



© Andrey\_Popov/Shutterstock.com

**PRAXISMANAGEMENT** // Vielen Zahnärzten fehlt es an den richtigen Prozessen, um Heil- und Kostenpläne ohne großen zusätzlichen Aufwand bei ihren Patienten umzusetzen. Dabei gehen ihnen so nennenswerte Mehreinnahmen verloren. Praxisberater und Betriebswirt Wolfgang Apel teilt zwei einfache Hacks, mit denen Praxisinhaber die Conversion Rate von Heil- und Kostenplänen in ihrer Zahnarztpraxis optimieren und so Umsatz und Gewinn langfristig signifikant erhöhen.

## PRAXISTIPPS ZUR VERBESSERUNG DER HKP-CONVERSION

Wolfgang Apel/Nürnberg

Befragt man Zahnärzte nach der Umsetzung ihrer Heil- und Kostenpläne, gehen die meisten davon aus, dass 80 bis 90 % der Pläne realisiert werden. Im Rahmen einer Praxispotenzialanalyse zeigt sich im Normalfall jedoch, dass die Conversion Rate eher bei 60 bis 65 %, in wirklich guten

Fällen bei maximal 70 %, liegt. Tatsächlich geschieht es häufiger als gedacht, dass HKPs im stressigen Praxisalltag untergehen und nicht realisiert werden. Doch wie vermeiden Sie dieses Problem und steigern Ihre Conversion Rate mühelos auf tatsächliche 80 bis 90 %?

### Nutzen vs. Preis aus Sicht der Patienten

Eine große Herausforderung beim Abschluss von HKPs ist die Abwägung von Nutzen und Preis aus Sicht des Patienten: Mit jedem Tag, der zwischen dem Ge-

sprach mit Ihnen und der endgültigen Entscheidung für die Umsetzung des HKPs vergeht, sinkt das Interesse des Patienten, Ihren Vorschlag umzusetzen. Das liegt daran, dass die Behandlung für den Patienten, solange er bei Ihnen in der Zahnarztpraxis ist, eine hohe Dringlichkeit und Relevanz hat. Er weiß genau, dass sie für ihn von Vorteil ist, auch wenn gewisse Kosten dabei entstehen. Somit besteht in diesem Moment seinerseits ein hohes Interesse, diese Behandlung umzusetzen.

Sobald er die Praxis verlässt, nimmt dieses Verständnis jedoch ab. Stellen Sie sich das wie zwei Waagschalen vor: Eine Waagschale steht für den Nutzen, die andere für den Preis. Mit jedem Tag, der nach dem Gespräch vergeht, wiegt der Nutzen aus Sicht des Patienten weniger, während der Preis immer schwerer wird. Alle Argumente, die auf Ihrem Behandlungsstuhl noch so viel Sinn gemacht haben, verlieren Tag für Tag an Bedeutung – bis die Patienten nur noch den hohen Preis, aber keinen Nutzen mehr sehen.

### Hack Nr. 1: Die Zeitspanne verkürzen

Aus diesem Grund ist es wichtig, die Zeitspanne so kurz wie möglich zu halten. Hierbei spielen Ihnen übrigens auch die neuen eHKPs in die Hände. Während sich die Wartezeiten bis zur Genehmigung in der Vergangenheit lange hingezogen haben, vergehen heute nur noch wenige Tage.

Das bedeutet für Sie: Sobald ein HKP für einen Patienten erstellt wird, vereinbaren Sie sofort für die nächste Woche einen Termin zur Besprechung des Plans. So vergehen nur ein paar Tage, in denen der Patient sich noch sehr gut an das Gespräch mit Ihnen erinnern kann und weiterhin den hohen Nutzen in der Behandlung sieht. Die HKPs verlaufen nicht im Leeren, sondern werden zeitnah besprochen und signifikant häufiger umgesetzt.

### Hack Nr. 2: Die Kosten strategisch kommunizieren

Im zweiten Schritt geht es um die Kosten, die auf den Patienten zukommen. Neh-

men wir einmal an, eine bestimmte Behandlung kostet 4.000€. Zwar ist der Nutzen der Behandlung dem Patienten im Moment vollkommen klar, doch 4.000€ sind für die meisten Menschen trotzdem sehr viel Geld. Darum ist es in diesem Schritt ganz entscheidend, wie Sie den Preis kommunizieren.

Erwähnen Sie zu Beginn des Gesprächs einen deutlich höheren Betrag, den kein Patient bereit wäre, zu zahlen, als Anker. Wenn Sie dann die tatsächlichen Kosten nennen, erscheinen diese neben der vorherigen Zahl schon nicht mehr ganz so furchtbar.

Im Patientengespräch könnte sich das beispielsweise folgendermaßen anhören: „Lieber Patient, ich kann Sie beruhigen: Diese Behandlung kostet Sie jetzt keine 10.000 oder 12.000€, sondern wir reden gerade mal über rund 4.000€. Und die werden von den meisten Patienten in bequemen monatlichen Teilzahlungen zwischen 100 und 150€ beglichen. Ist das eine Größenordnung, die für Sie okay ist?“

### Ratenzahlung als Lösung

Zum Schluss folgt die bequeme Lösung der monatlichen Teilzahlung, und schon klingt die Behandlung für die große Mehrheit der Patienten absolut erschwinglich! Alles, was Sie brauchen, um eine solche Ratenzahlung anzubieten, ist ein Factoring-Unternehmen, das entsprechend variable Teilzahlungsmodelle anbietet. So erhöhen Sie auch bei den großen Summen die Abschlussquoten in Ihrer Zahnarztpraxis immens.

### HKP-Gespräche abgeben

Als Arzt und Praxisinhaber fehlt Ihnen einfach die Zeit, all diese Heil- und Kostenpläne zu besprechen? Die gute Nachricht: Sie müssen das gar nicht selbst machen. Beauftragen Sie stattdessen eine Ihrer Mitarbeiterinnen, sich um alle Aufgaben rund um das Thema Heil- und Kostenpläne zu kümmern.

Diese Position des „Patient Coordinator“ gibt es in Amerika schon lange, und auch in Deutschland ist dieses Konzept inzwischen in diversen Praxen anzutreffen. Dabei handelt es sich um eine fortgebil-

dete ZFA, die gut kommunizieren und mit Zahlen umgehen kann. Als ZFA versteht sie die Inhalte der HKPs, kann diese den Patienten erklären und so die Besprechungstermine und den Abschluss mit dem Patienten für Sie zu einem Gutteil übernehmen.

### Fazit

Die Zeit bis zur Besprechung des Plans und die Kosten für Patienten sind die beiden großen Herausforderungen, die es bei der Umsetzung von Heil- und Kostenplänen zu meistern gilt. Mit zwei einfachen Schritten schaffen Sie jedoch die nötigen Prozesse in Ihrer Zahnarztpraxis, um HKPs effizient anzusprechen und abzuschließen. So steigern Sie nicht nur Ihren Umsatz und Gewinn signifikant, sondern optimieren auch die medizinische Versorgung Ihrer Patienten, die von der Umsetzung der Pläne profitieren.

### MEDIKOM CONSULTING GMBH

Obere Bergstraße 35  
90607 Rückersdorf  
Tel.: +49 911 99087030  
info@medikom.org  
www.medikom.org

ANZEIGE

The advertisement is set against a green background. At the top, it says 'BIS ZU 50% SPAREN' in white text on a black rectangular background. Below this is a large QR code. To the left of the QR code is a dental handpiece, and to the right is a dental unit with a water tap and a control panel. At the bottom center, there is a white shield-shaped logo with the letters 'W&H' in a stylized font.