Lesson 2

THE ESSENCE AND SPECIFICS OF HEALTHCARE MARKETING

6EMHC2

Marketing in Healthcare

Peter Pažitný

Daniela Kandilaki

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

content

1. What is marketing
2. What is health
3. Specifics of Marketing in Healthcare
4. Holistic marketing
5. 7P

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Group WORK

What is marketing?

Try to define by your own words.

EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

What is marketing?

- Create
- Communicate
- Deliver

- VALUE

- To target population
- Profitably











EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

GROUP WORK

What is health?

Try to define by your own words.

WHAT IS HEALTH?



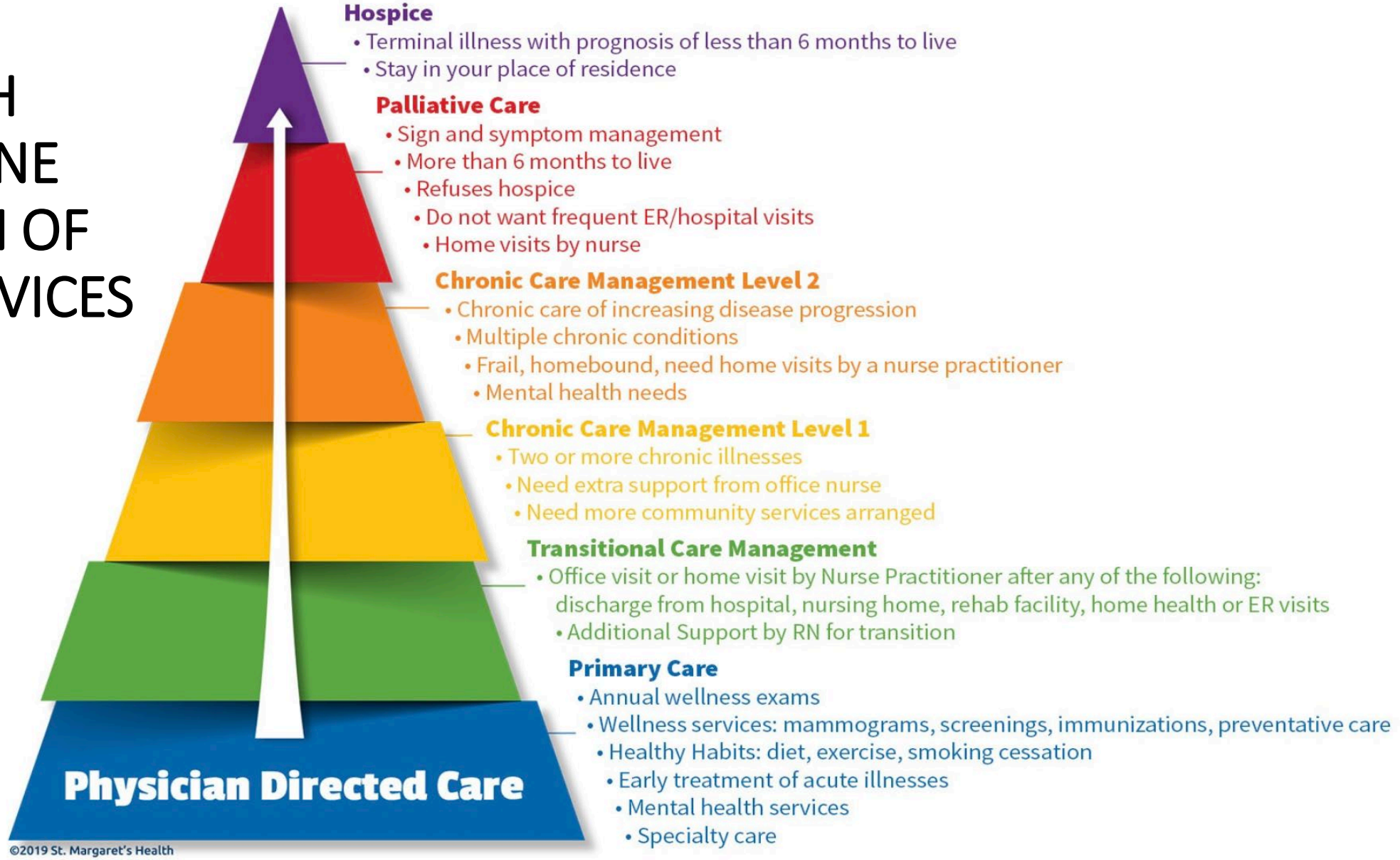




- Complete
- Physical
- Mental and
- Social Well-being
- and not merely the absence of Disease or Infirmity


Health NEEDS

OUR HEALTH NEEDS DEFINE UTILIZATION OF HEALTH SERVICES



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

HEALTH NEEDS ARE FULL OF EMOTIONS

What forms them?

- Uncertainty
- Fear
- Pain
- Stress
- Joy
- Hope

And therefore patients seek for COMPETENCE and WARMTH





health sector is on the border between commercial and public

Some may say:

- **Healthcare is NOT business**
- **Market has NO place in healthcare**



But:

- **Profits**
- **Competition**
- **Market share**
- **Patient needs and expectations**

In HEALTH CARE, THERA ARE 2 GOALS: medical AND economicAL

- Economic, managerial and marketing approach (knowledge/skills) is required, to BALANCE these two goals: Medical and Economical
- Marketing management puts these two contradictory goals into balance



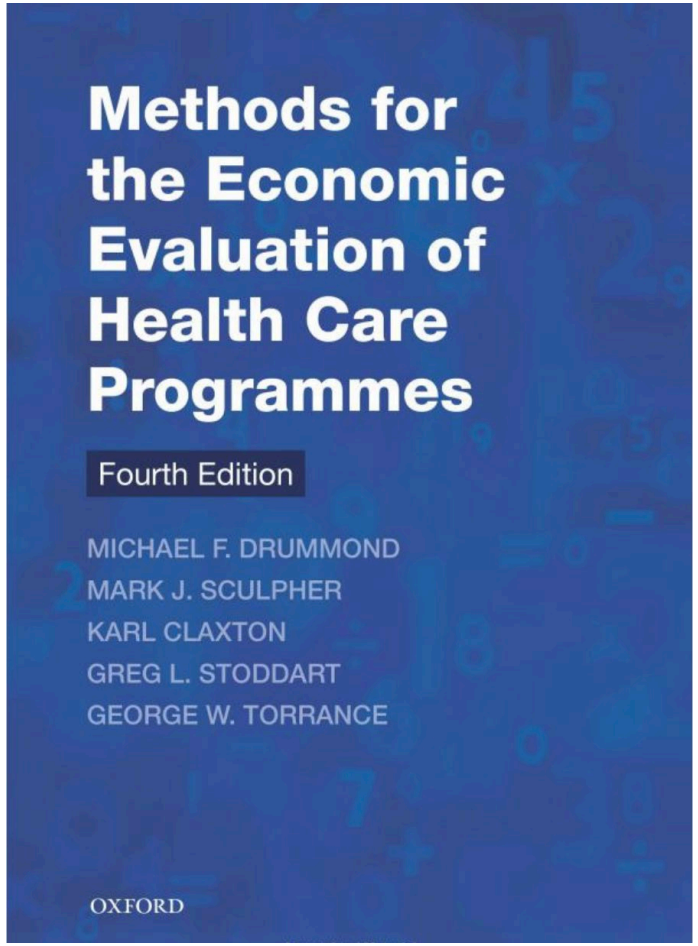
EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

health is not a commodity



- Health really cannot be „bought or sold".
- But healthcare services YES
- And these healthcare services are helping to achieve health as a VALUE
  - health
  - relief
  - good feeling
  - confidence

VALUE IN HEALTHCARE



European vs. US approach

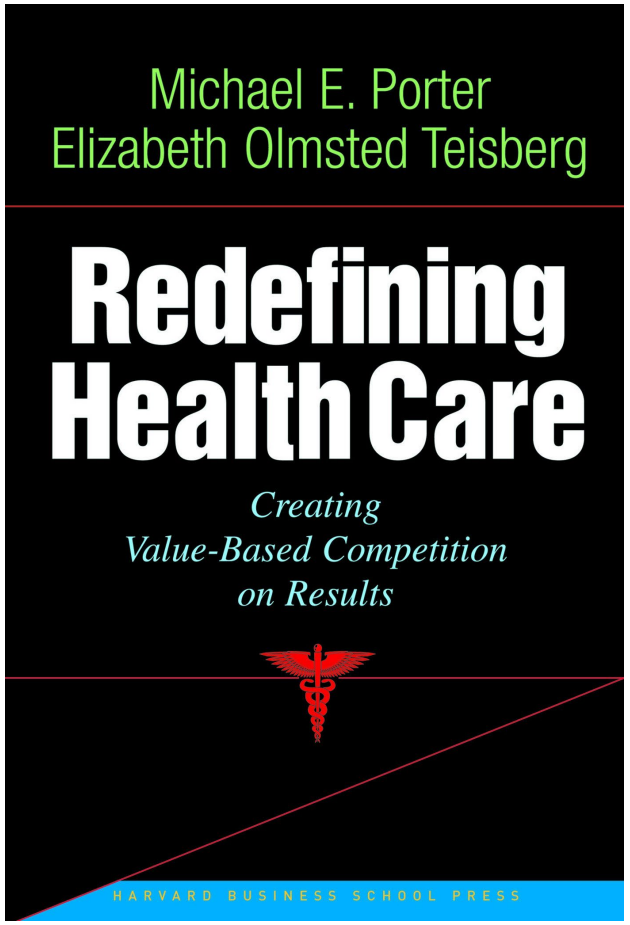
Tripple health vs. VBHC

EU: allocative value

personal value

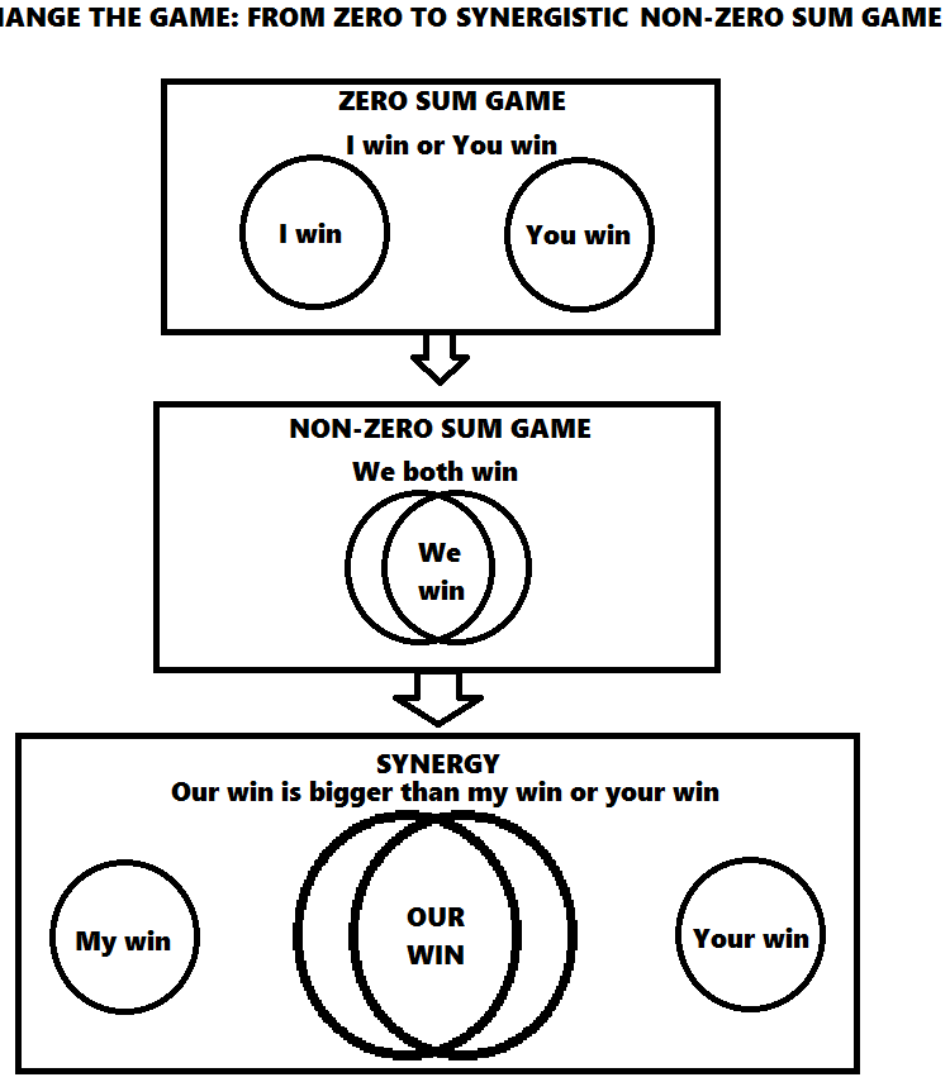
technical value

US: Outcomes/costs



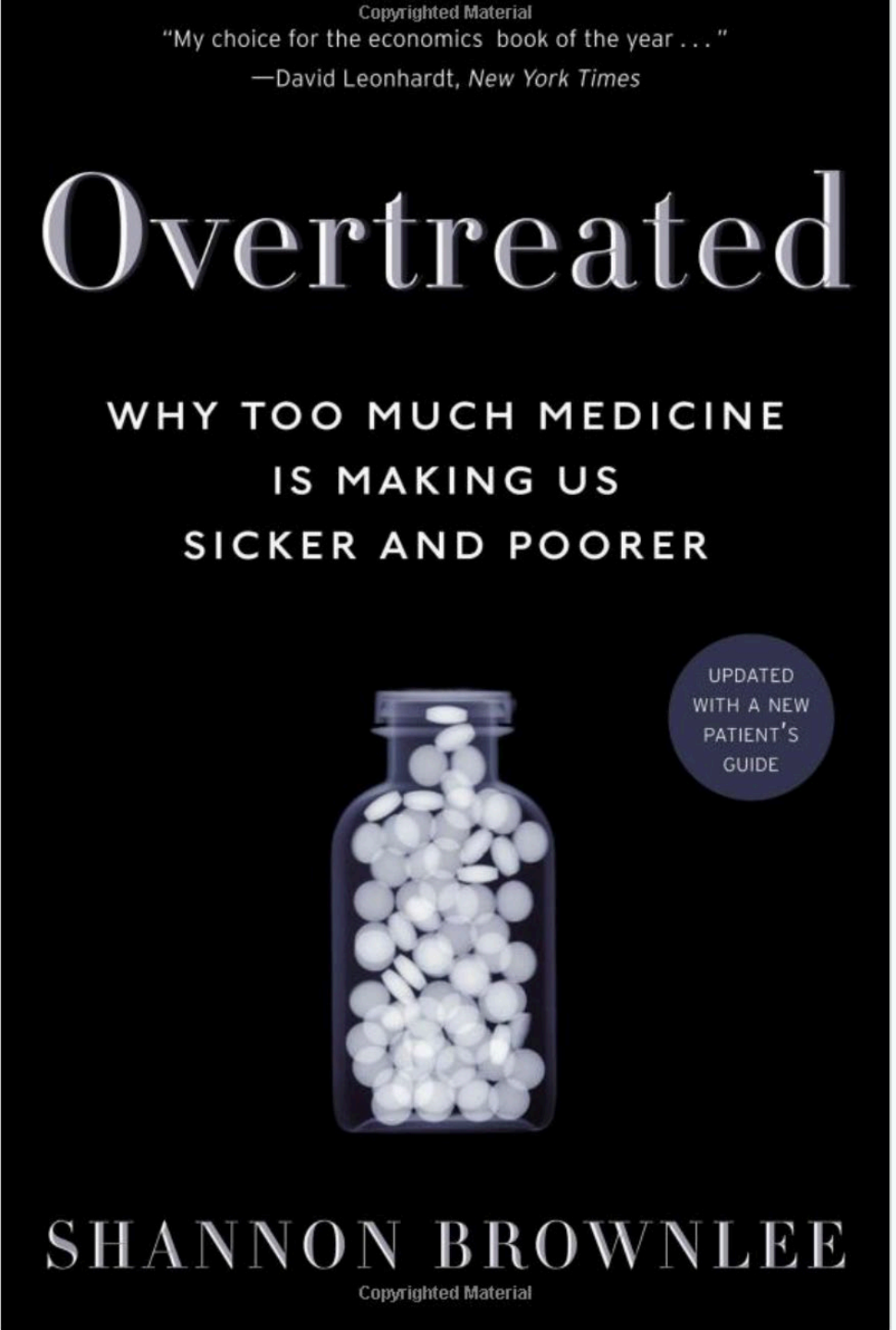
„competition cannot be introduced into health care“

- Yes, it can be introduced, but:
  - Zero-sum competition (winner – loser concept) – does not foster quality care
  - Positive-sum competition (all parties feel like winners) – relate value, quality and price
  - Synergy (integrated care)



Underestimating the MEANING AND POWER marketing

- The failure to use marketing in healthcare is often due to the fact that:
  - Marketing is often considered unnecessary.
  - Saying that marketing is unprofessional and unethical.
  - The assumption that the demand for healthcare services is so high that they basically don't need marketing.



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

The notion that marketing in health is unethical

- The opinion emerged as a response to some practices, such as:
  - Induced demand for a particular products
  - Overtreatment
  - Unnecessary examination
- It must be admitted that criticism in the field of health marketing is many times justified.

Healthcare marketing needs to be holistic

- Holistic marketing is based on creating and implementing marketing programs, processes and activities that are based on a broader, holistic perspective and are interrelated.
- It consists of four components:
  - Relationship marketing
  - Integrated marketing
  - Internal marketing
  - Social marketing

MARKETING MIX

- Product
- Price
- Place
- Promotion
- People
- Physical environment
- Processes

summary

- Create, Communicate, Deliver Value to Target population Profitably
- Complete Physical Mental Social Wellbeing
- Balance Medical and Economic goals
- Marketing in Healthcare is very SPECIFIC
- Holistic marketing
- 7P

Thanks for your attention