



Praxismarketing

Aktive Senioren erfolgreich als Patienten binden



Cornelia Stehr



Jochen Kriens

Deutschlands Bevölkerung wird immer älter: Das Geschäft mit dem „reifen Kunden“ boomt. Immer mehr Marketingspezialisten beschäftigen sich mittlerweile mit den Wünschen und Bedürfnissen der Generation jenseits der Fünfzig. – Und die Zahnarztpraxis? Auch hier weiß eine wachsende Zahl von Zahnärzten um die Wichtigkeit, gerade ältere Patienten für die eigene Praxis zu gewinnen und dauerhaft zu binden. Diese Patientenklientel hat freilich ihre spezifischen Wünsche und Ansprüche – sowohl an die zahnärztliche Behandlung als auch an die Organisation und die Serviceleistungen, die über die eigentliche Behandlung hinausgehen.

| Dipl.-Päd. Cornelia Stehr, Jochen Kriens M.A.

die autoren:

Cornelia Stehr

Dipl.-Pädagogin/Projektmanagement-Fachfrau (GPM)
Leiterin Kundenbetreuung
New Image Dental GmbH

Jochen Kriens M. A.

Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
New Image Dental GmbH

Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, bedarf es einer umfassenden Betreuung des Patienten, die weit über die zahnmedizinische Behandlung hinausgeht und dafür sorgt, dass sich der Patient in der Praxis wohl fühlt.

Die Personengruppe „Senioren“ ist freilich sehr heterogen: Dynamische Menschen Ende Fünfzig, die noch voll im Berufsleben

stehen, gehören ebenso dazu wie die Bewohner von Altenheimen, die sich aus dem gesellschaftlichen Leben weitgehend zurückgezogen haben. Sie alle gleichermaßen als Patienten zu gewinnen und zu binden, hat für die einzelne Zahnarztpraxis wenig Aussicht auf Erfolg. Spezialisierung ist dringend zu empfehlen: In dem folgenden Artikel geht es um die Personengruppe der „ak-