

SPIS TREŚCI

Wstęp.....

Rozdział 1
Gabinety lekarskie na rynku.....

Henryk Mruk

Rozdział 2
Koncepcja marketingowego zarządzania gabinetem lekarskim.....

Rozdział 3
Otwarcie gabinetu lekarskiego.....

Rozdział 4
Sposoby konkutowania gabinetów lekarskich.....

Marketing gabinetów lekarskich na rynku usług zdrowotnych

Rozdział 5
Segmentacja pacjentów a działania gabinetu lekarskiego.....

Rozdział 6
Zachowania pacjentów.....

Rozdział 7
Badania marketingowe na rynku usług medycznych.....

Rozdział 8
Strategia produktu.....

Rozdział 9
Usługi gabinetów lekarskich.....

Rozdział 10
Zarządzanie wizerunkiem placówki medycznej.....

© Copyright by
Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o. 2009

ISBN: 978-83-7601-890-4

Wydane przez:
Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o.

Redakcja Książek
01-231 Warszawa, ul. Piłska 28
tel. (022) 232 80 00, (022) 232 82 00
31-126 Kraków, ul. Zaczysz 7
tel. (012) 630 46 00

e-mail: ksiazki@wolterskluwer.pl
www.wolterskluwer.pl
kiszarnia informowa www.pinfo.pl



ABC

a Wolters Kluwer business

Warszawa 2009

SPIS TREŚCI	
Wstęp.....	7
Rozdział 1	
Gabinety lekarskie na rynku usług zdrowotnych	11
Rozdział 2	
Koncepcja marketingowego zarządzania gabinetem lekarskim	15
Rozdział 3	
Otoczenie gabinetu lekarskiego	24
Rozdział 4	
Sposoby konkurowania gabinetów lekarskich	34
Rozdział 5	
Segmentacja pacjentów a działania gabinetu	42
Rozdział 6	
Zachowania pacjentów.....	49
Rozdział 7	
Badania marketingowe na rynku usług medycznych	58
Rozdział 8	
Strategia produktu	70
Rozdział 9	
Usługi gabinetów lekarskich	75
Rozdział 10	
Zarządzanie wizerunkiem placówki medycznej	84

Rozdział 11	
Zarządzanie marką placówki medycznej	95
Rozdział 12	
Strategie cenowe gabinetów lekarskich	101
Rozdział 13	
Promocja gabinetów lekarskich	110
Rozdział 14	
Rola personelu w zarządzaniu marketingowym	124
Rozdział 15	
Neuromarketing a działania gabinetu	136
Rozdział 16	
Plan marketingowy gabinetu lekarskiego	144
Rozdział 17	
Negocjacje w sferze usług zdrowotnych	151
Zakończenie	165
Bibliografia	167