Das indikationsspezifische Patientenportal

Gewinn für Patienten und Anbieter

HEISEL+
pharma marketing
Marketing • Kommunikation
Management • Beratung

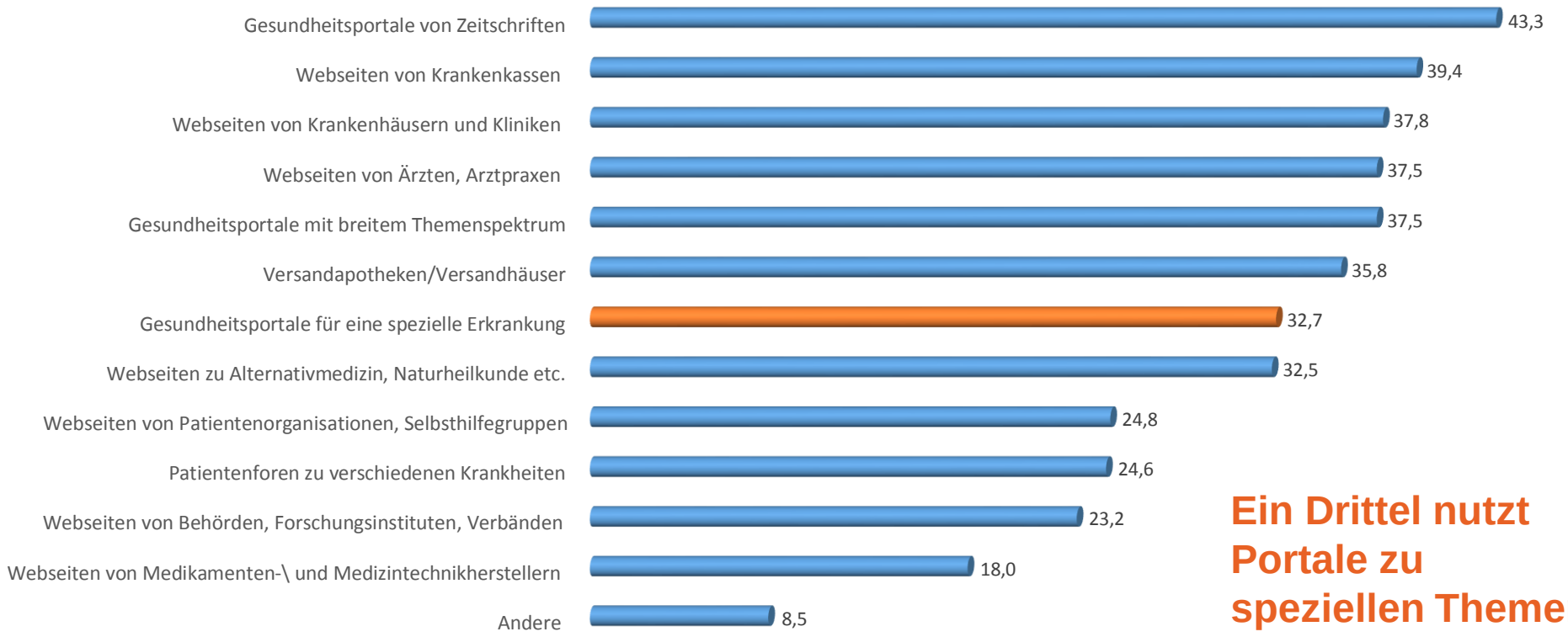
Suchanlässe

Warum suchen Patienten Informationen im Internet?

- Unklare Symptome
- Seltene Erkrankung
- Tabubehaftete Erkrankung
- Komplexe Diagnose (multiple Verfahren)
- Arzt-/Spezialistensuche
- Information zu Therapien / Alternativtherapien
- Austausch mit anderen

Unendliche Weite – der Quellenkosmos

Welche Anbieter im www werden genutzt? (%)



Ein Drittel nutzt Portale zu speziellen Themen

Quelle: E-Patienten Studie 2014 in Deutschland; EPatient RSD GmbH; http://epatient-rsd.com/der-nationale-epatient-online-survey

Das Problem – Informationsqualität

Das finden der relevanten Informationen

- ist aufwändig
- wird vom Suchmaschinen-Algorithmus bestimmt
- produziert nur Teilergebnisse
- liefert teils widersprüchliche Informationen
- ist qualitativ unsicher

Das Patientenportal – Orientierungshilfe

Patientenportale im Internet spielen in verschiedenen Phasen der Patient Journey eine wichtige Rolle.

Sie unterstützen bei der Suche nach Informationen zu

- Symptomen,
- Diagnosen,
- Therapien,

die heute primär im Internet gesucht werden.

Auch bei der Suche nach spezialisierten Ärzten, Kliniken und Selbsthilfegruppen stellen Patientenportale wichtige Informationsquellen dar.

Das Patientenportal – Der Patient gewinnt

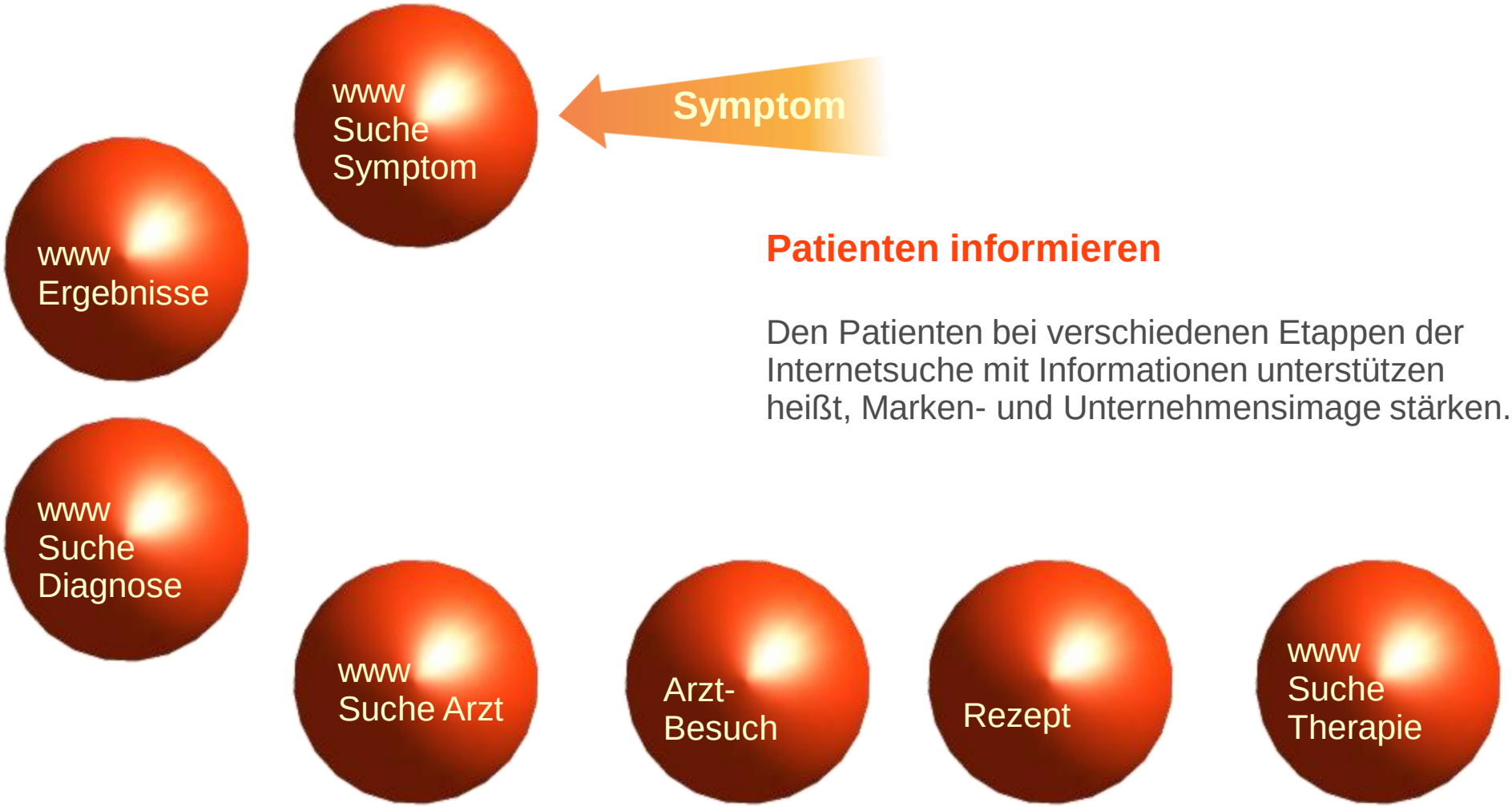
Relevante Informationen

Auf einem indikationsspezifischen Patientenportal findet der Patient umfassende, relevante und qualitativ hochwertige Informationen zu einer bestimmten Erkrankung.

Das hilft ihm

- Seine Krankheit besser zu verstehen
- Kundiger mit den Folgen seiner Erkrankung umzugehen
- Seinem Arzt besser vorbereitet gegenüberzutreten
- Selbstbewusst über seine Therapie mitzuentscheiden
- Seine Therapie konsequent zu befolgen

Das Patientenportal – Chancen für den Anbieter



Patienten informieren

Den Patienten bei verschiedenen Etappen der Internetsuche mit Informationen unterstützen heißt, Marken- und Unternehmensimage stärken.

Das Patientenportal – Der Anbieter gewinnt

Image, Akzeptanz, Markenbildung

Indikationsspezifische Patientenportale unterstützen den Aufbau von Markenbekanntheit und Image.

Imagebildung

- Das Portal bietet mehr als pro domo-Werbung für eigene Produkte
- Patienten fühlen sich vom Unternehmen wahrgenommen und wertgeschätzt
- Das Unternehmen gewinnt Glaubwürdigkeit und Akzeptanz

Steigerung der Disease-Awareness

- Seltene oder tabubehaftete Erkrankungen werden besser thematisiert und ihre Wahrnehmung gesteigert
- Therapieoptionen werden aufgezeigt und Patienten können aufgeklärter in das Arztgespräch einsteigen

Das Patientenportal – Praxisbeipiel

Good Practice Beispiel
„Ipp-Portal“
www.penis-verkruemmung.de

Induratio penis plastica (Ipp) – Die Erkrankung

Ipp – Erworbene Penisverkrümmung

„Induratio penis plastica“ bedeutet „plastische Verhärtung des Penis“.

Teile des Penisgewebes weisen krankhafte, wenn auch gutartige, Verhärtungen auf und verursachen verschiedene Symptome.

Eines davon - und zugleich das wohl typischste - ist eine unnatürliche Verkrümmung des Penis, die oft nur während der Erektion sichtbar ist.

Eine weniger häufige, tabubehaftete und schambesetzte Erkrankung.

Problem – Diagnose-Gap

ca. 800.000
Betroffene

Ca. 60.000
Diagnosen

Herausforderung – Informationsbedarf decken

Patienten und Angehörige informieren

Betroffene sind besorgt über die körperliche Veränderung.

Partner sorgen sich über Veränderungen in der Sexualität.

Beide suchen nach Informationen zu

- Symptomen
- Ursachen
- Behandlungsoptionen
- Spezialisierten Ärzten
- usw.

Lösung – Ipp-Portal: Alles auf einer Plattform

Umfassende Informationen

- Arten der Penisverkrümmung
- Ipp - Erworbene Penisverkrümmung
  - Symptome
  - Ursachen
  - Verlauf
  - Therapie der Ipp
- Häufige Fragen
- Ipp, Psyche und Partnerschaft
- Fragen an den Experten

Services

- IPP-Selbsttest
- Arztsuche

Erfolgsmessung

iPP Portal

induratio penis plastica

Seit März 2012

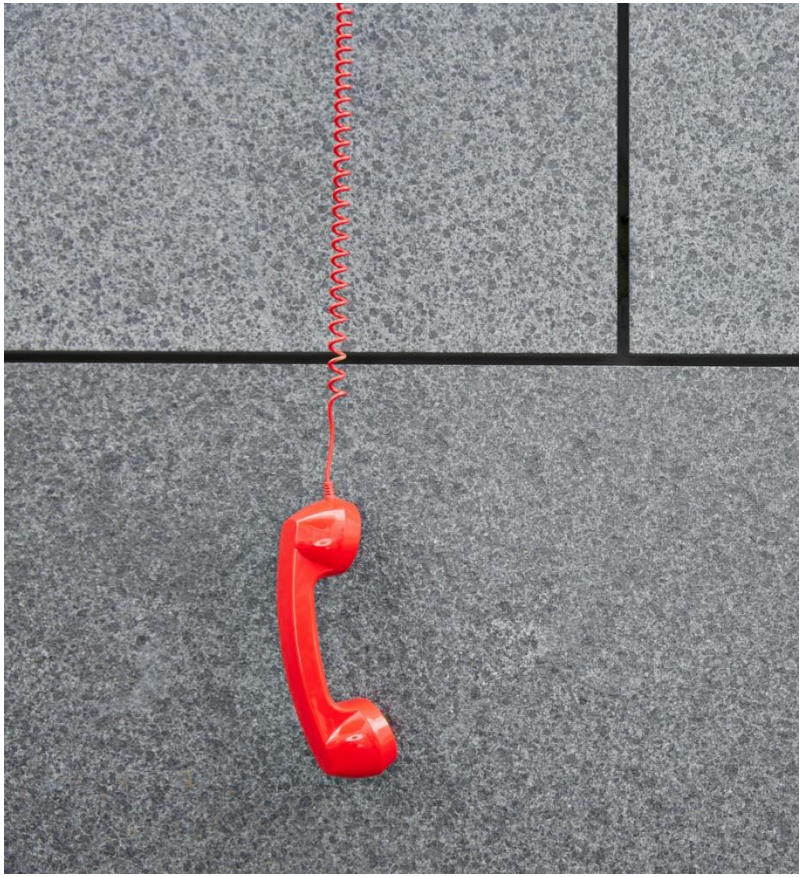
> 100.000 Sitzungen

> 80.000 Nutzer

> 800.000 Seitenaufrufe

Ca. 4 Minuten durchschnittliche Sitzungsdauer

Jetzt sind Sie dran



In diesen Fällen ist ein Patientenportal für Sie besonders interessant!

Wenn Sie Präparate oder Therapien in Bereichen

- seltener Erkrankungen
- tabubehafteter Erkrankungen
- Erkrankungen mit komplexen Diagnosen
- Erkrankungen mit hohem Leidensdruck und hohem Informationsbedarf

in Ihrem Portfolio haben.

Sprechen wir über die Chancen und Möglichkeiten eines speziellen Patientenportals für Ihre Produkte oder Indikationen.

Kontakt

HEISEL+
pharma marketing
Marketing • Kommunikation
Agentur • Management

Reiner Heisel

Heisel Pharma-Marketing
Hohenzollernstr. 47
Rückgebäude
80801 München

Kontakt
Telefon: +49-(0)171-7030566
E-Mail: reiner@heisel-pharmamarketing.de

Ipp Portal - Projektverantwortliche

Konzeption

BRAND:KOMM AGENTUR

Matthias Riecker
BRAND:KOMM Agentur für Kommunikation & Markenbildung
www.brandkomm.de
riecker@brandkomm.de

Text, Redaktion

PFINGST GRAF GESUND HEITSKOM MUNIKA TION

Catharina Pfingstgraf
PFINGSTGRAF GESUNDHEITSKOMMUNIKATION
www.pfingstgraf.com
cp@pfingstgraf.com

Redaktion, Betreiber

HEISEL+ pharma marketing
Marketing • Kommunikation
Management • Beratung

Reiner Heisel
Heisel Pharma-Marketing
www.heisel-pharmamarketing.de
reiner@heisel-pharmamarketing.de

Design, Programmierung

slius

slius GmbH
Markus Büchler
www.slius.de
buechler@slius.de