

Die Publikation als Media-Pack

– Buch und Daten-CD –

Preis:

€99,- (plus Versandkosten)

Das Buch:

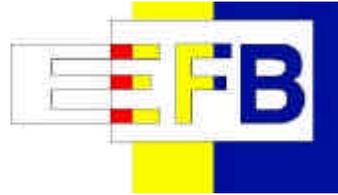
- Einführung in den E-Commerce
- Einführung in das E-Marketing
- Ergebnisse und Praxisempfehlungen

Die CD zum Buch:

- Hintergrundinformationen (PDF)
- Datenanhang (PDF)
- Best-Practice-Liste (HTML)
- Der Vortrag als Webseite (HTML)
- Der Vortrag als Power-Point Präsentationen
- Redeskript zum Vortrag (PDF)

Bonusdateien auf der CD:

- Tagungsdokumentation „Flow Management“
- Transfer Report 2000
- Adobe Acrobat Reader® 5.05 (deutsch)



Bestelladresse:

Transfer-Project® an der
Evangelischen Fachhochschule
Berlin e.V.
Postfach 37 02 55
14132 Berlin

Bestellfax: 030 / 845 82 – 452
Telefon: 030 / 845 82 - 275

E-Mail: info@efb-consulting.de
Web: www.efb-consulting.de



E-Commerce und E-Marketing
im Krankenhaus

Projektstudie



E-Commerce und E-Marketing im Krankenhaus

Das Transfer-Project® der Evangelischen Fachhochschule Berlin (EFB) veröffentlicht im Frühjahr 2002 die Projektstudien „**E-Commerce und E-Marketing im Krankenhaus**“.

E-Commerce

In der ersten Studie wird untersucht, inwieweit E-Commerce im Krankenhaus Einzug gefunden hat. Welche Zukunft geben die Entscheider den elektronischen Informations- und Transaktionsprozessen?

Design

Zu dieser Fragestellung werden Vertreter des Top-Managements fünfzehn namhafter Berliner Kliniken interviewt. Im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses stehen dabei Aktionen des Business to Consumer (B2C), Business to Business (B2B) und Business to Administration (B2A).

Ergebnis

Perspektiven und relevante Meinungen der Probanden dokumentieren den aktuellen Stand des E-Commerce im Gesundheitsunternehmen. Eine Art Reifegradmodell der E-Commerce-Anwendungen spiegelt den kontrastreichen

Entwicklungsstand Berliner Krankenhäuser wieder.

Trend

Eine Grafik präsentiert den Trend der beabsichtigten E-Commerce-Anwendungen bis zum Jahr 2005 und darüber hinaus. Aus den derzeit diskutierten Problemen und Potenzialen wird anhand der Entscheider-Sichtweisen eine Tendaussage formuliert.

E-Marketing

Die zweite Studie bietet einen repräsentativen Überblick zur aktuellen Nutzung der Marketing-Potenziale einer Internetpräsenz des Krankenhauses.

Design

Untersucht werden 134 Krankenhäuser anhand von 188 differenzierten Merkmalen. Im Mittelpunkt stehen die angebotenen Informationen und die Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme.

Ergebnis

Zurzeit bieten etwa 60 Prozent der Krankenhäuser in Deutschland diese Leistung an. Bisher werden die Mög-

lichkeiten des Internets noch nicht voll ausgeschöpft. Die Analyse beschäftigt sich mit den Bereichen:

- Unternehmenspräsentation
- Patienteninformationen
- Interaktiver Dialog
- Mitarbeiterinformationen
- Zugangsmöglichkeiten
- Benutzerfreundlichkeit
- Datenschutz

Praxistransfer

Aus den Ergebnissen der Projektstudie werden Empfehlungen für die Praxis abgeleitet. Sie ermöglichen die zielgerichtete Verwendung der vom Unternehmen eingesetzten Elemente auf der Internetpräsenz.

Best Practice

Die wichtigste Ressource bildet das Unternehmen selbst. In der Best-Practice-Liste werden besonders gelungene Internetpräsenzen vorgestellt, an denen sich die Entscheider orientieren können.