

Markenbildung im Krankenhaus

Die meisten Menschen können sagen, für welches Versprechen BMW steht (Freude am Fahren) und welche Schokolade besonders zartschmelzend ist (Milka). Kaum ein Branchenferner kann allerdings etwas mit einem Krankenhaus oder einer Krankenhausgruppe verbinden. Dabei geben Marken Sicherheit, Orientierung und Vertrauen - alles Werte, die ein Krankenhaus vermitteln sollte, wenn es die Kommunikation auf Augenhöhe mit dem Patienten ernst nimmt. Der Band ist in zwei Bereiche aufgeteilt: Der erste Teil erläutert die Grundlagen zu Markenbildung, Markenführung und Budgetplanung, der zweite Teil zeigt zahlreiche Beispiele aus der Praxis.

Die meisten Menschen können sagen, für welches Versprechen BMW steht (Freude am Fahren) und welche Schokolade besonders zartschmelzend ist (Milka). Kaum ein Branchenferner weiß allerdings mit einem Krankenhaus oder einer Krankenhausgruppe etwas zu verbinden. Dabei geben Marken Sicherheit, Orientierung und Vertrauen - alles Werte, die ein Krankenhaus vermitteln sollte, wenn es die Kommunikation auf Augenhöhe mit dem Patienten ernst nimmt. Der Band ist in zwei Bereiche aufgeteilt: Der erste Teil erläutert die Grundlagen strategischer Unternehmenskommunikation und Kommunikation, der zweite Teil zeigt zahlreiche Beispiele aus der Praxis.

Strategische Unternehmenskommunikation
für Krankenhäuser und Gesundheitseinrichtungen

Simone Hoffmann

Markenbildung im Krankenhaus

Kohlhammer

25,00 €

23,36 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9783170287075

Medium: Buch

ISBN: 978-3-17-028707-5

Verlag: Kohlhammer

Erscheinungstermin: 11.11.2015

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2015

Serie: Strategische

Unternehmenskommunikation für
Krankenhäuser und

Gesundheitseinrichtungen

Produktform: Kartoniert

Gewicht: 209 g

Seiten: 114

Format (B x H): 139 x 203 mm

