

Der Mehrwert macht den Unterschied

Auch in der zahnmedizinischen Branche nimmt Kundentreue ab und der Wettbewerbsdruck zu. Wie kann sich die Zahnarztpraxis von ihren Mitbewerbern abgrenzen, die Patientenbindung fördern und ihre Konkurrenzfähigkeit stärken? Der strategische Ansatz heisst „Mehrwert bieten – Mehrwert nutzen“.

Aus der Sicht der Patientinnen und Patienten unterscheiden sich Zahnarztpraxen nur wenig voneinander. Als Laien sind sie kaum in der Lage, die Qualität von zahnmedizinischen Behandlungen zu beurteilen. Gegebenfalls ist der Preis ein Kriterium. Insbesondere bei grösseren Behandlungsvorhaben erwarten immer mehr Patientinnen und Patienten, dass ihnen vor Behandlungsbeginn ein Kostenvoranschlag vorgelegt wird. Ein weiteres Zeichen zunehmender Preissensibilität ist der Zuspund, den auf Konsumenteninformation und Markttransparenz eingeschlossene Internetportale wie www.zahnarztvergleich.ch finden.

Diese erlauben es zum Beispiel, per Mausclick zweifelhafte Kostenvergleiche vorzunehmen. Manche Zahnarztpraxen liefern sich hier einen schonungslosen Preiskampf.

Preiskampf nein

Das Kostenbewusstsein nimmt zu. Aber Differenzierung darf nicht über den Preis stattfinden. Gegen die Erstellung von seriösen Offerten in schriftlicher Form ist grundsätzlich nichts einzuwenden. Tatsächlich ist der Kostenvoranschlag ein wichtiger Baustein des Kreditmanagements. Er bildet die verbindliche Basis für die Behandlung, und der Patient weiss auch im Hinblick auf die Kosten, was ihn erwartet. Die Bedeutung des vom Patienten unterschriebenen Kostenvoranschlags zeigt sich auch darin, dass das Dokument in einem allfälligen Betreibungsverfahren der provisorischen Rechtsöffnung dient und

das Prozedere erheblich erleichtert. Die Behandlungskosten mögen für viele Patienten bei der Wahl der Zahnarztpraxis ein gewichtiges Argument sein. Dennoch ist letztlich niemandem gedient, wenn sich die Branche in einem Preiskrieg zerfleischt. Auch nicht den Patientinnen und Patienten. Denn ungerechtfertigte Preiskonzessionen drücken zwangsläufig auf die Behandlungsqualität.

Die Gesamtleistung zählt

Die Zahnarztpraxis muss sich als kundenorientiertes Unternehmen profilieren. Mehrwert bieten ist der geeignete Ansatz dazu.

Eine Zahnarztpraxis, die ihre bestehenden Patientinnen und Patienten halten und neue Kunden hinzugewinnen will, muss andere Wege gehen, um sich zu profilieren. Das heisst, sie muss ihren Patienten Mehrwert bieten, der die eigentliche Marktleistung – also die zahnmedizinische Behandlung – ergänzt und die Attraktivität der Zahnarztpraxis als kundenorientiertes Unternehmen unterstützt. Im Vordergrund steht eine umfassende Betreuung der Patientinnen und Patienten, die den Zahnarztbesuch zu einem positiven Erlebnis macht. In diesem Zusammenhang spielt die Dentalassistentin eine Schlüsselrolle. Mit ihrem Auftreten und ihrer Art zu kommunizieren prägt sie das Klima in der Zahnarztpraxis wesentlich mit. Im Patientenkontakt wirkt sie als Botschafterin der Praxis und schafft mit ihrer Persönlichkeit und Ausstrahlung

Benchmarks: Wegweiser für die Optimierung des Kreditmanagements	
Feststellung	Folgerung
Die Anwendung höherwertiger Tarifpositionen liegt unter dem Durchschnitt.	Die Zahnarztpraxis ist zahnmedizinisch im unteren Segment wenig ertragreicher Behandlungen positioniert.
Die Anwendung der Tarifposition 4000 (Befundaufnahme) liegt unter dem Durchschnitt.	Die Zahnarztpraxis akquiriert zu wenig neue Patienten.
Der Honorarumsatz liegt unter dem Durchschnitt.	Die wirtschaftliche Leistung der Zahnarztpraxis ist ungenügend.
Der durchschnittliche Honorarnotenwert liegt unter dem Branchendurchschnitt.	Die Zahnarztpraxis muss mit Kleinaufträgen vorlieb nehmen, weil sie es nicht versteht, sich als zahnmedizinisches Kompetenzzentrum zu positionieren (Prothetik, Implantate usw.) Die Patienten verzichten auf aufwändigere Behandlungen, weil es die Zahnarztpraxis versäumt, auf die Möglichkeit von Teilzahlungsvereinbarungen hinzuweisen.
Die Zahl der Mahnungen und Inkassofälle liegt über dem Durchschnitt.	Die Durchführung von Bonitätsprüfungen ist nicht institutionalisiert.
Die Zahlungsfristen liegen über dem Durchschnitt.	Das Mahnwesen wird zu wenig konsequent gehandhabt.
Die Zahl der Teilzahlungsvereinbarungen liegt unter dem Durchschnitt.	Die Zahnarztpraxis nimmt die Chancen dieses kundenfreundlichen Finanzierungsinstruments zu wenig wahr.
Die Zahl der Rückzüge und der Anteil der Korrekturen am Auftragswert der Honorarnoten liegen über dem Durchschnitt.	Die Leistungserfassung weist Mängel auf. Die Zahnarztpraxis macht den Patienten unklare Angaben zu den anfallenden Kosten und erstellt nur in Einzelfällen oder gar keine Kostenvoranschläge.
Die Anzahl Zugriffe auf die Internet-Dialog-Plattform www.debident.ch liegt unter dem Durchschnitt.	Die Internet-Dialog-Plattform www.debident.ch wird von den autorisierten Mitarbeitenden der Zahnarztpraxis zu wenig intensiv genutzt. Hier liegt Potenzial für die Steigerung der Effizienz in der Administration brach.

die Atmosphäre, in der sich die Patientinnen und Patienten wohl und gut aufgehoben fühlen. Mehrwert kann die Zahnarztpraxis ihren Patienten auch auf der finanziellen Ebene bieten. Zum Beispiel mit kompetenten und freundlichen Auskünften zu Honorarnoten oder professioneller Beratung zur Finanzierung von zahnmedizinischen Behandlungen. In diesem Zusammenhang stellen Teilzahlungsvereinbarungen einen nicht zu unterschätzenden Mehrwert dar. Für den Patienten bedeutet die Möglichkeit der Teilzahlung Befreiung von finanziellem Druck.

Sie kann bei ihm aber auch das Zünglein an der Waage spielen, sich

jetzt und nicht zu irgendeinem späteren Zeitpunkt für eine Behandlung zu entscheiden, was wiederum der Zahnarztpraxis zugutekommt.

Kein betriebswirtschaftliches Dilemma

Die Patientenbetreuung in umfassendem Sinn bringt personellen Mehraufwand mit sich. Ein Outsourcing der Praxisadministration setzt die erforderlichen Ressourcen frei.

Eine ganzheitliche Betreuung, die über die eigentliche Marktleistung hinausgeht und von den Patientinnen und Patienten als Mehrwert wahrgenommen wird, stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der Zahnarzt-

praxis markant. Auf der anderen Seite erfordert sie den vollen Einsatz des gesamten Praxisteams. So ist es nicht auszuschliessen, dass wichtige administrative Arbeiten wie Bonitätsprüfungen vor Behandlungsbeginn, pünktliche Ausstellung der Honorarnoten, Adressnachforschungen oder das Mahnwesen in aller Eile nebenher und mit entsprechend hoher Fehlerwahrscheinlichkeit erledigt werden müssen oder für einige Zeit ganz liegen bleiben. Dies kann bewirken, dass der Fluss der Honorareinnahmen ins Stocken gerät. Für das Gedeihen der Zahnarztpraxis wie auch jedes anderen Unternehmens ist die Erhaltung einer ausreichenden Liquidität jedoch eine zentrale Voraussetzung. Es ist wenig sinnvoll, die mehrwertstiftende Patientenbetreuung und eine effizient und kundenfreundlich organisierte Praxisadministration gegeneinander auszuspielen. Es gilt ganz klar, das eine zu tun und das andere nicht zu lassen. Als betriebswirtschaftlich vernünftige Lösung bietet sich eine gesamthafte oder teilweise Auslagerung des Kreditmanagements an. Damit stellt sich unweigerlich die Frage nach dem geeigneten Outsourcing-Partner. Gut fährt die Zahnarztpraxis, wenn sie bei der Prüfung möglicher Kandidaten auf das achtet, was auch in der Branche der Finanzdienstleister differenziert und einen Me-too-Anbieter von einem profilierten Fachspezialisten unterscheidet: auf den gebotenen Mehrwert.

ANZEIGE

Noch günstiger
als oneway



Bessere Produkte



Kleinere Preise



Rabatte ohne Ende

www.gitsnoed.ch

Weitersagen!

Nicht verpassen!

DENTAL 2012



BERN JUNI 14 | 15 | 16

Von Mehrwert profitieren

Die Zahnärztekasse AG verfügt über fundiertes Branchen-Know-how und bietet ihren Kunden ergänzende Services, die Zusatznutzen stiften.

Ein qualifiziertes Finanz-Dienstleistungsunternehmen zeichnet sich in erster Linie dadurch aus, dass es das Geschäft seiner Kunden versteht. Bei einer Fokussierung auf die Branche der Zahnmedizin spielt dieser Aspekt eine besonders wichtige Rolle, denn Zahnarztpraxen haben ganz spezifische Bedürfnisse, die mit klar branchenbezogenen Lösungen beantwortet werden müssen. Das modular aufgebaute Angebot der Zahnärztekasse AG mit den Finanz-Dienstleistungsmodulen „Basic“, „Leistungserfassung“, „Inkasso“, „Vorfinanzierung“ und „Verlustrisikoschutz“ trägt diesem Anspruch Rechnung. Es ist Ausdruck eines ganzheitlichen Verständnisses des Kreditmanagements in Zahnarztpraxen und zeugt in der Angebotskonzeption wie auch im Detail von profunden Branchenkenntnissen. Der Mehrwert, den das Finanz-Dienstleistungsangebot der Zahnärztekasse AG beinhaltet, liegt aber nicht allein in der branchenspezifischen Ausrichtung. Vielmehr bietet die Zahnärztekasse AG ihren Kundinnen und Kunden im Rahmen des Finanz-Service-Moduls „Basic“ ein Paket von kostenlosen Zusatzleistungen an, die unter dem Begriff „Added Values“ zusammengefasst sind. Diese ergänzen das Angebotskonzept sinnvoll und zielen darauf ab, die Zahnarztpraxis in einem umfassenden Sinn zu unterstützen.

• Added Value Nr. 1: Internet-Dialog-Plattform www.debident.ch

Die Internet-Dialog-Plattform www.debident.ch steht den Kundinnen und Kunden der Zahnärztekasse AG kostenlos zur Verfügung. Sie erlaubt es den autorisierten Personen des Praxisteam rund um die Uhr, Einblick in die ausgelagerte Debitorenverwaltung zu nehmen und auf sämtliche Daten und Informationen zuzugreifen. Der Mehrwert: absolute Transparenz trotz Outsourcing.

• Added Value Nr. 2: Benchmarks

Im Rahmen dieser kostenlosen Zusatzleistung erfasst die Zahnärztekasse AG im Jahresrhythmus 30 für das Kreditmanagement relevante Kennzahlen der Zahnarztpraxis und stellt diese den Durchschnittswerten der Branche gegenüber. Einbezogen sind im Wesentlichen die Bereiche Tarifpositionen, Umsatzvolumen, durchschnittlicher Honorarnotenwert, Zahlungsfristen, Bonitätsprüfungen, Rückzüge und Direktzahlungen, Mahnvolumen, Inkassoübergaben und Inkassoerfolg sowie Teilzahlungsvolumen. Der Mehrwert: Abweichungen vom Branchenniveau im Kennzahlenvergleich Vermitteln dem Kunden wertvolle Hinweise auf die wirtschaftliche Leistung der Zahnarztpraxis wie auch auf all-

fällige Schwachstellen im Kreditmanagement (*siehe Tabelle*).

• Added Value Nr. 3: Labormodell Laboroptima

Die Anwendung des Labormodells Laboroptima verhindert, dass der Zahnarztpraxis die der Zahnärztekasse AG zustehende Kommission auf den Laborkosten belastet wird. Die Zahnärztekasse begleicht die von der Zahnarztpraxis visitierte Laborrechnung direkt und bringt dabei den Laboranteil der Basiskommission in

Abzug. Der Mehrwert: ein fairer Abrechnungsmodus.

• Added Value Nr. 4: Weiterbildung für Dentalassistentinnen

Die Zahnärztekasse AG führt für die Mitarbeiterinnen ihrer Kundinnen und Kunden regelmässig Seminare und Workshops durch. Im Rahmen von Kurzreferaten, Rollenspielen und praktischen Übungen lernen die Dentalassistentinnen, wie sie durch ihr Auftreten und Verhalten

Patientenkontakte positiv gestalten und die Beziehungen zwischen den Patienten und der Zahnarztpraxis stärken können. Ein weiterer Ausbildungsschwerpunkt bildet die Zusammenarbeit in der Praxisadministration und im Kreditmanagement. Der Mehrwert: mehr Professionalität im Praxisteam.

• Added Value Nr. 5: Patienten-Website www.zahngeld.ch

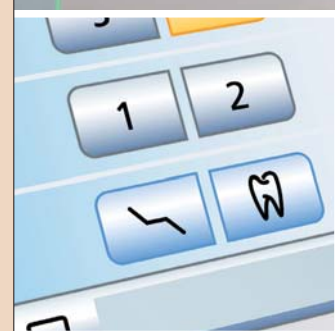
Über diese speziell für Patienten

geschaffene Online-Plattform können an Teilzahlung interessierte Personen Ratenberechnungen vornehmen und – nach Ausstellung der Honorarnote – einen Antrag auf Teilzahlung stellen. Des Weiteren können die Besucher der Website Schulzinsbescheinigungen zu Teilzahlungsraten (Steuerabzüge) oder Honorarnotenkopien anfordern, Fragen zu Honorarnoten stellen oder Mitteilungen an die Zahnärztekasse AG senden. Der Mehrwert: Service-Plus für Patienten in finanziellen Fragen. **DU**

ANZEIGE



TENEО.
Touch the future.



EasyTouch – innovative Bedientechnologie. Anwender- und zukunftsorientiert.

Sie können sich langsam an die Zukunft herantasten. Oder sie einfach einschalten. Erleben Sie den Unterschied von einfacher Bedienung, integrierten Innovationen und neue Behandlungsmöglichkeiten. Mit TENEО und EasyTouch beginnt die neue Zeitrechnung Ihrer Praxis. Denn nur wo mehr drinsteckt, lässt sich auch mehr rausholen. **Es wird ein guter Tag. Mit Sirona.**



www.sirona.de

Kontakt
Zahnärztekasse AG
8820 Wädenswil
Tel.: 043 477 66 66
info@zakag.ch
www.zakag.ch

The Dental Company

sirona.