

Patienten- und Mitarbeiterbindung durch Lob, Empathie und Co.



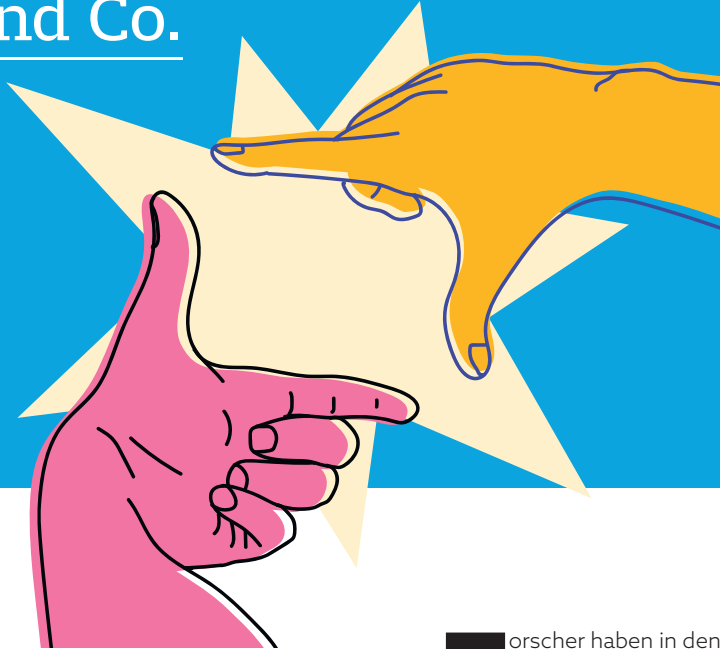
Infos zur Autorin

Ein Beitrag von Kirsten Gregus

[PRAXISMARKETING]

Psychologie in der Zahnmedizin ist mehr als ein einfühlsamer Umgang mit Angstpatienten. Die Anwendung psychologischer Grundfertigkeiten durch Zahnärzte oder deren Teams kann sich positiv auf Krankheitsverläufe, die Vorbeugung zahnmedizinischer Erkrankungen oder die Beziehung zwischen Zahnarzt, Mitarbeitern und Patienten auswirken.

© paul_craft - stock.adobe.com



Sie wollen tiefer ins Thema einsteigen?

Dann besuchen Sie das Online-seminar **„Psychologische Grundkompetenzen für eine erfolgreiche PZR und Patientenbindung“** für Zahnärzte und ihre Teams.

Anmeldung per E-Mail mit Betreff **„Reservierung Online-seminar“** an: info@godentis.de

Weitere Infos erhalten Interessierte im Anschluss per E-Mail.

Forscher haben in den letzten Jahrzehnten gezeigt, dass eine Zusammenarbeit von Zahnarzt und Patient, bei der beide Seiten zufrieden sind, ohne psychologische Kenntnisse nicht mehr möglich ist. Aus diesem Grund sind die medizinische Psychologie und Soziologie in der neuen Approbationsordnung für Zahnmediziner enthalten.

„Die Anwendung psychologischer Grundkenntnisse im Alltag einer Zahnarztpraxis verbessert nicht nur das allgemeine Wohlbefinden von Patienten, sondern auch deren Mundgesundheit“, weiß Dr. Björn Eggert aus eigener Erfahrung. Als praktizierender Zahnarzt und Geschäftsführer von goDentis – Deutschlands größtem Qualitätspartner für Zahnärzte und Kieferorthopäden – kennt er die Bedürfnisse von Zahnärzten, Praxismitarbeitern und Patienten gleichermaßen. „Eine einfühlsame und individuelle Patientenkommunikation und ein engagiertes Team sind der wesentliche Grundstein zur Motivation von Patienten.“

Aufklärung, Empathie, individualisierte Förderung

Die Motivation ist ein Dealbreaker im Praxisalltag. Wer etwa ein Team gut führen und motivieren möchte, sollte dafür sorgen, dass sich jedes Teammitglied verstanden und wohlfühlt. Wer auf individuelle Bedürfnisse der Mitarbeiter eingeht, mit Lob nicht geizt und positive Folgen einer Verhaltensänderung aufzeigt, macht schon vieles richtig. Dieselben Kriterien gelten auch bei der Kommunikation mit Patienten. Möchte man bei Patienten eine bessere Mundpflege erreichen, muss man auf einfühlsame und verständliche Art deutlich machen, dass hierfür eine Verhaltensänderung beim Patienten nötig ist. Jemand, der etwa seit Jahren nur halbherzig mit der Handzahnbürste putzt, muss davon überzeugt werden, regelmäßig eine elektrische Zahnbürste in Kombination mit Zahnseide und Zwischenraumbürsten zu nutzen. Allein der Hinweis, dass sich dies positiv auf die Zahngesundheit auswirkt, genügt meist nicht. „Gezielte

Aufklärung, empathische Betreuung und die individualisierte Förderung der persönlichen Mundpflegegewohnheiten schaffen eine Atmosphäre, in der Patienten gerne regelmäßig in die Praxis kommen. Sie kommen nicht nur zur PZR oder zur Kontrolluntersuchung. Sie lassen sich auf langfristige Verhaltensänderungen ein – für eine gute Allgemeingesundheit und ein strahlendes, gesundes Lächeln“, so Eggert.

Verschaffen Sie sich einen Überblick über aktuelle Kommunikationsmittel der goDentis im Onlineshop **godentis-markt.de**. Für goDentis-Partner sind die Produkte preisreduziert oder sogar kostenfrei erhältlich.

Hier gehts zum Shop:



nur eine medizinische, sondern auch eine psychologische Komponente verfügt. Um Zahnärzten die Kommunikation mit Patienten zu erleichtern, entwickeln Spezialisten wie goDentis kontinuierlich neue Kommunikationsmittel wie Broschüren, Magazine, Recall-Postkarten und kleine Patientengeschenke. „Durch die Integration von verhaltenspsychologischen Aspekten“, so Schütterle weiter, „streben wir danach, nicht nur gesunde Zähne zu fördern, sondern auch das emotionale Wohlbefinden der Patienten unserer Partnerzahnärzte zu stärken und langfristig positive Verbindungen zu schaffen.“ Marketingmaßnahmen sollten sich jedoch nicht nur auf die Praxisräume der Zahnärzte beschränken. Um Patienten auch außerhalb der Praxis in ihrer Wohlfühlumgebung zu erreichen, ist es sinnvoll, in sozialen Medien aktiv zu sein. Ein Instagram-Kanal wie *godentis_de* mit unterhaltenden, inspirierenden und aufklärenden Beiträgen kann die Praxis kontinuierlich und positiv mit dem Patienten verbinden. Nur durch den richtigen Medien- und Kommunikationsmix kombiniert mit der Betreuung in der Praxis ist es möglich, Patienten auf dem Weg zu einem guten Prophylaxe- und Mundhygieneverhalten zu begleiten und zu unterstützen.

Loben und gemeinsam dranbleiben

Damit die Umstellung von alten Gewohnheiten zu einem gründlicheren Putzverhalten erfolgreich verläuft, ist es wichtig, Patienten während des Prozesses zu begleiten und das Durchhaltevermögen zu stärken. Patienten, die mit ihrem Zahnarzt realistische und gut erreichbare Zwischenziele definiert haben oder sich auf eine Belohnung oder ein Lob freuen können, fällt es je nach Typ leichter, die Verhaltensänderung durchzuführen. Belohnungen müssen nicht zwingend einen materiellen Wert haben. Schon der sichtbare Erfolg, wenn etwa das Zahnfleischbluten nach mehrmaligem Benutzen von Zahnseide zurückgeht, kann ausreichen. Auch kleine Erinnerungen in Form von ästhetisch gestalteten Recall-Postkarten oder Karten mit motivierenden Sprüchen finden bei vielen Patienten großen Anklang.

Medien- und Kommunikationsmix

„Durch informative und einfühlsame Kommunikation in Broschüren und Magazinen kann zudem das Personal in Zahnarztpraxen bei der Interaktion mit Patienten entlastet werden. Gleichzeitig steigt das Vertrauen der Patienten in die Praxis“, so Katrin Schütterle, Marketingleiterin bei goDentis. Eine umfassende Marketingstrategie sollte auf dem Wissen basieren, dass die Mundgesundheit nicht

ANZEIGE

#konsistenzwahl

SPEIKOCAL:

- Calciumhydroxid fertig als **Paste** oder Konsistenz bestimmbar als **Pulver**
- Keimvernichtung durch hohen pH-Wert
 - als temporäre Einlage im Wurzelkanal
 - Röntgensichtbar