

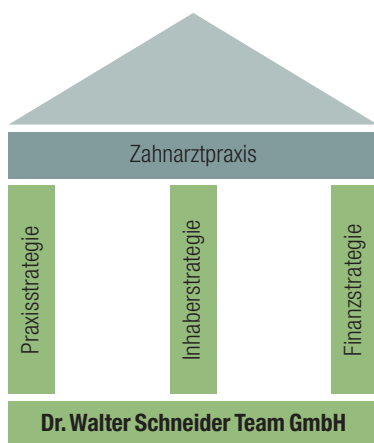
Fortbildung

# Unternehmerisches Handeln sichert die Zukunft der Praxis

| Dr. Walter Schneider

Um eine Zahnarztpraxis erfolgreich zu führen, ist es heute unabdingbar, wirtschaftliches Denken und Handeln mit zahnmedizinischem Fachwissen zu verbinden. Gerade die Integration des unternehmerischen Parts stellt jedoch viele Praxen vor große Herausforderungen. Die von der zahnärztlichen Unternehmensberatung Dr. Walter Schneider Team GmbH angebotene Seminarreihe „Das unternehmerische Qualitätssystem“ leistet hierbei qualifizierte Hilfestellung.

In vier Basisworkshops vermitteln erfahrene Berater betriebswirtschaftlichen Background und essenzielles Know-how zu Praxisführung, Praxismarketing, Preisgestaltung und Verkauf. Die wichtigsten Inhalte der jährlich mehrmals stattfindenden Workshops sollen im Folgenden dargestellt werden.



Die Seminarreihe des Dr. Walter Schneider Teams gliedert sich thematisch in die drei Blöcke Praxisstrategie, Inhaberstrategie und Finanzstrategie (Grafik: Dr. Walter Schneider Team GmbH).

## Workshop QS 1

Der erste Workshop QS 1 beschäftigt sich mit den Grundlagen exzellenter Praxisführung. Diese wird von drei Säulen getragen: dem Organigramm, der Strategie sowie der Mission und den

Werten. Aus dem Organigramm ergeben sich die Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Mitarbeiter sowie die Stellenbeschreibungen. Daraus wiederum lassen sich das Gehaltsgefüge und die Zielvereinbarungen für die Mitarbeiter ableiten.

Um eine Praxis professionell führen zu können, die lokale Marktposition zu stärken und den Praxiswert zu steigern, ist eine Strategie unerlässlich. Zur Strategiefindung sollte sich der Praxisinhaber im ersten Schritt mit seinem Selbstverständnis auseinandersetzen. Die zentrale Frage lautet: Was will ich den Patienten bieten und wie will ich dabei agieren? Hier gilt es vor allem, ehrlich zu sich selbst zu sein und die eigenen Fähigkeiten richtig einzuschätzen. Im nächsten Schritt gilt es, die Mission und die Werte zu definieren, nach denen die Praxis ausgerichtet werden soll. Hier ist es wichtig zu analysieren, mit welcher Erwartungshaltung die Patienten in die Praxis kommen und was die Praxis ihnen konkret bieten will.

Um sich vom Wettbewerb abzuheben, bedarf es eines eigenständigen Profils. Der Schlüssel dazu ist ein klar formuliertes, auch für Patienten leicht verständliches Geschäftsmodell. Zur Strategiefindung gehört schließlich noch die Vision. Sie beschreibt die erreichbaren Ziele und hilft, die Praxis voranzubringen.

## Workshop QS 2

Im Mittelpunkt von QS 2 steht die Frage: „Wie Sie die Praxis wirtschaftlich erfolgreich führen.“ Eine vollständige Abrechnung ist zunächst einmal eine wichtige Grundlage für die Wirtschaftlichkeit einer Praxis. Empfehlenswert ist es, die eigenen Prozesse zu definieren und damit die Abrechnung zu generieren. Die Höhe des Honorars wird damit noch nicht beschrieben. Dies hängt vom Zeitaufwand für die Behandlung, der Erfahrung und dem Können des Behandlers ab. Diese drei Kriterien muss der Praxisinhaber unter Berücksichtigung der Klientel und des Standorts selbst festlegen.

Ein zweiter entscheidender Umsatzfaktor ist ein möglichst hoher Realisierungsgrad der Heil- und Kostenpläne. Die Erfahrung zeigt, dass durch detaillierte Fragen und die Einbindung des Patienten in die Planung die Quote erheblich erhöht wird und weit über 80 % realisierter Heil- und Kostenpläne durchaus erreichbar sind. Wichtig ist es, die Patienten nicht nur mit Fragen zu konfrontieren, sondern sie über Behandlungsalternativen und Konsequenzen zu informieren. Die dritte wichtige Einflussgröße ist die Terminplanung. Hier ist an jedem Tag auf eine gute Durchmischung von Kurz- und Langzeitbehandlungen und auf Umsatzbringer zu achten. Dadurch reduziert sich der Stress

Ihre Nr. 1

# Innovative Fortbildungs- konzepte aus einer Hand...

## SPEZIALSEMINARE

**ALTERSZAHNHEILKUNDE**  
25./26. September 2009  
Bonn

**ANATOMIEKURS (Humanpräparate)**  
02./03. Oktober 2009  
Dresden

## DGZI-Fortbildung – Ihre Chance zu mehr Erfolg!

Neugierig geworden? Rufen Sie uns an und erfahren Sie mehr über unser erfolgreiches Fortbildungskonzept!

DGZI – Deutsche Gesellschaft für Zahnärztliche Implantologie e.V.  
Fortbildungsreferat, Tel.: 02 11/1 69 70-77, Fax: 02 11/1 69 70-66, [www.dgzi.de](http://www.dgzi.de)  
oder kostenfrei aus dem deutschen Festnetz: 0800-DGZITEL, 0800-DGZIFAX



**DGZI**  
Deutsche Gesellschaft für  
Zahnärztliche Implantologie e.V.

für den Behandler und das gesamte Team, Geräteengpässe werden vermieden und der Umsatz steigt.

„Umsatz macht man nicht, man plant ihn.“ Diese alte Managerweisheit gilt auch für Zahnärzte. Für die Preisfindung ist es wichtig zu wissen, welchen kalkulatorischen Unternehmerlohn der Praxisinhaber braucht, um seinen Lebensunterhalt zu sichern und welche finanziellen Verpflichtungen die Praxis ansonsten zu erfüllen hat.

In der Praxis gibt es im Regelfall drei Profitcenter: 1) die Praxis selbst, 2) den Bereich Mundhygiene und 3) das Labor. Jedem dieser Bereiche sind die Kosten zuzuordnen. Die jeweiligen Umsätze werden zu den jeweiligen Kosten in Relation gesetzt. Für die einzelnen Profitcenter gilt: Jedes muss Gewinn machen!

### Workshop QS 3

Workshop QS 3 baut auf QS 1 und QS 2 auf und vermittelt den Teilnehmern leicht umsetzbare Anregungen zu Praxismarketing und Preisgestaltung. Die wichtigste Erkenntnis dieses Workshops lautet: Der Preis ist Chefsache und hängt nicht von der Versicherung ab. Die zentralen Überlegungen sind: Wie verkaufe ich meine Leistungen, sprich wie kommuniziere ich mit dem Patienten richtig? Welche Marketingmaßnahmen setze ich ein, um die Bereitschaft zu Zuzahlungen zu fördern?

Die Grundlage für Marketing und Preisgestaltung ist wie in QS 1 besprochen eine klare Positionierung der Praxis mit ihren Stärken, Werten und Zielen. Die Positionierung beginnt beim Praxischild! 80 Prozent der „Neukunden“ kommen über das Praxischild. Die Bereitschaft zur Zuzahlung wird vom ersten Eindruck der Praxis maßgeblich beeinflusst. Hier spielen Einrichtung, Sauberkeit, Licht und Aufzug eine Rolle. Zur zielgruppengerechten Ansprache der Patienten muss der Zahnarzt das Patientenprofil kennen, zum Beispiel Kinder, Selbstständige, Harley-Fahrer etc. Daraus ergeben sich Ansatzpunkte, um Patienten einen Mehrwert zu bieten, u.a. durch spezielle Sprechzeiten für Kinder oder einen Abend bis 22 Uhr.

Wichtig ist es auch herauszufinden, was den Patienten in die Praxis führt

und nach welchen Motiven er entscheidet: kosten-, ansehen-, bequemlichkeits-, gesundheits- oder sicherheitsorientiert. Neben detaillierten Abfragen im Anamnesebogen kommt dem Beratungsgespräch große Bedeutung zu, um die Erwartungen des Patienten hinterfragen und entsprechend darauf reagieren zu können. Wenn der Patient

und Kernkompetenzen der Praxis, wo hat sie Wettbewerbsvorteile? Welches sind unsere Zielkunden und welche Werte wollen wir diesen vermitteln? Dabei gibt Dr. Artmann zahlreiche Tipps, u.a. wie sich mit überdurchschnittlichen Dienstleistungen zusätzliche Wettbewerbsvorteile erzielen lassen.



Die an vielen Standorten in Deutschland angebotenen Workshops des Dr. Walter Schneider Teams stoßen auf große Resonanz bei Zahnärzten (Foto: Dr. Walter Schneider Team GmbH).

eine auf ihn zugeschnittene Leistung mit dem Argument „zu teuer“ ablehnt, fehlen ihm noch Informationen. Aufgabe des Zahnarztes ist es, Sicherheit zu geben, auch auf finanzieller Ebene, beispielsweise indem Ratenzahlungen eingeräumt werden.

Kundenbindung ist der Königsweg des Marketings. Hierzu leisten Recalls, Dankeschreiben für Weiterempfehlung, private Handynummer für Notfälle, Vortragsabende, Praxiszeitung etc. wichtige Dienste. Auch regelmäßige Patientenzufriedenheitsanalysen signalisieren dem Patienten, dass sich die Praxis für ihn interessiert. Um neue Patienten zu gewinnen, empfiehlt es sich, Netzwerke mit anderen Ärzten und Physiotherapeuten aufzubauen. Für die Kommunikation mit den Fremdpraxen sollte eine Mitarbeiterin im Team verantwortlich sein.

### Workshop QS 4

Im Workshop QS 4 erläutert Dr. Alexander Artmann, ein ausgewiesener Experte für strategische Fragestellungen, wie jeder Einzelne die für ihn richtige Strategie bestimmt, umsetzt und anhand geeigneter Kennzahlen überprüft. Die zentralen Fragestellungen lauten dabei: Was sind meine persönlichen Ziele? Wo liegen die Fähigkeiten

Den Schlusspunkt der Veranstaltung setzt Dr. Artmann mit einem Leitsatz, der jede Zahnarztpraxis voranbringt: Wir wollen nachhaltig profitabel und mit vertretbarem Risiko wachsen. Das erforderliche Rüstzeug nehmen die Teilnehmer der Workshops mit nach Hause.

Zur Vertiefung der Inhalte der Workshops bietet das Dr. Walter Schneider Team weitere acht Seminare zu folgenden Themen an: „Das richtige Verhalten am Telefon“, „Erfolgreich führen“, „Keine Leistung wird mehr vergessen“, „Mit 10 Elementen in der Praxis wirtschaftlich erfolgreich sein“, „Wirtschaften für Zahnärzte“, „Gelebtes Qualitätsmanagement“, „Verkaufseminar für Zahnärzte“, „Das optimale Team in der Praxis“.

## kontakt.

### Dr. Walter Schneider Team GmbH/ solutio GmbH

Dr. Doris Gabel  
Max-Eyth-Straße 42  
71088 Holzgerlingen  
Tel.: 0 70 31/46 18 78  
Fax: 0 70 31/46 18 77  
E-Mail: gabel@solutio.de  
www.solutio.de

inklusive  
Veneer Set\*

# Perfect Smile –

Das Konzept für die perfekte Frontzahnästhetik

mit Dr. Jürgen Wahlmann/Edewecht

Sponsoren:



## Veneers von konventionell bis No Prep – Step-by-Step. Ein praktischer Demonstrations- und Arbeitskurs an Modellen

Weiß und idealtypisch wünschen sich mehr und mehr Patienten ihre Zähne. Vorbei die Zeit, in der es State of the Art war, künstliche Zähne so „natürlich“ wie nur irgend möglich zu gestalten. Das, was Mitte der Neunzigerjahre noch als typisch amerikanisch galt, hat inzwischen auch in unseren Breiten Einzug gehalten – der Wunsch nach den strahlend weißen und idealtypisch geformten Zähnen. Neben den Patienten, die sich die Optik ihrer Zähne im Zuge ohnehin notwendiger restaurativer, prothetischer und/oder implantologischer Behandlungen verbessern lassen, kommen immer mehr auch jene, die sich wünschen, dass ihre „gesunden“ Zähne durch kieferorthopädische Maßnahmen, Bleaching, Veneers oder ästhetische Front- und Seitenzahnrestaurationen noch perfekter aussehen.

### Kursbeschreibung

1. Teil: Demonstration aller Schritte von A bis Z am Beispiel eines Patientenfalles (Fotos)

- A Erstberatung, Modelle, Fotos (AACD Views)
- B Perfect Smile Prinzipien
- C Fallplanung (KFO-Vorbehandlung, No Prep oder konventionell)
- D Wax-up, Präparationswall, Mock-up-Schablone
- E Präparationsablauf (Arch Bow, Deep Cut, Mock-up, Präparationsformen)
- F Evaluierung der Präparation
- G Abdrucknahme
- H Provisorium
- I Einprobe
- J Zementieren
- K Endergebnisse
- L No Prep Veneers (Lumineers) als minimalinvasive Alternative

2. Teil: Praktischer Workshop, jeder Teilnehmer vollzieht am Modell den in Teil 1 vorgestellten Patientenfall nach

- A Herstellung der Silikonwalle für Präparation und Mock-up/Provisorium
- B Präparation von 10 Veneers (15 bis 25) am Modell
- C Evaluierung der Präparation
- D Erstellung des Provisoriums

Und im Gegensatz zu früher will man auch, dass das in die Zähne investierte Geld im Ergebnis vom sozialen Umfeld wahrgenommen wird. Medial tagtäglich protegiert, sind schöne Zähne heute längst zum Statussymbol geworden.

Um den Selbstzahler, der eine vor allem kosmetisch motivierte Behandlung wünscht, zufriedenstellen zu können, bedarf es minimalinvasiver Verfahren und absoluter High-End-Zahnmedizin.

Der nachstehend kombinierte Theorie- und Arbeitskurs vermittelt Ihnen alle wesentlichen Kenntnisse in der Veneertechnik und wird Sie in die Lage versetzen, den Wünschen Ihrer Patienten nach einem strahlenden Lächeln noch besser entsprechen zu können.

### Termine 2009

05.09.09 Leipzig 09.00 – 15.00 Uhr • 18.09.09 Konstanz 13.00 – 19.00 Uhr  
10.10.09 München 09.00 – 15.00 Uhr • 24.10.09 Wiesbaden 09.00 – 15.00 Uhr  
07.11.09 Köln 09.00 – 15.00 Uhr • 14.11.09 Berlin 09.00 – 15.00 Uhr

### Organisatorisches

Kursgebühr: 445,- € zzgl. MwSt.

(In der Gebühr sind Materialien und Modelle sowie ein „Frank Dental Veneer Set 1 – Dr. Wahlmann“ im Wert von 69,99 € zzgl. MwSt. enthalten! Inhalt: verschiedene Diamantbohrer in unterschiedlichen Körnungen, Diamantpolierer, Diamantscheibe, Hartmetallfinierer und ein Träger-Mandrell)

Mitglieder der DGKZ erhalten 45,- € Rabatt auf die Kursgebühr.

Tagungspauschale: 45,- € zzgl. MwSt. (Verpflegung und Tagungsgetränke)

### Veranstalter

OEMUS MEDIA AG

Holbeinstr. 29 • 04229 Leipzig

Tel.: 03 41/4 84 74-3 08 • Fax: 03 41/4 84 74-2 90

event@oemus-media.de

Hinweis: Nähere Informationen zum Programm, den Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Veranstaltungsorten finden Sie unter [www.oemus.com](http://www.oemus.com)

Anmeldeformular per Fax an  
03 41/4 84 74-2 90  
oder per Post an

**OEMUS MEDIA AG**  
**Holbeinstr. 29**

**04229 Leipzig**

ZWP 6/09

Für den Kurs **Perfect Smile – Das Konzept für die perfekte Frontzahnästhetik 2009**

- 05. September 2009 Leipzig
- 10. Oktober 2009 München
- 07. November 2009 Köln
- 18. September 2009 Konstanz
- 24. Oktober 2009 Wiesbaden
- 14. November 2009 Berlin

melde ich folgende Personen verbindlich an: (Zutreffendes bitte ausfüllen bzw. ankreuzen)

Name/Vorname  ja  nein  ja  nein  
DGKZ-Mitglied DGKZ-Mitglied

Praxisstempel

E-Mail: \_\_\_\_\_

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der OEMUS MEDIA AG erkenne ich an.  
Falls Sie über eine E-Mail-Adresse verfügen, so tragen Sie diese bitte links in den Kasten ein.

Datum/Unterschrift \_\_\_\_\_