



Auswertung

Spital-Newsletter

Stärken / Schwächen / Chancen

Im Winterhalbjahr 2017/18 haben wir 12 Newsletter von Schweizer Spitalern abonniert und ausgewertet. Dies mit dem Ziel, einen prägnanten, informativen kurzen Bericht zu erstellen: Welche Inhalte transportieren die Spitäler mit Newslettern? Welche Stärken und welche Schwächen fallen im Newsletter-Auftritt auf? Welche Chancen sollten Spitäler nutzen, um in ihrem Kommunikationsmix mit Newslettern eine starke Wirkung zu erzielen?

Aus Meggen wünsche ich Ihnen beim Durchblättern inspirierende Momente.

Jörg Neumann

Übrigens: Wenn Sie mehr über die wichtigsten Spielregeln für «Erfolgreiches Newsletter-Marketing» erfahren wollen, empfehle ich Ihnen das Power-Seminar auf der Rückseite dieser Broschüre.



NeumannZanetti & Partner

The Empowerment Company

www.nzp.ch

Inhalte (Content)

Die Inhalte, die in den Newslettern der Spitäler transportiert werden, sind sehr vielfältig. In alphabetischer Sortierung führen wir sie hier auf:

- Ansprechpersonen der Klinik vorstellen
- Ausstellungen in der Klinik ankündigen
- Bauabschnitte oder -fortschritte
- Behandlungshinweise erklären
- Einblicke gewähren (OP, Hinter den Kulissen)
- Einladung zur Musterzimmer-Besichtigung
- Erfolge in der Mitarbeiterentwicklung präsentieren
- Forschungs-Neuigkeiten vorstellen
- Fragen aus dem Praxisalltag mit Empfehlungen vorstellen
- Geschäftsbericht vorstellen/zum Download anbieten
- Gratulationen zu Jubiläen oder Ausbildungsabschlüssen
- GVs (Generalversammlungen): Verlauf und Ergebnisse vorstellen
- Hintergrundwissen zu Krankheiten und Behandlungen vorstellen
- Informationen zu Ausbildungsprogrammen liefern
- Interviews mit Ärzten und Mitarbeitern
- Medizinische Angebote (neue) vorstellen
- Neue Ärzte vorstellen
- Politische/regulatorische Neuerungen vorstellen
- Qualitätsmanagement: Schritte, Programme, Ergebnisse vorstellen
- Tagungsprogramme ankündigen (an denen Führungskräfte der Klinik teilnehmen)
- Teammitglieder (neue, bestehende) vorstellen
- Therapie-Angebote präsentieren
- Studienergebnisse vorstellen
- Veranstaltungen in der Klinik bewerben
- Wohnhäuser der Mitarbeiter vorstellen
- Zusatzangebote vorstellen (Restaurant, Seminarräume, Wellness)
- Zertifizierungen vorstellen
- Zuweiser-Informationen und Ansprechpersonen vorstellen

5 Stärken, die in Spital-Newslettern besonders auffielen

1

Starke Informationen/ Ratgeber-Funktion

Newsletter werden dann besonders häufig gelesen, wenn Sie für den Empfänger eine Art Ratgeberfunktion bieten. Viele der Inhalte, die ein Spital aufgreifen kann, werden dafür bereits exzellent genutzt.

2

Verlinkung mit Social Media

Für die Nutzung der sozialen Medien (um Bekanntheitsgrad und Image zu fördern) sind auch im Spital Inhalte gefragt. In einigen Spitälern gelingt es gut, die Newsletter-Inhalte über soziale Medien zu teilen.

3

Strukturierter Aufbau und Gestaltung

Newsletter werden ähnlich wie Zeitungen gelesen. Leser suchen eine Struktur und erwarten spezifische Inhalte an «ihrem Platz». Das gelingt teils sehr gut (bei der Struktur noch mehr als bei der Gestaltung).

4

Regelmässiger Versand

Einige Newsletter erscheinen monatlich, also regelmässig – und nicht nur, wenn «es mal wieder nach ist». Dies erhöht die Glaubwürdigkeit und verstärkt die Wirkung.

5

Frischer sprachlicher Auftritt

Die Themen eines Spital-Newsletter sorgen schon für genügend Fachbegriffe bzw. Sachlichkeit. Einige Newsletter bieten eine sympathische Ansprache der Leser («Bunte Herbstgrüsse aus Ihrer ... Klinik»).

5 Schwächen, die «nicht zu übersehen waren»

1 Kein Autor bzw. Absender

Einigen Newslettern kann man in der Email ansehen, wer sie versendet (z.B. Kommunikationsabteilung oder Sekretariat der Spitalleitung). Aber fast allen Newslettern fehlt ein Autor bzw. ein echter Absender.

2 Unübersichtlich

Für nicht einmal die Hälfte der Newsletter wurde eine spezifische Software verwendet. Sogar wenn eine solche Software eingesetzt wurde, wirkten die Newsletter teilweise wie zufällig zusammengestellt.

3 Fassaden statt Menschen

Als «Visual» setzen die Spitäler oft auf Gebäudeansichten bzw. Fassaden. Das wirkt veraltet und wenig persönlich, geschweige denn inspirierend.

4 Fehlende Verlinkung mit der Website

Gute Newsletter-Beiträge machen Lust auf mehr. Und dieses «Mehr» findet sich auf der Homepage des Spitals. Zu selten sind die Inhalte und Beiträge clever mit der Homepage verlinkt.

5 Zu lange Beiträge

Kennen Sie «tldr»? Es steht für «too long don't read». Die «XL-Version» eines Beitrags gehört auf die Homepage eines Spitals – Newsletter-Beiträge sind leider häufig zu lang geraten.

5 Chancen (für eine stabile Qualität und Wirkung)

1 Redaktioneller Auftritt

Umso «redaktioneller» der Auftritt eines Newsletters wahrgenommen wird, desto attraktiver und glaubwürdiger wirkt er. Deshalb sollte ein klarer Absender (bzw. eine Absenderin) definiert werden, der im Newsletter auch als solche/r erkennbar ist.

2 Ein Editorial voranstellen

Das Lesen eines Newsletters ist ein bisschen wie ein Besuch im Spital. Deshalb sollen die Leser zu Beginn begrüsst, angesprochen und orientiert werden. Wie im Editorial einer guten Veröffentlichung.

3 Informationsqualität sicherstellen

Wenn im gleichen Newsletter ein neuer Arzt ausführlich, mit tollem Foto und Detailinformationen vorgestellt wird, ein anderer neuer Arzt nur knapp und in wenigen Stichworten, dann ist das schade. Stellen Sie für die Beiträge frühzeitig genügend gute Informationen sicher.

4 Zielgruppen klar und attraktiv ansprechen

Zuweiser sind an anderen Informationen interessiert als Patienten, Förderer oder gar potenzielle Mitarbeiter. Trotzdem erhalten oft alle den genau gleichen Newsletter. Dann bitte konsequent für eine klare Ansprache dieser Zielgruppen zu Beginn der Inhalte sorgen.

5 Interaktion statt zu viel Information

Starke Newsletter wecken Neugier und lösen einen Dialog aus. Überlegen Sie: Wozu können Sie Ihre Leser animieren? Woran können diese teilnehmen, wozu können sie sich äussern oder was sollen sie tun?

Erfolgreiches Newsletter-Marketing

Die wichtigsten Spielregeln für ein modernes Newsletter-Marketing

Donnerstag, 13. September 2000+18 von 8.30 bis 12.00 Uhr
im Seminarraum «IdeenReich» bei NeumannZanetti & Partner in Meggen

Der ideale Donnerstagsvormittag für alle, die den Erfolg ihres Newsletters nicht dem Zufall überlassen wollen.

Diesen Vormittag verbringen Sie mit dem renommierten deutschen Professor Stefan Heijnk. Sie erarbeiten mit ihm die Erfolgsfaktoren für ein modernes Newsletter-Marketing. Zudem zeigt er Ihnen auf, wie Sie Ihre Online-Aktivitäten (Newsletter, Website, Facebook & Co.) clever aufeinander abstimmen.

Nach diesem Power-Seminar werden Sie

- überprüfen, welches Optimierungspotenzial Ihr eigener Newsletter noch hat
- Innovation, Pepp & Nachhaltigkeit in Ihr Newsletter-Marketing bringen
- Massnahmen ergreifen, um online mehr Interessenten zu Kunden zu machen

Ihr besonderer Mehrwert

Im Seminar verraten wir Ihnen die Erfolgsfaktoren, die Newsletter zur Legende machen.

Der Mehrwert für Ihr Unternehmen

Ihre Kunden lesen Ihren Newsletter mit noch mehr Freude und werden zu Botschafter Ihres Unternehmens.

Die Trainer



Stefan Heijnk



Jörg Neumann

Ihre Investition pro Person

CHF 440.00
zuzüglich CHF 49.00
Seminarpauschale

Haben Sie Jörg Neumann's Weekly Empowerment Newsletter abonniert? Dann profitieren Sie vom Spezialpreis von CHF 333.00

Kundenstatements:

«Im September habe ich Euer Seminar **Erfolgreiches Newsletter-Marketing** besucht. Ich habe die Inputs in unserem SPIELBAR-Newsletter umgesetzt. Seitdem ist unser Abo-Stamm kontinuierlich gewachsen. Ausserdem erhalte ich regelmässig lobende Rückmeldungen zum Newsletter, insbesondere, was den Auftritt und die Konsequenz betrifft. Darum ist heute Zeit, Euch ganz herzlich zu danken!» Martin Herzberg, SPIELBAR

