

VermarktungHappyMed

Markteinführung D-A-NL der Happy Med Plattform

| | | | |
|---------------------------------|--|------------------------|---------------|
| Programm / Ausschreibung | AT:net, Phase 4, AT-net (4) 2. Ausschreibung | Status | abgeschlossen |
| Projektstart | 01.11.2016 | Projektende | 30.04.2018 |
| Zeitraum | 2016 - 2018 | Projektlaufzeit | 18 Monate |
| Keywords | Markteinführung D-A-NL, HappyMed Plattform | | |

Projektbeschreibung

Das HappyMed-System wurde entwickelt, um PatientInnen vor, während und nach medizinischen Behandlungen zu entspannen, zu unterhalten und positiv abzulenken.

Mittels Videobrille und Kopfhörer können ÄrztInnen ihren PatientInnen helfen, unangenehme Behandlungssituationen auszublenden und die Behandlung durch hochklassige Videoinhalte zum Erlebnis zu machen. Das dafür eigens entwickelte Media-Center ist das Endgerät, von dem aus auf eine Vielzahl an lokal gespeicherten Filmen und sonstigem Content zugegriffen werden kann. Dieses Media Center ist verbunden mit der HappyMed Platform, welche für die Organisation und Verwaltung von Kundendaten, Mediengeräten, sowie von Filminhalten entwickelt wurde.

Die gesamte Plattform läuft auf der Google Cloud Platform, bevorzugt auf Servern in der EU. Das Herzstück der Plattform ist die RESTful-API mit der alle Endgeräte kommunizieren. Die API wurde in PHP entwickelt und läuft auf der Google App Engine. Diese greift im Hintergrund auf eine MySQL-Datenbank zu, die in Google Cloud SQL läuft. Darin werden die gesamten Daten von KundInnen, Geräten, Filmen, Statistiken, etc. gespeichert. Der Reifegrad der Platform ist hoch.

Die beiden zentralen Entwicklungstätigkeiten sind:

- a) Entwicklung des KundInnenzugangs zur Admin-Plattform inkl. automatischer Filmkonvertierung
- b) Usability-Tests & Optimierung

Vor allem die Verbesserung der Usability der Plattform inkl. Fehlerbehebung, Barrierefreiheitsanpassungen sowie Performance Optimierungen.

Die Zielgruppe für die Markteinführung sind Klinikketten & -verbunde und einzelne Standorte innerhalb eines Verbunds sowie unabhängige Kliniken/Krankenhäuser in Österreich, Deutschland und den Niederlanden.

Das Vermarktungskonzept für die genannte Zielgruppe basiert auf 4 Säulen, 1. Roadshow AT / DE / NL, 2. Messeteilnahmen, 3. Aufbau von Vertriebs- und Servicepartnern, sowie 4. Marketing- & PR-Maßnahmen.

Meilensteine und zugleich Projektziele sind: (die Zeitpunkte und die jeweilige Qualität wurde in SMART-Zielen formuliert)

- Backend- & Frontend Entwicklung abgeschlossen
 - Usability-Optimierungen durchgeführt
 - Fehlerbehebung abgeschlossen
 - Marketingdetailplan und Medienplan erarbeitet
 - Roadshow-Vorbereitung abgeschlossen
 - Hospitationen durchgeführt
 - Messeteilnahmen & Messeevaluierung abgeschlossen
 - Partner-Evaluierung abgeschlossen &
- Kooperationsverträge unterzeichnet
- Marketing-Maßnahmen umgesetzt

Abstract

The HappyMed system is designed to patients before, during and relax after medical treatment, to entertain and distract positive.

Using video goggles and headphones can help patients, hide unpleasant treatment situations and to make the treatment by high-class video content into an experience doctors.

The specially developed for this media center is the terminal from which you can access a variety of locally stored movies and other content. Deses Media Center is connected to the HappyMed Platform, which was developed for the organization and management of customer data, media devices, and film content.

The entire platform runs on the Google Cloud Platform, preferably on servers in the EU. The heart of the platform is the RESTful API to communicate with all terminals. The API was developed in PHP and runs on the Google App Engine. This engages in the background to a MySQL database running in Google Cloud SQL. In it are all the data of customers, equipment, films, statistics, etc. stored. The maturity of the Platform is high.

Software development activities are:

- a) development of access to customers incl. automatic film conversion Admin Platform
- b) usability testing & optimization

In particular, the improvement in the usability of the platform incl. troubleshooting, accessibility modifications and performance optimizations.

The target group for the launch are hospital chains and individual locations within a group and independent clinics / hospitals in Austria, Germany and the Netherlands.

The marketing concept for the mentioned target group is based on 4 pillars

1. Roadshow A / G / NL, 2. trade fairs, 3. Structure of sales and service partners, and 4. Marketing & PR activities.

Milestones and simultaneously project objectives are: (the timings and the respective quality was in SMART-objectives formulated)

- backend & frontend development
- usability performed
- troubleshooting completed
- marketing plan and media plan developed
- roadshow preparations completed

- internships performed
- trade fairs & exhibition evaluation completed
- partner-evaluation completed and cooperation agreements
- marketing measures implemented

Projektpartner

- HappyMed GmbH