



# In 7 Stufen zum erfolgreichen PRAXISEINSTIEG

In den ersten Monaten entscheidet sich, ob Ihre eigene Praxis ein wirtschaftlicher Erfolg wird. Um den Herausforderungen als Unternehmer gewachsen zu sein, müssen Sie früh entscheidende Weichen stellen. Nachdem für die eigene Praxisniederlassung der richtige Standort gefunden, die Finanzierung bewilligt, die notwendigen Verträge unterzeichnet und die entsprechenden Versicherungen abgeschlossen sind, hören Planung und Organisation bis zur Eröffnung nicht auf – unabhängig davon, um welche Form des Praxiseinstiegs es sich handelt.

Nadja Alin Jung, Frankfurt am Main

## Phase 1:

### *Vor allem Tun – Strategie & Ziele setzen*

Starten Sie nicht ohne Konzept und Strategie. Einer Ihrer ersten Schritte sollte die Definition Ihrer Praxisvision sein. Investieren Sie diese Zeit, denn es wird sich später auszahlen. Fragen Sie sich, welche Ziele Sie kurz- und langfristig erreichen wollen und stimmen Sie Ihre Maßnahmen darauf ab.

Gerade im Bereich der Patientenkommunikation ist eine klare Ausrichtung und Positionierung von Beginn an unerlässlich. Hierzu zählt auch die Festlegung, welche Patientenzielgruppe angesprochen werden soll. Demografischer und sozialer Hintergrund der Zielgruppe und Einzugsgebiet sind grundlegend festzulegen, um die gesamten Marketingmaßnahmen entsprechend zu koordinieren. Dies ist sowohl für die Kommunikation des Leistungsspektrums als auch für die Festlegung von Öffnungszeiten, dem Aufbau eines Preiskonzepts und der Art der Werbemaßnahmen entscheidend. Avisieren Sie vorwiegend Berufstätige als Klientel, ist es sinnvoll, Öffnungs-

zeiten entsprechend in die frühen Morgenstunden bzw. in den Abend hinein auszudehnen und beispielsweise einen WLAN-Bereich im Wartezimmer einzurichten. Möchten Sie in Ihrer Praxis Alterszahnheilkunde fokussieren, rücken Sie Behandlungsschwerpunkte wie Parodontologie, Implantologie und Prophylaxe in den Mittelpunkt und prüfen Sie die verkehrstechnische Erreichbarkeit wie auch die Barrierefreiheit innerhalb der Praxis selbst.

## Phase 2:

### *Erfolgsfaktor Projektmanagement*

Die Praxisniederlassung ist wie Ihr persönliches Projekt – handeln Sie danach. Arbeiten Sie mit Methoden und Werkzeugen des Projektmanagements. Hierzu gehört die strukturierte Planung Ihrer Aktivitäten – Schritt für Schritt. Wichtig ist es, sämtliche Maßnahmen mit einer zeitlichen Deadline zu verknüpfen und entsprechende Kosten wie auch benötigte Ressourcen klar zu beziffern. So lässt sich durch ein professionelles Projektmanagement der gesamte Prozess effektiv steuern und kontrollieren. Auf diese Weise er-

halten Sie die notwendige Transparenz, um das Gesamtprojekt „Praxisniederlassung“ erfolgreich zum Abschluss zu bringen und mögliche Unwägbarkeiten rechtzeitig zu erkennen.

## Phase 3:

### *Überzeugenden Außenauftritt gestalten*

Suchen Sie sich zur Gestaltung Ihres Außenauftritts eine zu Ihnen passende Werbeagentur. Legen Sie ein Marketingbudget fest, holen Sie Angebote ein und entscheiden Sie sich erst dann. Stellen Sie ein Briefing für die Werbeagentur auf. Formulieren Sie, welche Zielgruppe Sie ansprechen wollen, welches Konzept und welche langfristigen Ziele Sie mit der Praxis verfolgen. Dies ist wichtig, um ein individuell auf Sie abgestimmtes Ergebnis von der Werbeagentur zu erhalten. Bedenken Sie hierbei die zuvor in der Strategieplanung festgelegte Ausrichtung – Sie werden feststellen, dass die Zielpriorisierung aus Phase 1 zur genauen Positionierung dringend notwendig ist.

Zudem ist es ratsam, sich mit einem groben Farbkonzept zu beschäftigen.