



Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie)



Download



Online Lesen

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie)

Anja Maria Rittner

Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie) Anja Maria Rittner

In dieser Studie wird nicht nur die Systematik der Bewertung entwickelt und beschrieben, sondern auch der rein ökonomischen Segmentierung eine handlungsorientierte Perspektive hinzugefügt. In einem multi-dimensionalen analytischen System werden Verhaltens- und Entscheidungsparameter der Individuen zugesteuert und somit eine managementorientierte Analytik geschaffen. Sie lässt sich unmittelbar für das strategische Management des Unternehmens nutzen. Im Ergebnis lassen sich aus Primärdaten einer Krankenkasse und den Ergebnissen einer Marketingforschung 15 weitgehend homogene und identifizierbare Segmente abbilden. Sie sind einer unmittelbaren Handlungsorientierung zugänglich und bilden damit die Grundlage für zukünftige Strategien der gesetzlichen Krankenkassen. Das GKV-Unternehmen der Zukunft muss sämtliche strategisch relevante Unternehmensfunktionen auf der Basis einer kundenwertorientierten Segmentierung ausrichten. Mit ihrer Hilfe kann es im schärfer werdenden Wettbewerb bestehen und kommende Herausforderungen erfolgreich meistern.

 [Download Kundenwertorientierte strategische Segmentierung i ...pdf](#)

 [Online lesen Kundenwertorientierte strategische Segmentierung ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie) Anja Maria Rittner

256 Seiten

Kurzbeschreibung

Durch die Einführung des Gesundheitsfonds und eines einheitlichen Beitragssatzes hat der Gesetzgeber die Möglichkeit der Preisdifferenzierung weitgehend nivelliert. Gleichzeitig bedeutet die Einführung des morbiditätsorientierten Risikostrukturausgleichs einen Paradigmenwechsel hin zur Fokussierung auf erkrankte Versicherte. Diese Rahmenbedingungen führen dazu, dass Krankenkassen zukünftig ein Portfoliomanagement aufbauen müssen, das ihnen erlaubt, ihre jeweilige Morbiditätslast frühzeitig zu bewerten. So können sie beispielsweise Maßnahmen des Versorgungsmanagements segmentgerecht einsetzen. Weiterhin sind Vertriebs- und Kundenbindungsmaßnahmen auf die jeweiligen Versichertensegmente maßzuschneidern, um ein ausgeglichenes Gesamtergebnis zu erzielen.

Voraussetzung für diese neue Form des Versichertenmanagements ist, den jeweiligen Wert des Kunden im Sinne eines heutigen und möglicherweise zukünftig abschätzbaren Deckungsbeitrages zu bestimmen. Auf Grund der besonderen Einflussfaktoren und der dichten sozialrechtlichen Reglementierung lassen sich die klassischen Bewertungsverfahren nicht ohne weiteres auf die Situation der gesetzlichen Krankenversicherung übertragen. Vielmehr bedarf es innovativer Ansätze, um belastbare Ergebnisse zu erzielen. Die Bewertung kann dann wiederum als Grundlage für strategische Managemententscheidungen dienen.

In dieser Studie wird nicht nur die Systematik der Bewertung entwickelt und beschrieben, sondern auch der rein ökonomischen Segmentierung eine handlungsorientierte Perspektive hinzugefügt. In einem multidimensionalen analytischen System werden Verhaltens- und Entscheidungsparameter der Individuen zugesteuert und somit eine managementorientierte Analytik geschaffen. Sie lässt sich unmittelbar für das strategische Management des Unternehmens nutzen.

Im Ergebnis lassen sich aus Primärdaten einer Krankenkasse und den Ergebnissen einer Marketingforschung 15 weitgehend homogene und identifizierbare Segmente abbilden. Sie sind einer unmittelbaren Handlungsorientierung zugänglich und bilden damit die Grundlage für zukünftige Strategien der gesetzlichen Krankenkassen. Das GKV-Unternehmen der Zukunft muss sämtliche strategisch relevante Unternehmensfunktionen auf der Basis einer kundenwertorientierten Segmentierung ausrichten. Mit ihrer Hilfe kann es im schärfer werdenden Wettbewerb bestehen und kommende Herausforderungen erfolgreich meistern.

Download and Read Online Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie) Anja Maria Rittner

#63IANO7YGL0

Lesen Sie Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie) von Anja Maria Rittner für online ebook Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie) von Anja Maria Rittner Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie) von Anja Maria Rittner Bücher online zu lesen. Online Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie) von Anja Maria Rittner ebook PDF herunterladen Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie) von Anja Maria Rittner Doc Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie) von Anja Maria Rittner Mobipocket Kundenwertorientierte strategische Segmentierung in der gesetzlichen Krankenversicherung (Gesundheitsmanagement und Medizinökonomie) von Anja Maria Rittner EPub