

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

9^Η ΕΝΟΤΗΤΑ: ΤΑ 7Ps σε ένα διαγνωστικό κέντρο και σε ένα νοσοκομείο

9.1 ΤΑ 7Ps σε ένα διαγνωστικό κέντρο

1. Product (Προϊόν)

- **Υπηρεσίες:** Το διαγνωστικό κέντρο προσφέρει μια ποικιλία διαγνωστικών εξετάσεων, όπως αιματολογικές αναλύσεις, ακτινογραφίες, αξονικές και μαγνητικές τομογραφίες, υπερηχογραφήματα, καθώς και προγράμματα προληπτικού ελέγχου.
- **Ποιότητα:** Εξαιρετική ποιότητα υπηρεσιών με άριστο εξοπλισμό και εκπαιδευμένο προσωπικό που εξασφαλίζει ακριβή αποτελέσματα και γρήγορη εξυπηρέτηση.
- **Εξειδικευμένες Υπηρεσίες:** Δυνατότητα παροχής εξειδικευμένων εξετάσεων (π.χ., καρδιολογικές ή ογκολογικές) προσαρμοσμένες στις ανάγκες των ασθενών.

2. Price (Τιμή)

- **Διαμόρφωση Τιμολόγησης:** Ανταγωνιστικές τιμές για τις εξετάσεις, προσαρμοσμένες στην αγορά. Δυνατότητα προσφορών και πακέτων υπηρεσιών (check-up).
- **Ευελιξία Πληρωμών:** Παροχή επιλογών πληρωμής, όπως δόσεις ή συνεργασίες με ασφαλιστικές εταιρείες για κάλυψη των εξετάσεων.
- **Προγράμματα Πιστότητας:** Εκπτώσεις ή προνόμια για τακτικούς πελάτες ή εκείνους που φέρνουν νέα μέλη.

3. Place (Διανομή)

- **Τοποθεσία:** Το διαγνωστικό κέντρο βρίσκεται σε στρατηγική τοποθεσία, εύκολα προσβάσιμη από το κοινό, κοντά σε νοσοκομεία και άλλες ιατρικές εγκαταστάσεις.

- **Διαδικτυακή Πρόσβαση:** Δυνατότητα online προγραμματισμού ραντεβού και λήψης αποτελεσμάτων μέσω μιας φιλικής προς το χρήστη ιστοσελίδας ή εφαρμογής.
- **Πρόσβαση:** Διασφάλιση εύκολης πρόσβασης για άτομα με αναπηρία, με επαρκείς χώρους στάθμευσης και κοντινές συγκοινωνιακές συνδέσεις.

4. Promotion (Προώθηση)

- **Διαφημιστικές Καμπάνιες:** Χρήση ψηφιακών και παραδοσιακών μέσων (social media, έντυπες διαφημίσεις) για την προώθηση υπηρεσιών και προσφορών.
- **Εκδηλώσεις Υγείας:** Διοργάνωση ημερίδων ή σεμιναρίων για την ενημέρωση του κοινού σχετικά με τη σημασία των διαγνωστικών εξετάσεων και της πρόληψης.
- **Στρατηγικές Δημόσιων Σχέσεων:** Συνεργασία με τοπικούς γιατρούς και νοσοκομεία για τη συστάση του κέντρου, καθώς και προώθηση θετικών εμπειριών πελατών.

5. People (Άνθρωποι)

- **Εκπαιδευμένο Προσωπικό:** Εξειδικευμένο και φιλικό προσωπικό, που περιλαμβάνει γιατρούς, τεχνολόγους και υπαλλήλους υποδοχής, που είναι εκπαιδευμένοι να παρέχουν ποιοτική εξυπηρέτηση.
- **Εξυπηρέτηση Πελατών:** Στρατηγικές για την εξασφάλιση άριστης εμπειρίας για τον ασθενή, με το προσωπικό να είναι προσεκτικό και υποστηρικτικό.
- **Συνεχιζόμενη Εκπαίδευση:** Παροχή εκπαιδευτικών προγραμμάτων για το προσωπικό ώστε να ενημερώνονται για τις τελευταίες τεχνολογίες και διαδικασίες.

6. Process (Διαδικασία)

- **Αποτελεσματική Διαδικασία Εξυπηρέτησης:** Σαφείς και οργανωμένες διαδικασίες για τη λήψη και ανάλυση δειγμάτων, καθώς και για την ενημέρωση των ασθενών σχετικά με τις διαδικασίες.

- **Ευκολία Ραντεβού:** Απλοποίηση της διαδικασίας προγραμματισμού ραντεβού και της παραλαβής αποτελεσμάτων, μέσω ηλεκτρονικών υπηρεσιών και εφαρμογών.
- **Αξιολόγηση και Βελτίωση:** Συνεχής ανατροφοδότηση από τους ασθενείς για την παρακολούθηση και τη βελτίωση των διαδικασιών.

7. Physical Evidence (Φυσικά Στοιχεία)

- **Εγκαταστάσεις:** Καθαροί, άνετοι και φιλόξενοι χώροι αναμονής και εξετάσεων, που υποδηλώνουν επαγγελματισμό και ασφάλεια.
- **Σημάνσεις και Υλικό Πληροφόρησης:** Καλή σήμανση στους χώρους του κέντρου και ενημερωτικό υλικό (φυλλάδια, αφίσες) που προβάλλει τις υπηρεσίες και τις διαδικασίες.
- **Διαδικτυακή Παρουσία:** Μια σύγχρονη και λειτουργική ιστοσελίδα που παρέχει πληροφορίες για τις υπηρεσίες, καθώς και την δυνατότητα online ραντεβού και πρόσβασης στα αποτελέσματα.

Αυτά τα 7 P παρέχουν μια ολοκληρωμένη προσέγγιση για την ανάπτυξη στρατηγικών μάρκετινγκ που μπορούν να βοηθήσουν ένα διαγνωστικό κέντρο να προσελκύσει περισσότερους πελάτες, να βελτιώσει την εμπειρία των ασθενών και να ενισχύσει τη θέση του στην αγορά.

9.2 ΤΑ 7Ps σε ένα νοσοκομείο

1. Product (Προϊόν)

Ανάλυση

Το "προϊόν" αναφέρεται στις υπηρεσίες που παρέχει το νοσοκομείο, όπως οι ιατρικές εξετάσεις, οι θεραπείες και οι επεμβάσεις.

Παράδειγμα

- **Ιατρικές Υπηρεσίες:** Ένα νοσοκομείο προσφέρει ποικιλία υπηρεσιών, όπως καρδιολογία, ογκολογία, και ορθοπαιδική. Για παράδειγμα, το Ιπποκράτειο Νοσοκομείο μπορεί να παρέχει εξειδικευμένες υπηρεσίες όπως βηματοδότες ή εμβολιασμούς.

2. Price (Τιμή)

Ανάλυση

Η πολιτική τιμολόγησης περιλαμβάνει τις τιμές που χρεώνει το νοσοκομείο για τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Αυτές μπορεί να επηρεάζονται από την ασφαλιστική κάλυψη των ασθενών.

Παράδειγμα

- **Διαφορετικά Πακέτα Υπηρεσιών:** Ένα νοσοκομείο μπορεί να προσφέρει πακέτα υπηρεσιών για εξετάσεις, που να περιλαμβάνουν αιματολογικές αναλύσεις σε προνομιακή τιμή. Επίσης, μπορεί να υπάρχουν μειωμένες τιμές για ασθενείς που δεν έχουν ασφαλιστική κάλυψη ή προσφορές για προληπτικές εξετάσεις.

3. Place (Τόπος)

Ανάλυση

Αυτό το στοιχείο αναφέρεται στην τοποθεσία και την προσβασιμότητα του νοσοκομείου, καθώς και στη διαχείριση των εγκαταστάσεών του.

Παράδειγμα

- **Εγκαταστάσεις και Τοποθεσία:** Το νοσοκομείο μπορεί να βρίσκεται σε κεντρική τοποθεσία με εύκολη πρόσβαση μέσω δημόσιων συγκοινωνιών. Επιπλέον, μπορεί να διαθέτει άνετους και καλά εξοπλισμένους χώρους για τις επείγουσες υπηρεσίες, ώστε οι ασθενείς να μπορούν να προσεγγίσουν γρήγορα το τμήμα επειγόντων περιστατικών.

4. Promotion (Πρώθηση)

Ανάλυση

Αφορά τις στρατηγικές μάρκετινγκ που χρησιμοποιούνται για να προσελκύσουν τους ασθενείς και να τους ενημερώσουν για τις διαθέσιμες υπηρεσίες.

Παράδειγμα

- **Διαφημιστικές Καμπάνιες:** Ένα νοσοκομείο μπορεί να χρησιμοποιεί ψηφιακές πλατφόρμες (όπως ιστοσελίδες και κοινωνικά δίκτυα) για την

προώθηση των υπηρεσιών του, όπως η ενημέρωση για προληπτικές εξετάσεις ή εκδηλώσεις υγείας. Σημαντικές εκδηλώσεις όπως «Ημέρες Υγείας» μπορούν επίσης να προγραμματιστούν για να προσελκύσουν κοινό.

5. People (Άνθρωποι)

Ανάλυση

Αυτό το στοιχείο αναφέρεται στους ανθρώπους που παρέχουν τις υπηρεσίες και την αλληλεπίδραση μεταξύ του προσωπικού και των ασθενών.

Παράδειγμα

- **Επαγγελματίες Υγείας:** Το νοσοκομείο διαθέτει έμπειρους γιατρούς και νοσηλευτές που παρέχουν υψηλής ποιότητας φροντίδα. Η καλή επικοινωνία και η φιλική προσέγγιση του προσωπικού μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην εμπειρία του ασθενή.

6. Process (Διαδικασία)

Ανάλυση

Αυτό το στοιχείο αναφέρεται στις διαδικασίες που ακολουθούνται για την παροχή υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των διαδικασιών εισαγωγής, θεραπείας και εξόδου.

Παράδειγμα

- **Διαδικασία Εισαγωγής:** Ένα νοσοκομείο μπορεί να έχει απλοποιημένες διαδικασίες εισαγωγής, όπου οι ασθενείς συμπληρώνουν μια φόρμα και προγραμματίζουν τις εξετάσεις τους γρήγορα, μειώνοντας τον χρόνο αναμονής.

7. Physical Evidence (Φυσικά Στοιχεία)

Ανάλυση

Αυτή η κατηγορία αναφέρεται στα φυσικά στοιχεία που σχετίζονται με την υπηρεσία, όπως οι εγκαταστάσεις και ο εξοπλισμός.

Παράδειγμα

- **Καθαρές και Μοντέρνες Εγκαταστάσεις:** Ένα νοσοκομείο μπορεί να διατηρεί τακτικά καθαρές τις εγκαταστάσεις του και να παρέχει σύγχρονο ιατρικό εξοπλισμό. Η εμφάνιση και η κατάσταση των εγκαταστάσεων ενισχύουν την αντίληψη των ασθενών για την ποιότητα της φροντίδας.

Βιβλιογραφία

1. **Bateson, J.E.G., & Hoffman, K.D.** (2010). *Services Marketing* (4th ed.). Cengage Learning.
2. **Grönroos, C.** (2011). *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition* (3rd ed.). Wiley.
3. **Kotler, P., & Keller, K.L.** (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
4. **Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D.** (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
5. **Lovelock, C.H., & Wirtz, J.** (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (8th ed.). Pearson.