relations 4
 - Publikumsmagnet 7
 - Publikumswerbung 58, 59
- Q
- Qualifikationsmängel 125
 - Qualität 126
 - immaterielle 128
 - materielle 128
 - Qualitätskontrolle 127

- Qualitätsmanagement 126, 127
- R**
- Radiowerbung 94
 Ratgeber 27
 Rechnung 22
 Rechnungsformular 22
 Regelkreislauf 142
 Reichweite 76
 Rentabilität 128
 Repräsentation
 – formale 19
 Rezeptblock 21
 Rückgewinnungsmanagement 129
- S**
- Sachmitteilungen 92
 Schaukasten 86
 Schweigepflicht 108
 Selbsthilfegruppen 50
 Selektivität 76
 Seminar 68
 Situationsanalyse 142
 Skizze 18
 Sonderkonditionen 73
 Sondersprechstunden 50
 Spenden 95
 Spezialisierung 84, 92, 109
 Spezialisierungsbezeichnung 20
 Sponsoring 95
 Sprechzeiten
 – fest 17
 – flexibel 17
 Standortentscheidung 6
 Standortfrage 6
 Strategieplanung 142
 Streuungseffekt 27
 Strukturierung 5
 Strukturqualität 126
 Suchmaschine 95
 Suggestivwerbung 55
- T**
- Tag der offenen Tür 60
 Tageszeitung 54
 Teledienstgesetz 100
 Telefon 28
 Telefonsprechzeiten 18
 Telemediengesetz 42
 Terminblock 22
 Terminvereinbarung 28
 Therapieschwerpunkt 20, 66
 Tipps der Woche 37
- U**
- Übernahmepreis 11
 Übernahmeprotokoll 13
 Übernahmerisiken 9
 Unternehmensführung
 – kundenorientiert 2
 Urkunden 16
 Urlaubsvertretung 117
 UWG 54
- V**
- Veranstaltungen 4
 Verbandszugehörigkeiten 19
 Verbindlichkeiten 12
 – versteckte 12
 Verein 95
 Verkauf
 – Waren 119
 Visitenkarte 20
 – Inhalt 20
 Volkshochschule 27
 Vortrag
 – Prävention 68
- W**
- Wegbeschreibung 29
 Wegweiser 7, 49, 81, 83
 Werbeadressat 63
 Werbebotschaft 74
 Werbeeffekt 56
 Werbeetat 73
 – ausgabenorientierte Methode 73
 – konkurrenzorientierte Methode 74
 – ziel- und aufgabenorientierte Methode 74
 Werbemedien 74
 Werbemittel 57, 74
 – multisensorisch 80
 – unisensorisch 80
 Werbemittelstrategie 74
 Werbeplanung 73
 Werbereiz 56
 Werbestrategie 145
 Werbeträger 74
 Werbeträgerstrategie 74
 Werbeziel 72
 – psychologisch 72
 – streutechnisch 72
 Werbung 4, 53
 – Abgrenzung Marketing 130
 – antisaisonal 99
 – informativ 54
 – irreführend 54
 – saisonal 97
 – suggestiv 55
 Werte
 – ideelle 66
 – persönliche 66
 – soziale 66
 Wiedererkennungseffekt 18
 Workshop 27, 135
 WorldWideWeb 31
 Wunschtermin 29
- Z**
- Zeitungsartikel 91
 Zieldefinition 142
 Zielgruppe 3, 53, 63, 65, 66, 74
 – Ärzte 67
 – Frauenvereine 69
 – Hebammen 69
 – Kindergarten 67
 – Kollegen 66
 – Kooperationspartner 67
 – Patient 65
 Zukunftsprognose 142
 Zusammenarbeit
 – Apotheke 120
 – artverwandte Berufsgruppen 118
 – Ärzte 118
 – Naturkostladen 119
 – Reformhaus 119
 Zusatzbezeichnung 20
 Zusatzleistungen 6
 Zusatzqualifikationen 16, 54
 Zweiteinkommen 119