



FOKUS Gesundheitskommunikation

Checkliste für erfolgreiche PR-Kampagnen im Gesundheitssektor

1. Kampagnenumfeld analysieren

Zu den Vorbetrachtungen jeder Kampagne gehört eine detaillierte Problem- und Umfeldanalyse, ggf. eine Marktanalyse.

2. Konkrete Ziele

Welche Ebene soll angesprochen werden: kognitive, affektive, soziale Ebene? Soll eine allgemeine oder regionale Bekanntheit, die Aufmerksamkeit einer bestimmten Risikogruppe, eine Verhaltens- oder eine Bewusstseinsänderung erreicht werden? Je klarer die Formulierung, umso erreichbar ist das Ziel.

3. Segmentierung der Zielgruppen nach Problembezug

An wen richtet sich die PR-Kampagne? Sind es indirekt oder potenziell betroffene Personen, Betroffene ohne Handlungsmotivation, Sensibilisierte ohne unmittelbare Handlungsintention, Veränderungswillige ...?

4. Strategie entwickeln

Eine gute Strategie berücksichtigt alle internen und externen Zielgruppen und enthält eine Positionierung.

5. Kernbotschaften formulieren

Welche Inhalte, welches Wording sind für die einzelnen Dialoggruppen ziel-führend? Wurde hier auch das soziale Umfeld der Zielgruppen berücksichtigt?

6. Kommunikationskanäle

Die Wahl der Kommunikationswege folgt der Erreichbarkeit der relevanten Zielgruppen. Wo können Synergieeffekte erreicht werden?

7. Maßnahmenplanung und Umsetzung

Gute PR-Maßnahmen sind für die Rezipienten leicht verständlich und haben einen emotionalen Aspekt. Alle Aktionen sind crossmedial gedacht.
Es wurde eine Dramaturgie entwickeln und es liegt ein Themenplan vor.



8. Budgetierung & Ressourcen

Die Finanzierung ist im Detail abgestimmt und Reserven sind eingerechnet. Alle verfügbaren Ressourcen (Kompetenz, Kapazitäten, Budget) wurden sorgfältig geprüft, um den Lauf der PR-Kampagne nicht zu gefährden. Alle Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten sind vereinbart und realistisch.
Für die Umsetzung werden alle sozialen Ressourcen benötigt, um in Fach- und Publikumsmedien, in sozialen Netzwerken, in Radio, TV, auf Plakaten oder auf Veranstaltungen erfolgreich zu sein.



9. Evaluation

Es wurden qualitative und quantitative Kriterien für die Erfolgskontrolle der PR-Kampagne definiert. Der Aufwand für die Evaluation wurde Budgetiert.



Fokus Gesundheitskommunikation

ist eine Veröffentlichung von Queißer PR - Agentur für Gesundheitskommunikation in Berlin. Die Inhaberin Eva Queißer-Drost ist PR-Beraterin und Business Coach. Mit ihrem Team entwickelt sie PR-Kampagnen für Unternehmen und Persönlichkeiten der Gesundheitswirtschaft. Auf Workshops vermittelt sie Kompetenzen für die PR-Arbeit und die Unternehmenskommunikation. Die Agentur für Gesundheitskommunikation bietet einmalige oder begleitende PR-Beratung und PR-Service für Kliniken, Verbände, Gesundheitseinrichtungen, Gesundheitsnetzwerke sowie Unternehmen der Gesundheitswirtschaft an.
Das Credo der Agentur Queißer PR: Extern, aber gemeinsam.

Haben Sie Fragen zur Gesundheitskommunikation?

Sie erreichen uns telefonisch unter 030-34 50 85 88 oder per Email unter mail@queisser-pr.de.
Mehr erfahren Sie auch unter www.queisser-pr.de.