

Weiche Faktoren sind entscheidend

Zahnärzte, die sich unabhängig machen wollen von Leistungsbudgetierung und Kassenmedizin, müssen mit viel Engagement und unter Einsatz finanzieller, zeitlicher und persönlicher Ressourcen die Entwicklung ihrer Praxen steuern. Deren wirtschaftlicher Erfolg ist ebenso wie die Zufriedenheit des gesamten Praxisteams und der Patienten multifaktoriell begründet.

▶ Karin Scheuermann



Karin Scheuermann, Seminarreferentin/New Image Dental

info:

Eine Checkliste zum Thema „Serviceorientierung“ kann bei der Autorin dieses Beitrags gerne angefordert werden über

New Image Dental GmbH
Agentur für Praxismarketing
Jahnstraße 18
55270 Zornheim
Tel.: 0 61 36/95 55 00
Fax: 0 61 36/95 55 033
E-Mail:
DLV-New-Image@t-online.de
www.new-image-dental.de

Ein Zahnarzt, der seine persönlichen Ziele – eine hochwertige Zahnmedizin, ein motiviertes Team, begeisterte Patienten und den wirtschaftlichen Praxiserfolg – realisieren möchte, muss auf allen Gebieten überzeugen. Ein Höchstmaß an Serviceorientierung transportiert diesen Qualitätsanspruch an die Patienten, die bei einem hohen Standard für besondere Leistungen auch gerne hinzuzahlen. Eine besondere Service-Orientierung ist also weit mehr als die Summe ihrer Teile, sie geht weit über die Oberfläche, über das für den Patienten sinnlich Wahrnehmbare hinaus. Die Serviceorientierung ist der sichtbare Ausdruck einer vom Praxisteam gelebten Philosophie, in deren Zentrum der Patient steht. Und genauso nimmt dieser auch den Service in einer Praxis wahr: Qualitätsschwankungen fallen schnell auf und wirken sich negativ auf das Image der Praxis aus. Im Gegenzug überzeugt eine Praxis, deren Service auf ganzer, auch sehr schnell von ihrer medizinischen Kompetenz.

Was ist Service?

Service definiert sich heute in all den Leistungen, die einem Patienten über die zahnmedizinische Behandlung hinaus geboten werden. Im Zuge der Entwicklung von Zahnarztpraxen zu Dienstleistungsunternehmen kommt dem Service eine immer stärkere Bedeutung zu – mittlerweile kann man ohne Übertreibung sagen, dass die Serviceorientierung zu einem zentralen Entscheidungskriterium für den Patienten bei der Wahl des Zahnarztes geworden ist. Das liegt zum einen an der stän-

dig wachsenden Zahnärztdichte in Großstädten und zum anderen an den gestiegenen Ansprüchen der Patienten, die neben einer hochwertigen medizinischen Versorgung auch gut betreut werden wollen. Der Service spielt aber noch eine weitere wesentliche „verstecktere“ Rolle: Da ein Patient im Normalfall die Qualität einer zahnmedizinischen Leistung nicht oder nur schwer einschätzen kann, zieht er andere, sekundäre Kriterien zu Rate, die ihm das fachliche Know-how des Arztes mittelbar dokumentieren. Eigentlich sollten alle folgenden Punkte zur Servicekompetenz einer jeden Praxis zählen. Es kommt aber doch immer wieder vor, dass der eine oder andere im hektischen Praxisalltag vernachlässigt wird. Meist helfen da eine straffe Organisation und eine detaillierte Aufgaben- und Kompetenzverteilung. Die folgende Auflistung dient als Checkliste und Orientierungshilfe:

- Patienten werden bei uns immer freundlich, mit einem Lächeln auf den Lippen und einem persönlichen Wort empfangen.
- Unsere Rezeptionskraft ist in der telefonischen Gesprächsführung mit Patienten optimal geschult.
- In der Regel können Wartezeiten von über 15 Minuten vermieden werden.
- Auf einen Termin müssen unsere Patienten in der Regel nicht lange warten. Meistens bekommen sie ihn zu der von ihnen gewünschten Tageszeit.
- Das Wartezimmer ist stets aufgeräumt.
- Im Wartezimmer liegt aktuelle Lektüre aus und es stehen Getränke bereit. Auch Kaffee wird angeboten.
- Wartende Patienten haben bei uns in der Praxis die Möglichkeit, sich die Zähne zu putzen; Einweg-Zahnputzutensilien liegen bereit.