

Erfolgspfeiler Praxisanalyse

| Yvonne Kasperek

In der Zahnarztpraxis ist heute nichts mehr wie es war. Der Zahnarzt ist Unternehmer, der mehr und mehr zum „Unternehmen“ verdammt ist. Gefragt ist in dem Umfeld solides Datenmaterial für Erfolg versprechende, unternehmerische Mittel und Maßnahmen. Die liefert – unter anderem – eine detaillierte Praxisanalyse als Navigationssystem für den künftigen Kurs. Leider wird diese Analyse oft nur halbherzig, dazu zu selten oder auch gar nicht durchgeführt. So schlummern individuelle Praxisstärken, aber auch Schwachpunkte wie z. B. die Kritik der Patienten, weiter im Verborgenen.



Wie reagiert der/die Unternehmer/-in „Zahnarzt“ auf die heutigen Anforderungen und vor allem, wie reagiert er/sie richtig? Es ist ein gefährlicher Weg, sich blind darauf zu verlassen, dass auch weiterhin genügend Patienten den Weg in die Praxis finden. Es ist an der Zeit, durch gezielte Eigeninitiative Patienten aktiv für das Angebot zu interessieren und die Praxis so rasch flexibel und leistungsstark zu machen.

Die Praxis im Blickfeld

Die aktuelle Situation in der Branche ist kein Zuckerschlecken: Mitbewerber

sind wesentlich aktiver als früher. Zudem treten anspruchsvollere Konkurrenten, die aus früheren Fehlern gelernt haben und sich professionell beraten lassen, verstärkt am Markt auf. Auch die Patienten sind im Vergleich zu früher besser informiert. Sie agieren in vielen Gebieten mündiger und äußerst kritisch in ihren Entscheidungen. Jeder weiß, dass wirtschaftlich im Zuge der Globalisierung gegenwärtig ein rauer Wind weht. Weiter steigende Lebenshaltungskosten veranlassen die Patienten, in erster Linie Grundbedürfnisse zu befriedigen und sich jede Behandlung beim Zahnarzt zweimal zu überlegen. Die Kosten in der Praxis klettern derweil munter weiter – Gas, Strom und Wasser lassen grüßen. Immer neue Maßnahmen der Krankenkassen tragen zusätzlich zu einer unsicheren Erlössituation bei. Erfahrene, externe Berater bieten einen Blick auf die Praxis aus einem anderen Winkel sowie ein Portfolio bewährter Mittel und Maßnahmen. Speziell entwickelte Praxisanalysen für die unternehmerische Basisarbeit stellen ein Instrument, um Stärken und Schwächen in einer Praxis auszuloten, diese zu bewerten. Erst danach lassen sich konstruktive Maßnahmen mit dem Ziel einleiten, Schwachpunkte in Stärken zu wandeln. Für die Analyse ist es sinnvoll, dass diese eine externe Stelle durchführt. Die viel zitierte „Betriebsblindheit“ sorgt nämlich bei internen Analysen oftmals dafür, dass unangenehme Erkenntnisse großzügig „übersehen“ werden.

Erhöhter Patientennutzen

Natürlich sind viele kleine Antriebsräder für den Erfolg des großen Unternehmer-Netzwerkes ausschlaggebend, im Wesentlichen ruht der Erfolg auch in der Zahnarztpraxis auf drei universell gültigen unternehmerischen Säulen:

- Image und Auftreten einer Praxis
- Zufriedenheit und damit Weiterempfehlung durch bestehende Kunden
- qualifizierte, motivierte und begeisterte Mitarbeiter.

Erfahrene Anbieter stellen aus der langjährigen Praxis heraus zum Beispiel für jeden dieser Bereiche eigenständig entwickelte, feinfühligere Analyse-Methoden zur Verfügung. So werden seismografisch frühzeitig Fehlentwicklungen bemerkt und es kann sofort wirkungsvoll gegengesteuert werden. Vier relevante Fragenkomplexe sind in jedem Fall zu behandeln, bei denen dem Patient zugleich ein Forum für Anregungen und Kritik angeboten wird:

- Was wird von einer Zahnarztpraxis erwartet?
- Wie zufrieden sind die Patienten?
- Welche Leistungen werden von den Patienten vermisst?
- Welche Verbesserungen wünschen sich Ihre Patienten?

Die Ergebnisse münden in einem entsprechenden Maßnahmen-Katalog. In dem Verhalten und Leistung darauf abstimmt werden, gewinnt die zukünftige Struktur des Unternehmens an Kontur.