

Der harte Wettbewerb um Patienten zwingt Zahnärzte dazu, Praxismarketing zu betreiben. Dabei spielt die Auseinandersetzung mit dem Auftreten gegenüber den Patienten eine entscheidende Rolle. Eine der Antworten auf die Frage „Wie erreiche ich eine hohe Patientenbindung?“ ist die Einrichtung einer „Wohlfühlpraxis“.

Hohe Patientenbindung in der „Wohlfühlpraxis“

Autor: Alexander Vogler

Die Schaffung einer angenehmen Praxisatmosphäre ist mehr als eine Modeerscheinung, längst ist sie zu einem langfristigen Trend geworden. Dentaldepots, Architekten, Unternehmensberatungen und sogar freischaffende Künstler versprechen ihren Kunden Unterstützung bei der Realisierung ihrer individuellen „Wohlfühlpraxis“, die echten Mehrwert für Patient wie Praxisteam bietet. Doch was ist eine „Wohlfühlpraxis“ und wodurch bringt sie „Mehrwert“?

„Ein durchdachtes, stimmiges Praxiskonzept, das den Namen ‚Wohlfühlpraxis‘ zu Recht trägt, sorgt für eine Win-Win-Situation: Die Patienten kommen gerne, die Behandler arbeiten stressfreier, effizienter und damit erfolgreicher“, weiß Udo Karl, Marketingleiter vom Instrumentenhersteller Hu-Friedy.

Woher kommt der Trend zur „Wohlfühlpraxis“?

Das Thema „Wohlfühlpraxis“ beschäftigt seit einigen Jahren die gesamte Dentalindustrie. Es ist Resultat der vielschichtigen Veränderungen des Gesundheitssystems und damit dem harten Wettbewerb um Patienten (Kunden!), aber auch eine Ausprägung der Wellness- und Gesundheitswelle, die viele Menschen in ihren Soggezogen hat. Und so kommt selbst ein Hersteller zahnärztlicher Präzisionshandinstrumente wie Hu-Friedy nicht umhin, sich mit der Ar-

beitsplatzgestaltung seiner Kunden auseinanderzusetzen. Eine nachvollziehbare Strategie, bedenkt man, dass die ganze Dental-

Unternehmensberatung Vital Concepts (Usingen), die Arztpraxen, Hotellerie- und Wellnessanlagen, Büros, Einkaufspassa-



Die halbdurchsichtigen Wände, die für die Praxis Hopp kennzeichnend sind, geben den Räumlichkeiten – hier dem Behandlungszimmer – einen weitläufigen, leichten und freundlichen Charakter. Beim Aufeinandertreffen von Tages- und Kunstlicht ergeben sich reizvolle optische Effekte.

branche davon profitiert, wenn das Praxismarketing funktioniert und es ihren Kunden wirtschaftlich gut geht.

Hu-Friedy unterstützt seit Kurzem seine Kunden bei der Realisierung ihrer individuellen „Wohlfühlpraxis“. Der Instrumentenhersteller kooperiert dabei mit der

gen, Gastronomiebetriebe etc. nach den Regeln des Feng Shui, der Geomantie und der Baubiologie plant und realisiert. Vital Concepts (www.vital-concepts.com) berät Hu-Friedy-Kunden bei der Schaffung ihrer persönlichen „Wohlfühlpraxis“ zu attraktiven Konditionen.