

Auswahl bisher teilnehmender Darmkrebszentren:

- Darmkrebszentrum Bremen West des DIAKO Bremen
- Darmzentrum des DONAUISAR Klinikums des Landkreises Deggendorf
- Darmzentrum Südwestfalen des St. Martinus-Hospital Olpe
- Darmzentrum Nordoberpfalz des Klinikums Weiden
- Interdisziplinäres Darmtumorzentrum der Charité Berlin

Erfahrungsberichte unserer Teilnehmer finden Sie unter www.marketing-fuer-zentren.de.

Kontakt und Ansprechpartner



Univ.-Prof. Dr. Michael Lingenfelder

Leiter des TransMIT-Projektbereichs für evidenzbasiertes Marketing der TransMIT GmbH & Inhaber der Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre der Philipps-Universität Marburg

Telefon: 06421 28 23 763
E-Mail: michael.lingenfelder@transmit.de



Dr. Daniel Hoppe

Leiter des Projekts Evidence-based Marketing – Darmkrebszentren & Postdoktorand an der Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre an der Philipps-Universität Marburg

Telefon: 06421 28 63 767
E-Mail: daniel.hoppe@transmit.de

Bitte wenden Sie sich bei Fragen oder zur Anmeldung zum Vermarktungs-Check-Up gerne an Ihren Ansprechpartner Herrn Dr. Daniel Hoppe.

Projektorganisation



Gesellschaft für
Technologietransfer mbH

Kerkrader Straße 3
D-35394 Gießen

Durchführung:

TransMIT-Projektbereich für evidenzbasiertes Marketing
c/o Philipps-Universität Marburg
Professur für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre,
insbes. Marketing und Handelsbetriebslehre

Universitätsstraße 24
D-35037 Marburg

Telefon: 06421 28 23 763
Telefax: 06421 28 28 963
E-Mail: daniel.hoppe@transmit.de

Inhaltlich verantwortlich:

Prof. Dr. Michael Lingenfelder

Unterstützende Institutionen



Zukunft Zentrum



© fotolia_Robert Kreschke

Evidenzbasiertes Marketing für Darmkrebszentren

Wettbewerbsvorteile richtig nutzen

Das Projekt „Evidence-based Marketing für Darmkrebszentren“ wurde 2017 durch die Arbeitsgemeinschaft Deutscher Zertifizierter Darmkrebszentren (ADDZ e.V.) gemeinsam mit dem TransMIT-Projektbereich für evidenzbasiertes Marketing unter der Leitung von Prof. Dr. Michael Lingenfelder sowie dem Institut für Health Care Management der Philipps-Universität Marburg ins Leben gerufen.



Ziel des Projektes ist es, zertifizierte Darmkrebszentren bei ihren Vermarktungsaktivitäten zu unterstützen, damit diese ihre Position in ihrem jeweiligen regionalen Gesundheitsmarkt stärken. Hintergrund ist die geringe Quote der Darmkrebspatienten, die derzeit in zertifizierten Zentren behandelt werden (unter 50 Prozent), obwohl diese durch ihre exzellente Behandlungsqualität über einen deutlichen Wettbewerbsvorteil gegenüber herkömmlichen Fachabteilungen verfügen.

Ein weiteres Ziel des Projektes ist es, die angewandten Marketing- und Vertriebsinstrumente wissenschaftlich zu evaluieren und daraus ein evidenzbasiertes Vorgehen für zertifizierte Darmkrebszentren abzuleiten.

Handlungsempfehlungen erhalten

Teilnehmende Darmkrebszentren erhalten die Möglichkeit, ihre bisherigen Vermarktungsaktivitäten durch ein Team aus Wirtschaftswissenschaftlern und Kommunikationsexperten überprüfen zu lassen und anschließend maßgeschneiderte Handlungsempfehlungen zu erhalten. Darin enthalten sind u.a. ganz konkrete Vertriebs- und Kommunikationsinstrumente, die während der Projektlaufzeit stetig weiterentwickelt werden. Konkret unterteilt sich der Ablauf des Projektes in vier Module (s. Projektablauf).

Projektablauf

Modul 1: Vermarktungs-Check-Up

Analyse des Status Quo der Vermarktungsaktivitäten bei jedem teilnehmenden Darmkrebszentrum*

Modul 2: Toolbox

Aufbau von erprobten Vermarktungs-Instrumenten für Darmkrebszentren in Form einer „Toolbox“

Modul 3: Auswertung

Anwendung ausgewählter Vermarktungs-Instrumente aus der „Toolbox“ bei Darmkrebszentren unter „kontrollierten“ Bedingungen inkl. empirischer Messung der Effekte

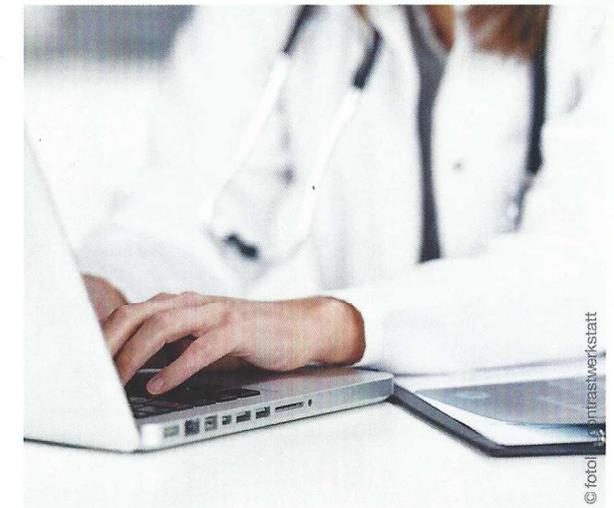
Modul 4: Erfahrungsaustausch

Diskussion der Erfahrungen mit dem Einsatz von Vermarktungs-Instrumenten und der in Modul 3 erzielten empirischen Ergebnisse in einem Arbeits- und Erfahrungskreis

* Modul 1 ist für Teilnehmer verpflichtend, Module 2 - 4 sind fakultativ.

Teilnehmen und profitieren

Die Teilnahme am Projekt „Evidence-based Marketing“ ist für zertifizierte Darmkrebszentren möglich. Profitieren Sie von einer systematischen Evaluation Ihrer Vermarktungsaktivitäten und priorisierten Handlungsempfehlungen.



Sofern Sie am Projekt „Evidence-based Marketing“ teilnehmen wollen, ist die Teilnahme an Modul 1 (Durchführung eines Vermarktungs-Check-Ups in Ihrem Darmkrebszentrum) verpflichtend. Alle weiteren Module sind fakultativ und können von Ihnen, je nach Ergebnis des Vermarktungs-Check-Ups, zusätzlich belegt werden.

Nehmen Sie bei Interesse gerne Kontakt mit uns auf und lassen Sie sich über die Details unseres Projekts informieren. Nach Ihrer Entscheidung für Modul 1 stimmen wir mit Ihnen zeitnah Termine für die Durchführung Ihres individuellen Vermarktungs-Check-Ups ab.