

NEWS

ScreenWay oferuje praktykom lekarskim brylancję 4K i komunikację z pacjentem bez reklam

Postępująca digitalizacja wkracza do branży medycznej

22 grudnia 2025, Tobias Engl



Czy oznakowanie zewnętrzne, w recepcji, foyer czy poczekalni: wszystkie pomieszczenia da się dziś zmodernizować. Doświadczają funkcjonalnego przeorientowania, od pasywnych pomieszczeń pobytu ku funkcjonalnym instrumentom informacji i marketingu. Całkiem przy okazji wyświetlacze tworzą jaśniejszą, bardziej pozytywną atmosferę. Gdzie kiedyś praktyki kształtowały przestarzałe czasopisma i wyblakłe plakaty reklamowe kas chorych, ScreenWay wyznacza dziś technologiczną czołówkę nowoczesnego, a przede wszystkim poważnego przekazu do pacjenta.

Decydująca cecha wyróżniająca treści wideo ScreenWay leży w kombinacji najwyższej jakości i konsekwentnego zobowiązania do edukujących, opisujących usługi praktyki, a przede wszystkim wolnych od reklam krótkich filmów. Ponieważ wszystkie wideo produkowane są w 4K (rozdzielczość UHD 3840 x 2160 px), ScreenWay oferuje ekrany o najwyższej rozdzielczości na rynku. Ta wizualna brylancja zapewnia, że detale medyczne i złożone animacje przedstawiane są w ostrości, która nie tylko przykuwa uwagę, lecz też podkreśla profesjonalizm i medyczno-technologiczne aspiracje praktyki. W przeciwieństwie do innych dostawców pacjent u ScreenWay nie jest przerywany klipami reklamowymi dóbr konsumpcyjnych czy masowymi spotami farmaceutycznymi. Zamiast tego treści ekranowe działają jako ekskluzywny styl między innowacją medyczną a potrzebą informacji pacjenta. To wzmacnia wiarygodność praktyki i kieruje koncentrację na

istotę: zdrowie. Analizy naukowe dowodzą psychologicznej wartości dodanej tej niezakłóconej komunikacji. Odczuwany czas oczekiwania obniża się przez wysokiej jakości opracowanie wizualne do 35 procent*, podczas gdy brak przeszkadzającej reklamy zewnętrznej redukuje odczucie stresu. Ten zdrowotny content przekazuje złożone treści medyczne zrozumiale i na wysokości oczu, wzmacnia kompetencję zdrowotną pacjentów i sensownie przygotowuje ich do następującej rozmowy z lekarzem.

Cyfrowa transformacja w point of care

Ponieważ żadne zewnętrzne reklamy nie odciągają od treści wideo, system przejmuje rolę wysoce efektywnego „silent salesman” dla własnych usług. Tak można nienachalnie informować na przykład o specjalizacjach lekarza czy oferowanych usługach dodatkowych praktyki. W krystalicznie ostrym 4K złożone zależności i innowacyjne procedury diagnostyczne są tak wizualnie opracowane. Popyt na indywidualne usługi zdrowotne w gabinecie rośnie mierzalnie do 15 procent*. Pacjent wchodzi do gabinetu wstępnie poinformowany i pyta celnie o nowoczesne opcje terapii, co wzmacnia lekarza w jego fachowej ekspertyzie i uwalnia od roli sprzedawcy. ScreenWay umożliwia tak niezafałszowany branding praktyki, przy którym cała uwaga należy do zespołu i ekspertyzy. Tym samym ScreenWay dowodzi, że nowoczesna medycyna przez cyfrową, wysokorozdzielczą i wolną od reklam edukację aktywnie przyczynia się do optymalizacji zdrowia. Jednocześnie zabezpieczany jest profesjonalizm oraz rentowność praktyki lekarskiej.

*Źródło: badanie EMPAT, analiza rynku Niemieckiego Centrum Marketingu Medycznego