

**Adobe**

# Vier Schritte zur erfolgreichen Nutzung leistungsstarker Commerce-Lösungen in Gesundheitswesen und Life Sciences.

Mit Adobe Commerce können Organisationen im Gesundheitswesen ihre Daten anreichern und ihre Patientenbeziehungen verbessern.



Patientinnen und Patienten verlieren zunehmend die Geduld mit traditionellen Erlebnissen im Gesundheitswesen. Sie erwarten, dass diese Erlebnisse so einfach, bequem und personalisiert sind wie im Einzelhandel. [In einer Umfrage, an der mehr als 1.000 Verbraucherinnen und Verbraucher teilnahmen](#), wünschten sich 44 %, von ihren Gesundheitsdienstleistern zur richtigen Zeit und im richtigen Kontext kontaktiert zu werden. In einer ähnlichen [Studie von Adobe](#) erklärten 66 %, dass sie sich SMS- oder E-Mail-Erinnerungen zu Medikamenten oder Terminen wünschten. Weitere 52 % gaben an, dass sie gerne personalisierte E-Mails zur Eignung für Behandlungsprogramme erhalten würden.

Für Gesundheitseinrichtungen ist die Bereitstellung hochwertiger Commerce-Erlebnisse leichter gesagt als getan. Die meisten Commerce- und Customer-Experience-Technologien wurden für den Einzelhandel und andere Branchen entwickelt und bieten keinen Schutz für persönliche Gesundheitsdaten gemäß dem Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA) oder anderen Datenschutzgesetzen. Darum verlassen sich viele Gesundheitseinrichtungen darauf, dass ihre IT- oder Entwicklungs-Teams eigene komplexe und zum Teil kostspielige Maßnahmen für Datenschutz und Sicherheit entwickeln, um HIPAA-Vorschriften zu erfüllen.

Manche Commerce-Plattformen sind darauf ausgelegt, Einrichtungen bei der Einhaltung von HIPAA-Vorschriften zu unterstützen. Neben dem Verkauf von nicht verschreibungspflichtigen Artikeln wie Bandagen oder Gehhilfen erlauben sie es Gesundheitseinrichtungen, Informationsressourcen, Erinnerungen an Termine und ähnliche gesundheitsfördernde Inhalte bereitzustellen. Dazu unterstützen die Plattformen Gesundheitseinrichtungen dabei, First-Party-Daten zu sammeln – die Patientinnen und Patienten freiwillig angeben –, damit sie die Gesundheits-Journey optimieren können.

In diesem E-Book geht es um Herausforderungen und Use Cases der digitalen Transformation im Gesundheitswesen. Ihr werdet vier Strategien kennenlernen, mit denen ihr Commerce-Lösungen nutzen könnt, um Patientinnen und Patienten bessere Erlebnisse zu bieten.

## **Kundendaten treffen auf HIPAA-Compliance.**

Ohne die richtigen Kundendaten können Gesundheitseinrichtungen keine personalisierten digitalen Erlebnisse bereitstellen. Zum Schutz der Patientinnen und Patienten sowie anderer Kundschaft im Gesundheitswesen müssen Einrichtungen sicherstellen, dass die Erfassung der Daten unter Einhaltung von HIPAA-Richtlinien und vielen allgemeinen Datenschutzregeln erfolgt.

Aktuell sind nur wenige Erlebnistechnologien darauf ausgelegt, Gesundheitseinrichtungen bei der Bewältigung ihrer Compliance-Herausforderungen zu unterstützen. Darum müssen Gesundheitseinrichtungen oft zwischen teuren Anpassungsprojekten oder einem großen IT-Team wählen, das eigene Tools entwickelt und wartet. Viele entscheiden sich für die zweite Option und es gelingt ihnen vielleicht, HIPAA-Compliance zu erreichen. Es entstehen jedoch fragmentierte digitale Erlebnisse, die schwer zu pflegen und weiterzuentwickeln sind.

## Wie Gesundheitseinrichtungen die Vorteile von Commerce-Lösungen nutzen können.

Gesundheitseinrichtungen arbeiten oft nicht gewinnorientiert und konzentrieren sich darum eher auf Patientinnen und Patienten als auf ihre Umsätze. Aus dem Grund setzen sie nur langsam auf Commerce-Technologien. HIPAA-bereite Commerce-Lösungen können jedoch personalisierte Erlebnisse im Gesundheitswesen ermöglichen, die den Bedarf von Patientinnen und Patienten in den Mittelpunkt stellen. Durch verbesserten Informations-Content und robuste Self-Service-Tools erhalten sie dann schneller, was sie benötigen.



### Informative Inhalte.

Sich um die Gesundheit zu kümmern, ist mit vielen Fragen verbunden. Commerce-Technologie verknüpft Patientinnen und Patienten, die proaktiv Produkte kaufen (wie Joggerinnen und Jogger, die aus Vorsicht Kniebandagen kaufen), mit den richtigen Anleitungsvideos, Artikeln und anderen digitalen Inhalten.

- **Vor Commerce:** Patientinnen und Patienten suchen nach Wegen, um CPAP-Geräte, EpiPens oder Blutdruckmesser richtig zu verwenden, und finden möglicherweise nicht die benötigten Informationen.
- **Mit Commerce:** Anhand der Aktionen und Transaktionen von Patientinnen und Patienten werden relevante Übungen, Kurse und mehr bereitgestellt.



### Rezeptpflichtiger Kauf.

Wenn Patientinnen und Patienten Rezepte benötigen, kann das ein aufwendiges Verfahren sein. Vielleicht müssen sie mehrere Anrufe tätigen, um herauszufinden, wo und wann sie Medikamente kaufen können. Commerce-Lösungen erleichtern es Patientinnen und Patienten, Rezepte online zu bezahlen.

- **Vor Commerce:** Patientinnen und Patienten fragen sich, wen sie zuerst anrufen müssen – den Anbieter oder die Apotheke –, um zu ermitteln, wo sich ihre rezeptpflichtigen Medikamente befinden und wie sie sie bekommen können.
- **Mit Commerce:** Über ihr Konto können Patientinnen und Patienten bequem regelmäßig eingenommene Medikamente nachbestellen, Rezeptdaten speichern und sich Medikamente bis an die Haustür liefern lassen.



## Nahtlose Suche.

Sich bei großen Gesundheitseinrichtungen zurechtzufinden, ist nicht immer einfach, wenn Patientinnen und Patienten nach ärztlichem Personal, Versicherungen oder Krankenhäusern suchen. Commerce-Lösungen mit intelligenten Suchfunktionen erleichtern es Patientinnen und Patienten, das zu finden, was sie brauchen.

- **Vor Commerce:** Die Daten befinden sich in separaten, nicht interaktionsbereiten Bereichen eurer Online-Präsenz.
- **Mit Commerce:** Ihr entwickelt benutzerdefinierte, verknüpfte Online-Erlebnisse für alle Kanäle, damit Patientinnen und Patienten viel schneller finden können, wonach sie suchen, und sicher Versicherungen abschließen können.



## Ein personalisierter Ansatz für Kurse.

Vor-Ort- und Online-Kurse sind ein wichtiger Bestandteil maßgeschneiderter Interaktion mit Kundinnen und Kunden im Gesundheitswesen. Commerce-Lösungen erleichtern bei Kursen und Programmen die Anmeldung, Teilnahme und Interaktion.

- **Vor Commerce:** Kundinnen und Kunden mussten umständlich zwischen verschiedenen Kanälen wechseln, um Kurse zu finden, teilzunehmen und Nachbetreuung zu erhalten.
- **Mit Commerce:** Ihr aktiviert Commerce-Daten, Bestellverlauf und andere Transaktionen, um personalisierte Kursdaten bereitzustellen. Eine Push-Benachrichtigung, die mit dem Zeitplan für einen Geburtsvorbereitungskurs an eine schwanger gewordene Patientin geschickt wird, ist dafür nur ein Beispiel.



## Bessere Einstellung von medizinischer Ausrüstung.

Medizinische Ausrüstung beinhaltet oft komplizierte Einstellungen mit unterschiedlichen Spezifikationen. Unternehmen, die medizinische Ausrüstung liefern, müssen im Namen von Kliniken, Krankenhäusern sowie Patientinnen und Patienten Vorräte, Geräte oder Ausstattung kaufen, um diese vor Ort problemlos aufbauen zu können.

- **Vor Commerce:** Die Komplexität bei der Einrichtung von Ausrüstung ist herausfordernd, frustrierend und zeitraubend.
- **Mit Commerce:** Lieferanten profitieren von besseren B2B-Erlebnissen, während Anbieter sicherere und effizientere Methoden zum Erhalt medizinischer Ausrüstung haben.



## HIPAA-konforme Wearables.

Ärztliches Personal empfiehlt ggf. Uhren, die Daten wie Schrittzahl, Herzschlag oder Kalorien überwachen. Das sind Daten, die den HIPAA-Vorschriften unterliegen. Laut Software Advice sind [91 % der Patientinnen und Patienten](#) bereit, Daten ihrer persönlichen Geräte zur Gesundheitsüberwachung mit ärztlichem Personal zu teilen.

- **Vor Commerce:** Anbietern fällt es schwer, personalisierte Anweisungen zur Verwendung der Wearables und sicheren Anzeige von Fortschritten im Patientenportal zu übermitteln. Kundinnen und Kunden fällt es schwer, das Erlebnis mit ihren Wearables online zu optimieren.
- **Mit Commerce:** Anbieter schützen die Daten ihrer Kundinnen und Kunden mit HIPAA-bereiten Tools, wenn Patientenfortschritte angezeigt und Anweisungen personalisiert werden. Kundinnen und Kunden verlängern Abonnements für Wearables, kaufen zusätzliche Funktionen und mehr.

## Stellt Patientinnen und Patienten mit First-Party-Daten in den Mittelpunkt.

Gesundheitseinrichtungen erhalten im Verlauf der Gesundheits-Journey von Patientinnen und Patienten eine große Menge an Daten. Von Transaktionen bis zu Terminen: Daten, die Patientinnen und Patienten freiwillig bereitstellen, stammen aus verschiedenen Quellen. Einrichtungen müssen diese Daten richtig einordnen, damit Patientinnen und Patienten von Behandlungen optimal profitieren können. Mithilfe von Adobe Commerce können Einrichtungen verwertbare Daten erhalten und in Erlebnisse verwandeln, die Patientinnen und Patienten persönlich ansprechen. So wird Betreuung am Krankenbett Teil der digitalen Welt.

## Vier Schritte für den Einstieg in Adobe Commerce.

Adobe Commerce ist eine der ersten HIPAA-bereiten Commerce-Lösungen auf dem Markt. Mithilfe der Lösung könnt ihr effektive Beziehungen mit Patientinnen und Patienten sowie Kundinnen und Kunden während der gesamten Customer Journey eingehen. Die folgenden vier Schritte ermöglichen euch einen raschen Einstieg.



## **Schritt 1. Analysiert eure Touchpoints.**

Untersucht, wie Patientinnen und Patienten sowie Interessierte mit euren digitalen und persönlichen

Kanälen interagieren. Seht euch an, wie Daten aus diesen Interaktionen erfasst und in eurem Marketing-Stack verwendet werden. Prüft, ob dieser Stack mit allen Tools integriert ist, die in eurer Einrichtung zum Einsatz kommen. Befinden sich Daten in Silos? Oder teilt ihr Daten problemlos zwischen verschiedenen Plattformen und Teams? Wenn dies nicht der Fall ist, solltet ihr genauer prüfen, wie ihr First-Party-Daten vereinheitlichen und die Tools miteinander verknüpfen könnt, die ihr zu ihrer Verwaltung nutzt.

## **Schritt 2. Findet und integriert eine passende Commerce-Lösung für das Gesundheitswesen.**

Ihr habt bereits untersucht, wo eure Daten herkommen. Jetzt solltet ihr herausfinden, mit welcher Plattform ihr die folgenden Ziele erreichen könnt:

- Begrenzung von Risiken im Umgang mit Daten bei HIPAA-bereiten Funktionen.
- Verbindung mit anderen Lösungen, die eure Einrichtung bereits verwendet und schätzt.
- Reduzierung der Kosten von Integrationen.
- Unterstützung eurer digitalen Transformation.

Wenn es um ihre Zustimmung zur richtigen Lösung geht, wollen Entscheidungstragende im Gesundheitswesen wissen, dass die gewählte Lösung kein Risiko für die Compliance darstellt, Nutzen für die vorhandene Infrastruktur bringt und bei der Integration nicht zu teuer ist. Adobe Commerce ist eng mit Adobe Experience Cloud-Lösungen integriert, um die digitale Transformation zu fördern und euch weiter voranzubringen, während der Datenschutz gewahrt bleibt.

## **Schritt 3. Profitiert von einer ganzheitlichen Verwaltung eurer Anforderungen an Commerce, Content und Marketing.**

Adobe Commerce ist mit Adobe Experience Cloud sowie mit vielen Lösungen anderer Anbieter integriert. Das heißt, dass ihr eure Daten teilen und mit mehr Orten verknüpfen könnt, um Patienten- und Mitgliedererlebnisse zu verbessern. Daten müssen nicht mehr manuell aus separaten Tools zusammengeführt werden. Vielmehr entsteht ein vollständiges, verwertbares Bild der Patientin oder des Patienten.

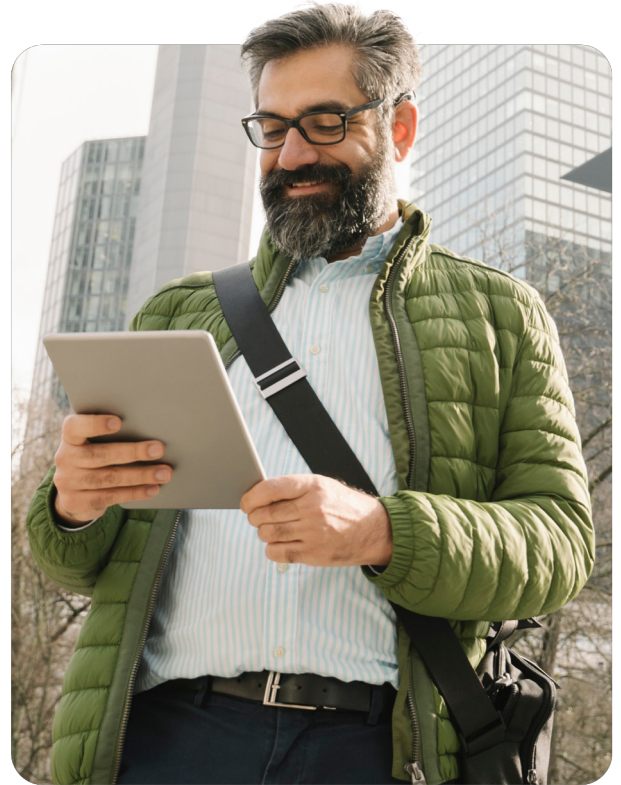
## **Schritt 4. Sorgt für eine intelligente Verwendung von Commerce-Daten.**

Bei der Verwendung von First-Party-Daten strategisch vorzugehen, ist mit Adobe Commerce deutlich

leichter. Wenn sich Patientinnen und Patienten für einen Kurs anmelden oder regelmäßig medizinische Ausrüstung kaufen, geben sie euch freiwillig wertvolle Daten, die ihr für spätere Interaktionen nutzen könnt. Wenn ihr Adobe Commerce verwendet, um mehr Daten zu sammeln und das Patientenerlebnis zu optimieren, profitiert ihr auch von besseren Patientenbeziehungen.

## Sorgt für die Gesundheitserlebnisse, die Verbraucherinnen und Verbraucher erwarten.

Schlüsselfunktionen in Adobe Commerce (wie personalisierte Benachrichtigungen, KI-gestützte Suchen und modularer Commerce) unterstützen Einrichtungen dabei, Behandlungen auf eine HIPAA-konforme Weise durchzuführen. Außerdem können sie Patientinnen und Patienten mit auf First-Party-Daten beruhenden Interaktionen erreichen, die ihnen die volle Kontrolle geben. Jetzt könnt ihr online für wertvolle Gesundheitserlebnisse sorgen und Patientinnen und Patienten dabei unterstützen, einen unschätzbaren Bestandteil der menschlichen Existenz zu optimieren: Gesundheit und Wohlbefinden.



[Weitere Informationen.](#)

# Adobe

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.