

Patienten gewinnen mit System

Patienten, die in puncto Zahngesundheit hohe Maßstäbe anlegen, suchen sich ihre Zahnarztpraxis sorgfältig aus. Diese Menschen als Patienten zu gewinnen, erfordert ein systematisches Vorgehen. Die Beratungspraxis der solutio GmbH, Gesellschaft für Software-Entwicklung und Praxismanagement in der Medizin, zeigt, dass Zahnarztpraxen sich dabei als erfolgreiche Unternehmen an einer eigenen Vision und Strategie ausrichten sollten.

Dr. Walter Schneider

Auf Grund mangelnder Servicequalität wechseln 75 Prozent aller Patienten die Praxis, für weitere 25 Prozent ist entweder die schlechte Produktgüte oder ein zu hoher Preis der Grund für eine Neuorientierung: Ein Blick auf das komplexe Innenleben moderner Zahnarztpraxen zeigt, dass erfolgreiches Patientenmarketing und eine langfristige Patientenbindung von zahlreichen Faktoren abhängen. Rein wirtschaftliche Beweggründe sind nachweislich weder auf Patienten- noch auf Praxisseite die einzig relevanten Größen.

Stärken herausarbeiten

Das in den neunziger Jahren von Kaplan und Norton vorgestellte Balanced Scorecard-Prinzip (BSC) trägt dieser Komplexität Rechnung. Im Mittelpunkt stehen vier Perspektiven: Die Finanzperspektive, die Kunden- und Marktperspektive, die Lern- und Entwicklungsperspektive sowie die Prozessperspektive. In Abstimmung mit der Vision

und Strategie einer jeden Praxis lassen sich nach dem BSC-Prinzip für jeden dieser Bereiche messbare strategische Ziele formulieren. Bezogen auf die Kunden- und Marktperspektive lautet die zielführende Frage beispielsweise: „Wie sollen wir am Markt auftreten, um unsere Vision und Strategie zu verwirklichen?“ Die von der solutio GmbH entwickelte Praxismanagement-Software „Charly“ hat bereits Fragekomplexe nach dem BSC-Prinzip integriert. Praxen können sich über die Beweggründe ihrer Patienten besser informieren und wissen beispielsweise, warum Patienten bestimmte Behandlungsarten mehr favorisieren, als andere: Hintergründe, die entscheidend zur erfolgreichen Ausrichtung auf die Motivation der gewünschten Patientengruppen beitragen können. In Kombination mit einer klaren Vision können Praxen dieses Prinzip nutzen, um ihre Stärken und Fähigkeiten systematisch für eine optimale Ausrichtung auf ihre Zielgruppen herauszuarbeiten.



Dr. Walter Schneider ist Zahnarzt mit umfassender Erfahrung aus eigener Praxis und Geschäftsführer der solutio GmbH, einem Unternehmen, das sich auf die Entwicklung und Anpassung von Software-Lösungen für den zahnärztlichen Bedarf spezialisiert hat.