

ALVS-Vorträge und Kurzworkshops für Kliniken und soziale Einrichtungen

ALVS-Vorträge und Kurzworkshops kombinieren Wissensvermittlung mit praktischen Übungen, Kurzworkshops oder der Anwendung der präsentierten Methode. Für die Kurzworkshops empfiehlt sich eine Gruppengröße bis max. 15 Personen.

Übersicht

	Thema	Methode	Dauer
1.	Erfolgsfaktor „Beschwerdemanagement“	Vortrag und Kurzworkshop	1,5 h
2.	Vom Beschwerdemanagement zum Empfehlungsmarketing - Die besondere Rolle des Klinikpersonals	Vortrag mit Übungen	1 h
3.	Aktives und nachhaltiges Beschwerdemanagement - Was Kliniken und soziale Einrichtungen dafür tun können	Kurzworkshop	1 h
4.	Wie schreibe ich empfängerorientiert und was macht einen modernen Briefstil aus?	Vortrag mit praktischen Übungen	1 h
5.	Wie entwickle ich eine Marketingstrategie für meine Klinik oder Einrichtung?	Vortrag	1 h
6.	Veränderungsprojekte meistern – mit professioneller Change-Architektur	Vortrag und Kurzworkshop	2 h
7.	Veränderungen kommunizieren – Ebenen der betrieblichen Kommunikation	Vortrag und Kurzworkshop	2 h
8.	Was ist systemisches Coaching?	Vortrag und „verdecktes Coaching“	1,5 h

Die Themen im Einzelnen

1. Erfolgsfaktor „Beschwerdemanagement“

Eine professionelle Reaktion auf eine Beschwerde kann den Patienten umstimmen und für die Klinik oder soziale Einrichtung zurückgewinnen. Kein Unternehmen kann es sich im zunehmenden Wettbewerb leisten, verärgerte Patienten zu verlieren. Zudem können negative Erfahrungsberichte Einzelner beispielsweise über die Verbreitungswege der „Social Media“ eine große Öffentlichkeit erreichen. Dies kann das Image der Klinik oder sozialen Einrichtung nachhaltig schädigen und zum Verlust potentieller Interessenten führen. Gründe genug, Einzelbeschwerden ernst zu nehmen und ihnen erhöhte Aufmerksamkeit zu schenken.

- Bei diesem Vortrag erfahren Sie, warum der professionelle Umgang mit Beschwerden für eine Klinik oder soziale Einrichtung wichtig ist. In einem Kurzworkshop ermitteln Sie Ihre speziellen Erfolgsfaktoren und entwickeln erste Konzepte, wie Sie diese wirksam einsetzen können.

2. Vom Beschwerdemanagement zum Empfehlungsmarketing - Die besondere Rolle des Klinikpersonals

Im Gesundheitswesen haben Einzelmeinungen ein großes Gewicht. Soziale Netzwerke im Internet tragen zur Verbreitung dieser „persönlichen Eindrücke“ bei. Meinungen über ein Krankenhaus verfestigen sich häufig in der lokalen Öffentlichkeit und sind - einmal in die Welt gesetzt - im Nachhinein nur schwer zu beeinflussen. Das Meinungsmanagement einer Klinik sollte deshalb nicht nur „Schadensbegrenzung“ leisten, sondern darüber hinaus Einzelmeinungen aktiv beeinflussen, etwa durch Beschwerdemanagement oder durch Empfehlungsmarketing. Klinikmitarbeiter können das Empfehlungsmarketing aktiv fördern, wenn ihnen dafür das erforderliche Instrumentarium zur Verfügung steht und sie wissen, wann und wie sie es nutzen können.

- Bei diesem Vortrag lernen Sie die Grundlagen des Empfehlungsmarketings kennen und probieren eine praktische Arbeitshilfe aus.

3. Aktives und nachhaltiges Beschwerdemanagement - Was Kliniken und soziale Einrichtungen dafür tun können

Aktives und nachhaltiges Beschwerdemanagement in einer Klinik oder sozialen Einrichtung zielt auf einen kontinuierlichen Verbesserungs- und Lernprozess. Dies kann nur funktionieren, wenn alle Mitarbeiter in diesen Prozess eingebunden sind, ihn verstehen und ihn leben. Entscheidende Voraussetzungen sind eine „Fehlerkultur“ im Unternehmen und eine „interne Kommunikation“, die Mitarbeitern vermittelt, wie sie zu dem kontinuierlichen Verbesserungsprozess beitragen können.

- Bei diesem Kurzworkshop werden die Grundlagen eines aktiven und nachhaltigen Beschwerdemanagements präsentiert. Anhand eines Fallbeispiels aus einer Klinik identifizieren die Teilnehmer Maßnahmen für ein aktives Beschwerdemanagement.

4. Wie schreibe ich empfängerorientiert und was macht einen modernen Briefstil aus?

Jede professionelle Antwort auf die Beschwerde eines unzufriedenen oder verärgerten Patienten bietet die Chance, ihn umzustimmen und wieder für das Krankenhaus zu gewinnen. Das Antwortschreiben vermittelt die Position der Klinik auf eine zugespitzte Art und Weise. Dabei sind Konzentration auf relevante Inhalte und sprachliche Präzision erforderlich. Zudem sollte das Schreiben so formuliert und aufgebaut sein, dass es den Empfänger auch emotional anspricht.

- Erfahren und üben Sie bei diesem Vortrag, wie Sie stilistische Defizite erkennen und modern und kundenorientiert formulieren.

5. Wie entwickle ich eine Marketingstrategie für meine Klinik oder Einrichtung?

Ein neuer Webauftritt ist geplant – die bisherige Außendarstellung des Unternehmens muss aktualisiert werden, die Imagebroschüre ist vergriffen: Bald melden sich eine Vielzahl von Firmen, die Ihnen den neuen Webauftritt, die neue Hochglanzbroschüre oder ganz neue Werbemöglichkeiten in den Sozialen Medien verkaufen wollen. Oft genug werden in diesen Situationen Einzelmaßnahmen umgesetzt, ohne dass es eine sinnvolle Gesamtstrategie für das Marketing gibt. Es besteht dann das Risiko, dass wichtige Kommunikationskanäle außer Acht gelassen, Bedürfnisse Ihrer Kunden nicht erkannt oder die Unternehmensziele nicht deutlich genug präsentiert werden.

- Bei diesem Vortrag lernen Sie grundlegende Marketingstrategien kennen, die Ihnen helfen werden, mit Ihrem Werbebudget die maximale Wirkung zu erzielen. Mit einer Checkliste ermitteln Sie, ob Sie externe Unterstützung durch Agenturen oder Freelancer benötigen.

6. Veränderungsprojekte meistern – mit professioneller Change-Architektur

Zwei Drittel aller Change-Projekte scheitern. Die meisten Veränderungen sind sehr komplex und haben ein hohes Tempo. Weder beherztes Ärmelhochkrempeln noch detaillierte Fünfjahrespläne versprechen Erfolg. Eine professionelle Change-Architektur definiert, auf welchem Weg Veränderungsziele erreicht werden sollen. Sie beinhaltet alle Schritte, von den ersten Überlegungen zu einem Veränderungsvorhaben über die Bewältigung kritischer Phasen bis zum erfolgreichen Abschluss.

- Bei diesem Vortrag erfahren Sie, welche Bausteine für eine Change-Architektur Sie benötigen. Im Kurzworkshop entwickeln Sie mit diesen Bausteinen ein erstes Konzept für Ihren "Change".

7. Veränderungen kommunizieren – Ebenen der betrieblichen Kommunikation

Change-Prozesse gehören mittlerweile zur Normalität in Kliniken: Das Krankenhaus richtet sich neu aus, die Klinik bekommt einen neuen Träger, Abteilungen fusionieren, die Digitalisierung erfasst immer neue Bereiche. Was auch immer der Auslöser für den Change ist: Führungskräfte und Teams stehen vor der Herausforderung, neue Strategien entwickeln zu müssen. Sie sehen sich den offenen Fragen, Erwartungen und Ängsten der Mitarbeiter gegenüber. Diese für das Veränderungsvorhaben zu gewinnen ist meist die größte Herausforderung, die ganz wesentlich von der Kommunikation abhängt. Kommunizieren ist mehr als „informieren“. Sehr viel mehr.

- Nach einem Impulsreferat über „Ebenen der betrieblichen Kommunikation“ entwickeln die Teilnehmer bei einem Kurzworkshop einen Kommunikationsplan.

8. Was ist systemisches Coaching? Vortrag und „verdecktes Coaching“

Systemisches Coaching ist ein professionelles Persönlichkeitstraining. Aufgabe des Coaches ist es, gute Fragen zu stellen. Mit einer lösungs- und ressourcenorientierten Gesprächsführung begleitet Sie der Coach auf dem Weg zu Ihrem Ziel. Die Anlässe für ein Coaching können sowohl beruflich als auch privat sein.

- Nach dem etwa einstündigen Vortrag können Sie im zweiten Teil der Veranstaltung an einem „verdeckten“ Coaching teilnehmen. Dabei müssen Sie nichts sagen oder tun, sondern sich einfach nur von den Fragen des Coaches inspirieren lassen.

Referentin: Gisela Meese, Organisationsentwicklerin (IHK-zertifiziert), Systemischer Coach (ECA-zertifiziert) und offizielle Kooperationspartnerin des Bundesverbands Beschwerdemanagement (BBfG). Langjährig war sie Geschäftsführerin im Gesundheitswesen mit Personalverantwortung. Zum Umgang mit Patientenbeschwerden hat sie ein Buch und mehrere Fachartikel veröffentlicht. Weitere Informationen Veröffentlichungen unter ALVS-Klinikberatung (www.alvs.de)