

NEWS

ScreenWay tuo vastaanotoille 4K-terävyyttä ja mainoksetonta potilasviestintää

Digitalisaatio etenee myös lääketieteen alalla

22. joulukuuta 2025, Tobias Engl



Ulko-opasteet, vastaanottotila, aula tai odotushuone: kaikki tilat voi nykyään modernisoida. Ne saavat uuden, toiminnallisen roolin, kun passiivisista oleskelutiloista tulee toimivia tiedotus- ja markkinointivälineitä. Siinä sivussa näytöt luovat valoisamman ja myönteisemmän tunnelman. Siinä missä vastaanottoja ennen leimasivat vanhentuneet aikakauslehdet ja sairauskassojen haalistuneet mainosjulisteet, ScreenWay edustaa nykyään modernin ja ennen kaikkea asiallisen potilasviestinnän teknologista kärkeä.

ScreenWayn videosisältöjen ratkaiseva erottava tekijä on korkeimman laadun ja johdonmukaisen linjan yhdistelmä: lyhytelokuvat ovat valistavia, esittelevät vastaanoton palveluja ja ovat ennen kaikkea mainoksettomia. Koska kaikki videot tuotetaan 4K-laatusina (UHD-resoluutio 3840 x 2160 px), ScreenWay tarjoaa markkinoiden korkeimman resoluution näytöt. Visuaalisen loiston ansiosta lääketieteelliset yksityiskohdat ja monimutkaiset animaatiot näkyvät niin terävinä, että ne paitsi vangitsevat huomion myös korostavat vastaanoton ammattimaisuutta ja lääketieteellis-teknologista tasoa. Toisin kuin monen muun palveluntarjoajan näytöillä, ScreenWayn kanssa potilaan katselua eivät keskeytä kulutustavaroiden mainokset tai lääketeollisuuden massamainokset. Sen sijaan näyttöjen sisältö toimii ainutlaatuisena rajapintana lääketieteellisten innovaatioiden ja potilaan tiedontarpeen välillä. Tämä vahvistaa vastaanoton uskottavuutta ja suuntaa huomion olennaiseen: terveyteen. Tieteelliset analyysit osoittavat tämän häiriöttömän viestinnän psykologisen lisäarvon. Laadukas visuaalinen toteutus lyhentää koettua odotusaikaa jopa 35 prosenttia*, ja kun häiritsevä kolmansien osapuolten mainonta puuttuu, stressin kokemus vähenee. Terveystietä välittää monimutkaiset lääketieteelliset asiat ymmärrettävästi ja potilasta kunnioittaen, vahvistaa potilaiden terveyslukutaitoa ja valmistaa heitä mielekkäästi tulevaan keskusteluun lääkärin kanssa.

Digitaalinen murros hoitopisteessä

Koska mikään ulkopuolinen mainonta ei vie huomiota videosisällöltä, järjestelmä toimii erittäin tehokkaana ”hiljaisena myyjänä” vastaanoton omille palveluille. Näin voidaan huomaamattomasti kertoa esimerkiksi lääkärin erikoisaloista tai vastaanoton lisäpalveluista. Terävässä 4K-kuvassa monimutkaiset yhteydet ja innovatiiviset diagnoosimenetelmät havainnollistuvat selkeästi. Potilaan itse maksamien yksilöllisten terveyspalvelujen kysyntä vastaanotolla kasvaa mitattavasti jopa 15 prosenttia*. Potilas astuu hoituhuoneeseen valmiiksi perehtyneenä ja kysyy suoraan moderneista hoitovaihtoehdoista, mikä vahvistaa lääkärin asiantuntijaroolia ja vapauttaa hänet myyjän roolista. ScreenWay mahdollistaa näin aidon vastaanoton brändäyksen, jossa kaikki huomio kuuluu tiimille ja sen osaamiselle. Näin ScreenWay osoittaa, että moderni lääketiede edistää aktiivisesti terveyttä digitaalisen, tarkkapiirteisen ja mainoksettoman valistuksen avulla. Samalla se turvaa vastaanoton ammattimaisuuden ja kannattavuuden.

*Lähde: EMPAT-tutkimus, Deutsches Zentrum für Medizinmarketing -keskuksen markkina-analyysi