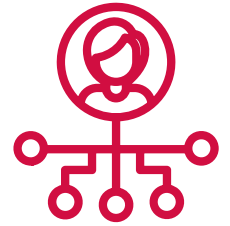


Bildungsfluss der Patient*innen

(1/2)



Die Einführung von digitalen Gesundheitsleistungen ist nur dann erfolgreich, wenn die Patient*innen die digitale Option kennen, in die Lage versetzt werden sie zu nutzen, und angemessen mit der Plattform interagieren.

Im Folgenden wird in fünf Schritten erläutert, wie man Patient*innen am Beispiel der Videosprechstunde über digitale Gesundheitsleistungen aufklärt und sie motiviert an entsprechenden Angeboten teilzunehmen und dabeizubleiben. Nutzen Sie dieses Dokument, um die Patient*innen einzubeziehen und gemeinsam am Erfolg und der Weiterentwicklung von digitalen Gesundheitsleistungen zu arbeiten.

1. Information/Ankündigung der Einführung von Telemedizin

Zeitpunkt

Neue Patient*innen, vor/nach Besuchen in der Klinik, vierteljährlich über verschiedenste Kanäle

Inhalte

Aufzeigen der Vorteile; einschließlich erhöhter Anwender*infreundlichkeit, verbesserter Zugang zu spezialisierter Versorgung die vor Ort nicht verfügbar ist, Verringerung des Zeit- und Kostenaufwands für den Weg zur Behandlung; Anwendungsfälle; Information wo man sich weiter informieren und anmelden kann

Kanäle

Persönlich, E-Mail-Newsletter, Website, Soziale Medien

2. Aufklärung über Nutzung der digitalen Gesundheitsleistung

Zeitpunkt

Sobald der Besuch geplant ist

Inhalte

Herunterladen der App oder Nutzung der Plattform, detaillierte Informationen über den Prozess, Erwartungen, Zahlungs- und Abrechnungs-Praktiken, FAQs

Kanäle

E-Mail, Telefon

3. Erinnerung telemedizinischer Besuch

Zeitpunkt

Am Tag des Besuchs, etwa 15 Minuten vor dem geplanten Termin

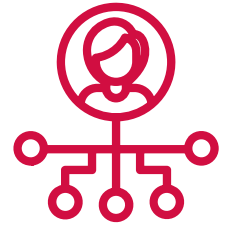
Inhalte

Aufklärung Check-in-Verfahren, Bereitstellung eines Meeting-Links

Kanäle

E-Mail

Bildungsfluss der Patient*innen (2/2)



4. Nachbetreuung

Zeitpunkt

Nach dem telemedizinischen Besuch

Inhalte

Feedback zur Patient*innenzufriedenheit; Planung falls notwendige Nachbetreuung

Kanäle

Herstellerspezifische Plattform, E-Mail

5. Ankündigungen/Informationen verbreiten

Zeitpunkt

Vierteljährlich, regelmäßig

Inhalte

Neue Anwendungsfälle und/oder Möglichkeiten der digitalen Gesundheitsleistungen

Kanäle

Website, Soziale Medien, E-Mail