

Für erfolgreiche Zahnärzte: Exzellenz ist ein Weg, kein Ziel!

| Dr. Dr. Cay von Fournier

Alternativen gibt es nicht nur bei Behandlungen, bei Füllungen oder der Art des Zahnersatzes, Alternativen gibt es auch bei der Führung einer Zahnarztpraxis: Man kann sich dazu entscheiden, einfach alles so wie bisher zu machen, oder neue Wege einzuschlagen. Man kann weiterhin einfach gut sein, gute Behandlungen durchführen, gute Leistungen rund um die Zahngesundheit anbieten, ein gutes Praxismanagement organisieren. Viele Jahrzehnte reichte das aus, um als Zahnarzt erfolgreich zu sein. Heute ist das anders: „Gut“ ist nicht mehr gut genug. Im globalen Wettbewerb kann nur bestehen, wer als Zahnarzt und Praxisteam kontinuierlich an sich arbeitet, schnell neues Wissen aufnimmt und dieses auch umsetzt.

Wer den Wettbewerb im 21. Jahrhundert gewinnt, wird jetzt entschieden. Auch Zahnärzte haben heute ganz andere Herausforderungen zu bewältigen als noch vor 10 oder 15 Jahren: Unser Bewusstsein und unsere Kreativität, eine positive Einstellung und die Art unseres Denkens, das Engagement und die Konsequenz bei der Umsetzung sind schon heute die entscheidenden Erfolgsgrundlagen.

Dabei ist der Weg zur Spitze keine gerade Linie. Krisen, Stagnation und Misserfolge gehören zum erfolgreichen Wachsen dazu. Betrachtet man Bambusstäbe, wird dies auch in der Natur deutlich: Erst Verzögerungen im Wachstum und die Verdickungen in bestimmten Abständen (Wachstumsknoten) machen den Bambus so stabil. Exzellenz in der Zahnarztpraxis bedeutet,

- sich mehr engagieren ...
- sich mehr kümmern ...
- mehr riskieren ...

- leidenschaftlicher und ...
- klüger entscheiden ...
- mehr erwarten ...
- mutiger sein ...
- mehr umsetzen ...
- schneller sein ...

Fünf Grundsätze weisen den Weg zu exzellenter Führung.

1. Exzellente Zahnärzte haben begeisterte Patienten

Um im harten Wettbewerb erfolgreich sein zu können, muss sich das gesamte Praxisteam auf das wichtigste Ziel besinnen: die nachhaltige Begeisterung der Patienten. Für zufriedene Zahnärzte, die sich mit zufriedenen Patienten zufriedengeben, wird es mittelfristig gefährlich, weil der Wettbewerb dann in erster Linie über den Preis ausgetragen werden muss. Erst begeisterte Patienten sind bereit, mehr Geld für private Zusatzleistungen auszugeben. Begeisterung ist unbezahlbar!

Die drei Ebenen der Patientenbegeisterung

Lassen Sie mich das Thema Patientenbegeisterung am Beispiel einer Torte erklären. Eine Torte besteht aus dem Tortenboden und den verschiedenen Schichten, der Sahnehaube und den Streuseln. Den Tortenboden mit den Schichten bildet die Basisleistung: Der Patient erhält eine ordentliche Behandlung auf der Basis der Kassenleistung. Kurz gesagt: Er ist zufrieden. Schwieriger wird es schon bei der Sahnehaube: Hier gelingt es dem Zahnarzt, sich zu differenzieren. Durch eine außergewöhnliche Kommunikation werden dem Kunden Zusatzleistungen angeboten und verkauft; ein höherer Preis wird akzeptiert, erkennt der Patient doch das Plus für sich. Die dritte Schicht bilden die Streusel, die einer Torte erst das außergewöhnliche Aussehen geben. Der Patient fühlt sich dem Zahnarzt emotional verbunden, er identifiziert sich mit der Praxis in überdurchschnittlichem Maße und trägt seine Begeisterung weiter.