

Konzept Mapping für Gesundheitsorganisationen (Teil II)

Von Michael Hall

Das ‚Life Institute‘ in Albany, New York, erstellte eine neue Markteinführung eines koordinierten Pflegeservices für Patienten mit chronischen Erkrankungen, unheilbaren Krankheiten und für die Familienangehörigen, die sich um solche Patienten kümmern. Der Vorstand des Instituts entschied, dass eine gründliche Untersuchung der Forschung und Bewertung vonnöten war, und stimmte einem Konzept Mapping Marktforschungsprojekt zu. Konzept Mapping auf Basis von DME bietet das Leistungsvermögen eines maßbezogenen Inhaltes, unter gleichzeitiger Berücksichtigung wichtiger psychologischer Faktoren. Das hauptsächliche Ziel der ‚Übersichtskarten‘ von Konzepten und Raum ist die Erstellung von Botschaften des Gesundheitsmarketings und der Öffentlichkeitsarbeit: Patienten sollen davon überzeugt werden, sich in Behandlung zu begeben, in Behandlung zu verbleiben, oder gesundheitspräventive Maßnahmen durchzuführen, und Konsumenten sollen andere wichtige Gesundheitsprogramme nahegebracht werden. Hinsichtlich des Marketings müssen die Provider die Gedankengänge ihrer Konsumenten und Gemeinden verstehen, um eine ausreichende Anzahl von Usern anzuziehen und weiterhin die benötigten Gesundheitsdienste anbieten zu können.

Published on : Sun, 1 Aug 2010