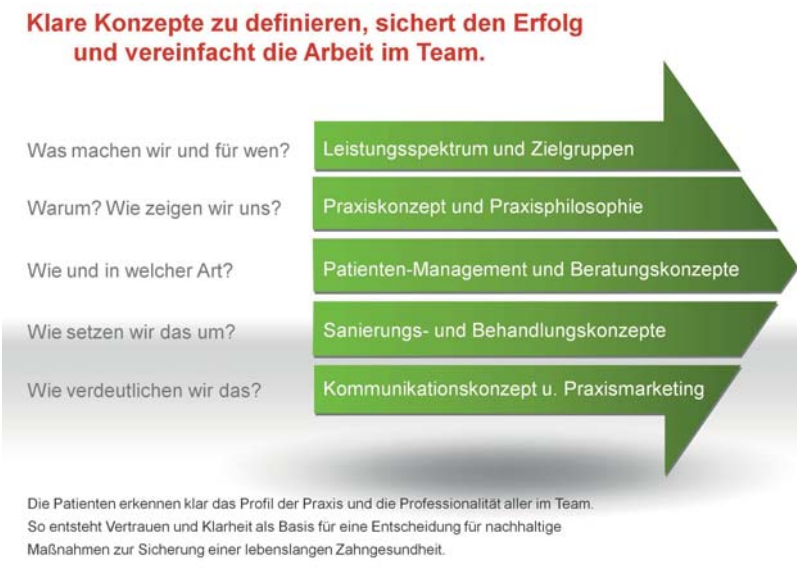
[©OLIVIER LE MOAL]

ERFOLGSGEHEIMNIS Praxiskonzepte & Patientenberatung

Mit dem Entschluss, die eigene Praxis zu gründen, haben die meisten Zahnärzte-/innen eine Vision von ihrer Praxis. Spätestens mit dem Bankgespräch und der Erstellung eines Businessplanes geraten inhaltliche Überlegungen oft in den Hintergrund. Wirtschaftliche, unternehmerische und technische Belange stehen mehr im Vordergrund: Praxisform, Anschaffungen und Budgetplanung. Der Druck wächst, genug einzunehmen und dafür viele Patienten in die Praxis zu bekommen. Sie fragen sich also, was für ein Marketing sie machen können in Form von Website, Visitenkarten, Foldern und Presseberichten oder Anzeigen.

Dipl.-Psych. Dörte Scheffer, Eckernförde

Was es aber als Basis braucht, um erfolgreich zu starten, ist ein klares Praxiskonzept und ein Konzept für die Patientenbindung und -beratung. Beides hat sich entscheidend für den Erfolg einer Praxis erwiesen. Ein gelungenes Patientenbeziehungsmanagement ist das wirksamste Marketing. Neben Ihrer Kompetenz als Zahnarzt sind es Führungs- und Kommunikationskompetenz, die Sie brauchen werden, und ein Team, das Sie in allem optimal unterstützt. All dies konsequent zu definieren und umzusetzen, ist das Geheimnis einer wirklich erfolgreichen Praxis. Je konsequenter Sie mit einem durchdachten Konzept starten, umso erfolgreicher werden Sie von Anfang an sein. Vergessen Sie bei allen Planungen (und auch später!) nicht diese so wichtige Arbeit an Ihren Konzepten, sie sind die Basis für Ihren Erfolg. Sie haben es von Anfang an in der Hand, wie erfolgreich Ihre Praxis sein wird. Denn in der Bevölkerung besteht ein großer Behandlungsbedarf, es sind also genug Patienten da. Es gilt für Sie, die Patienten in Ihre Praxis zu holen und sie zu binden. Aber welche Patienten? Kann es gelingen, genau die Patienten in die Praxis zu bekommen, die ihre Art der Zahnheilkunde wollen, und auch noch bereit sind, dafür selbst zu bezahlen? Ja, das geht! Es funktioniert sogar sehr gut, wenn man klar definiert, was man zu bieten hat. Denn nur so kann der Patient wählen und entscheiden. Es geht hierbei also um Zielgruppen-Definition einerseits und Positionierung andererseits. Für wen möchte ich was genau anbieten? Und wie will ich das tun? Was unterscheidet uns von anderen? Was können wir besonders gut? Woran haben wir richtig viel Spaß? Ja Spaß, denn Spaß machen soll es Ihnen auch,

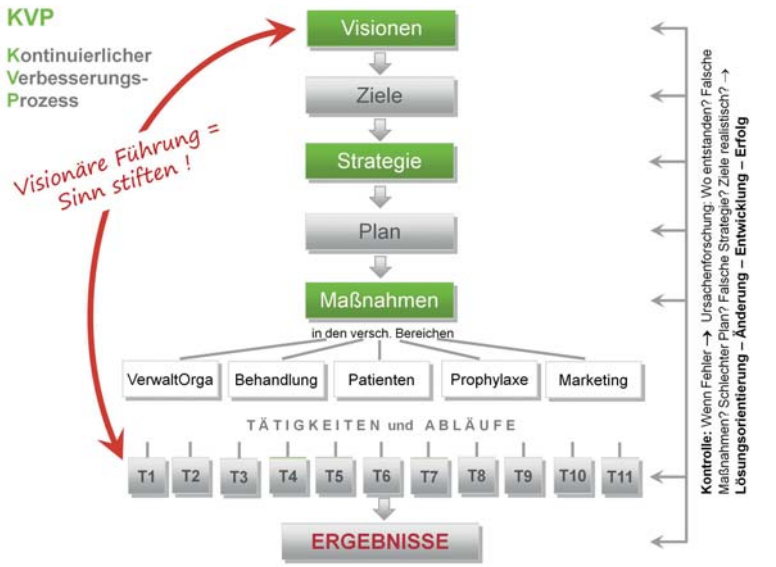


▲ Klare Praxiskonzepte sichern den Erfolg Ihrer Praxis [©Dörte Scheffer 2012].

schließlich geht es um die nächsten 20, 30 Jahre!

Spaß machen und gelingen kann dies nur in einem Team. Ein Team, das sich die Bälle zuwirft, sich gegenseitig motiviert und unterstützt. Hier sind Sie als Führungskraft gefordert. Praxisentwicklung ist immer auch Teamentwicklung. Sich anfangs mit dieser Rolle auseinanderzusetzen und auch hier ein bisschen zu lernen, erleichtert Ihnen nachher vieles. Sie können viel mehr delegieren, wenn Sie am Anfang einmal die Marschroute festgelegt haben. Wenn Sie wissen, wo Sie delegieren können und müssen und wo es klare Vorgaben braucht. Entscheidungs- und Kommunikationsstärke sind also Ihre persönlichen Entwicklungsthemen (wenn Sie sich damit noch schwer tun). Dies brauchen Sie im Team und in der Beratung des Patienten.

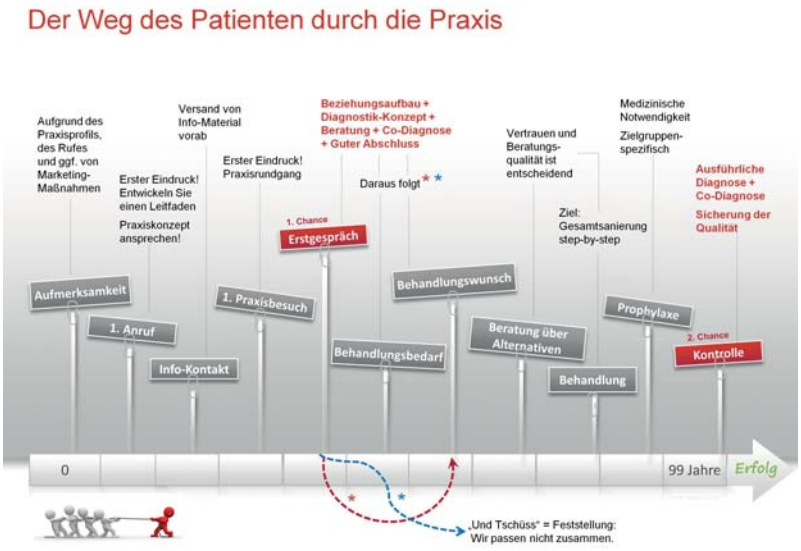
Das klingt jetzt alles viel, aber tatsächlich hängt alles zusammen und so greift alles wunderbar ineinander. Wenn Sie sich zu Beginn einmal intensiv Gedanken zu Ihrem Praxis- und Kommunikationskonzept und allem was damit zusammenhängt machen, haben Sie die Basis für alles Weitere geschaffen. Dann wird es ein Selbstläufer und Sie können nur noch erfolgreich sein. Deswegen möchte ich Sie ermutigen, sich Zeit zu nehmen, die Basis-Konzepte Ihrer Praxis zu definieren. Tun Sie dies in einem Workshop mit Ihrem Team und/oder Partnern oder einem Freund. Sich eine Beraterin oder Coach mit ins Boot zu holen ist sicher eine lohnenswerte Investition. Ein klarer Blick von außen, verbunden mit einem strukturierten Vorgehen bringen schnell klare Ergebnisse, und Sie können sofort starten. Hier finden Sie Anregungen für die notwendigen Schritte. Diese sind die Quintessenz aus 15 Jahren Praxisberatung und Coaching, nachdem ich selbst eine sehr erfolgreiche Praxis mit einem Zahnarzt aufgebaut hatte. Sie können also sicher sein, so funktioniert es.



▲ KVP Kontinuierlicher Verbesserungsprozess [©Dörte Scheffer 2012].

Der Überblick: Praxismanagement als Kontinuierlicher Verbesserungsprozess (KVP)

Die Abbildung des Regelkreises eines KVP ist hilfreich als roter Faden bei der Umsetzung eines Praxis-Entwicklungsprozesses. Hier wird der Zusammenhang zwischen Ihrer Vision und den einzelnen Tätigkeiten in der Praxis deutlich. Sinn stiften nenne ich das. Jeder soll wissen, warum eine bestimmte Tätigkeit so wichtig ist. Nehmen wir zum Beispiel das Säubern der Instrumente, ohne das Zementreste zu finden sind - für manche Mitarbeiterin eine unliebsame Aufgabe. Vor dem Hintergrund einer Vision „Zahnheilkunde mit höchstem Qualitätsanspruch, entspanntes Behandeln in ruhiger Atmosphäre ohne Störungen, hohe Patientenzufriedenheit, hohe Zufriedenheit im Team" lässt diese Tätigkeit in einem anderen Licht erscheinen. Der Erfolg wird zudem planbar und überprüfbar, indem Sie genau überlegen, wie Sie ein bestimmtes Ziel erreichen wollen und einen Maßnahmenplan erstellen. Werden Konzepte und Maßnahmen klar definiert und deren Umsetzung konkret geplant mit Zuständigkeiten und Zeitvorgaben, sind sie nachvollziehbar, verbindlich und sofort anwendbar. Tauchen Fehler auf, lässt sich schnell herausfinden, wo die Fehlerquelle liegt (Fehler in der Ausführung, Planung, Strategie, ...?). Ein solch planmäßiges Vorgehen stellt sicher, dass Ideen und Pro-



▲ Definieren Sie die Abläufe in Ihrer Praxis und die Inhalte der einzelnen Schritte [©Dörte Scheffer 2012].

jekte systematisch abgearbeitet und damit realisiert werden. Und das ist es, was erfolgreiche Praxen tun. Die anderen fangen morgens an und hören abends auf, und dann höre ich immer wieder: „Das wollten wir auch schon lange, aber irgendwie fehlt die Zeit dafür."

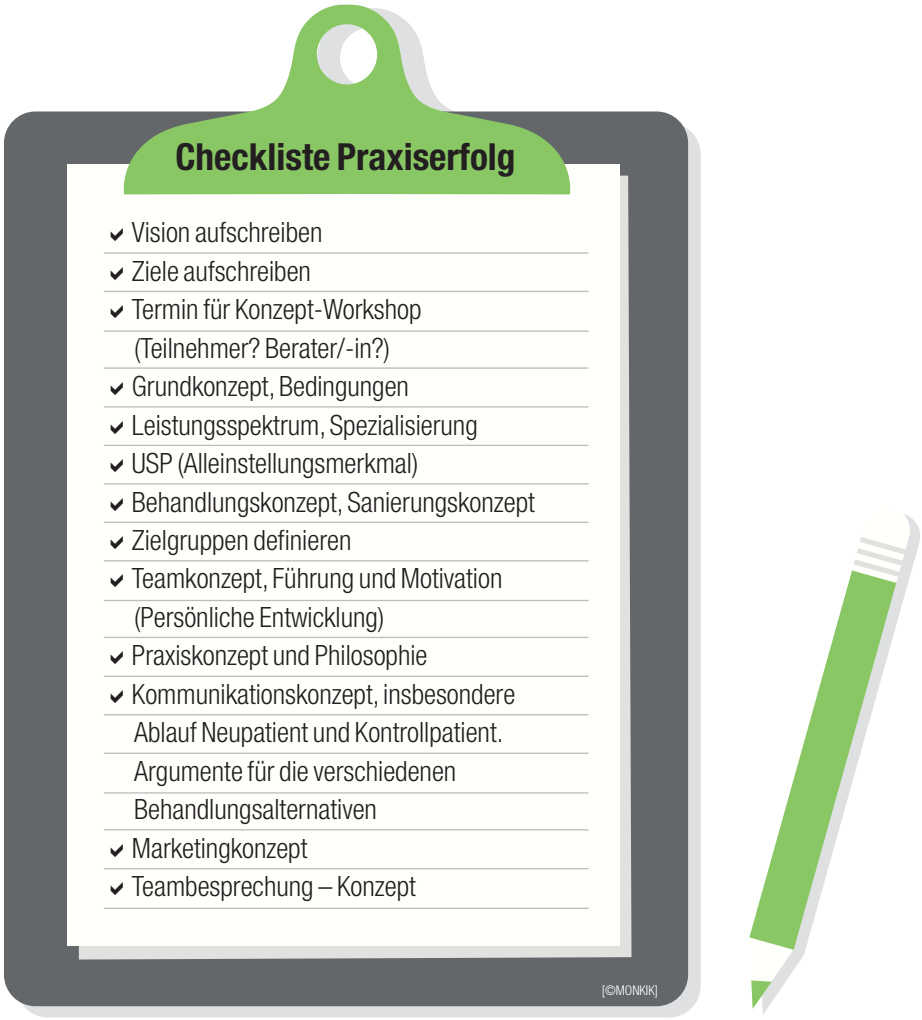
Ein Beispiel: Definieren Sie einmal den Weg des Patienten durch Ihre Praxis. Dann haben Sie bereits alle Stationen, die es wiederum gilt bzgl. des Ablaufes und der Inhalte zu definieren.

Führung , Teambuilding und Motivation

Gleichzeitig fördern Sie durch ein solches Vorgehen den Zusammenhalt und das Engagement im Team. Jeder bringt sich ein und empfindet sich als wirkungsvoll im großen Ganzen. Praxiserfolg ist Teamsache. Wenn alles gut organisiert ist, gibt es keine Reibungsverluste und Zuständigkeitsprobleme, die Dinge laufen einfach harmonisch. Eine perfekte Ordnung in den Zimmern und pünktlich Feierabend zu haben, ist in vielen Praxen noch immer ein Traum. Sie können dies von Anfang an richtig machen. Binden Sie Ihr Team von Anfang an in alle Praxisprozesse ein, trauen Sie ihm etwas zu, so schaffen Sie Verantwortung und Identifikation. Wenn alle inhaltlich fit sind, was die Konzepte der Praxis angeht, läuft alles wie am Schnürchen. Das ist zudem gelebtes Qualitätsmanagement. Trägt Ihr Team in jedem Moment das Praxiskonzept nach außen, so bauen Sie konsequent ein Image auf, das sich herumspricht, und Sie bekommen genau die Patienten, die zu Ihnen passen. Sie sehen, es hängt alles zusammen.

Ihr wichtigstes Tool im Praxismanagement …

… ist die Teambesprechung! Hierin unterscheiden sich die erfolgreichen und weniger erfolgreichen Praxen. Die erfolgreichen nutzen diese Zeit effizient im Sinne des KVP. Die anderen sagen immer wieder „ist ausgefallen, wir hatten nichts zu besprechen" - und trotzdem, nein, gerade deswegen läuft es nicht rund! Die Teambesprechung ist der Ort, an dem Sie mit Ihrem Team reflektieren, Sie entwerfen gemeinsam Ideen, Sie planen, organisieren und kontrollieren alle Maßnahmen. Und es ist der Ort für Motivation, nicht für Standpauken! Hier wird aus Fehlern gelernt, um noch besser zu werden. Holen Sie Ihr Team ins Boot, reden nicht Sie die ganze Zeit, lassen Sie Ihr Team aktiv werden. Aus Erfahrung weiß ich, dass so viel in jedem Team steckt, Sie müssen es nur herausholen. Damit die Teambesprechung effektiv ist und keine Abfolge fruchtloser Endlosdiskussionen, muss sie ziel- und lösungsorientiert ablaufen. Neben der wöchentlichen Besprechung sollte es auch Zeiten für Fallbesprechungen geben, die morgendlichen Kurzbesprechungen und mindestens einmal im Jahr einen Strategie-Planungs-Workshop. So aktivieren Sie Ihre Potenziale!



Der wichtigste Schritt: Definition der Konzepte

Der wichtigste Schritt ist ein Konzept-Workshop. Diesen machen Sie bevor Sie starten und dann immer wieder, denn Praxisentwicklung ist ein Prozess. Nur das, was Sie definiert haben, können Sie im Team umsetzen und auch nach außen kommunizieren. Indem Sie diese Dinge im Team erarbeiten, stellen Sie sicher, dass alle gleich kompetent sind, wirklich Hand in Hand zusammenarbeiten und mit einer Stimme sprechen – ob am Telefon beim Erstkontakt, beim Empfang, in der Prophylaxe oder bei der Beratung mit dem Patienten. Zudem machen Sie aus Ihren Mitarbeiterinnen Beteiligte und nicht nur Ausführende. Welche Konzepte sind zu definieren?

Bei der Definition des Leistungsspektrums und der Zielgruppe geht es darum, sich zu positionieren (Beispiel: Ihr Familienzahnarzt – Ästhetische Zahnheilkunde, Implantologie, Prophylaxe und Kinderzahnheilkunde). Das Gesamtkonzept und die Philosophie beschreiben, warum Sie tun, was Sie tun und wie Sie das nach außen zeigen. Beides bestimmt dann auch Ihr Patienten-Management und Beratungs- und damit Kommunikationskonzept.

VDW®

Endo Einfach Erfolgreich®

RECIPROCATE and SMILE

„Meine Erfahrung mit RECIPROC® ist fantastisch. RECIPROC® bedeutet einen Paradigmenwechsel für die maschinelle Aufbereitung. Jeder Zahnarzt hat damit bessere Aussichten, konsistente und vorhersehbare Ergebnisse zu erreichen. RECIPROC® bietet im Vergleich zu bisherigen Systemen die sicherste und einfachste Methode zur Formgebung. Mit RECIPROC® macht Endo Spaß!“

Dr. Bjørn Besserman-Svendsen, Frederiksberg Kopenhagen, Dänemark

www.vdw-dental.com

RECIPROC®

one file endo

▲ Definieren Sie Ihre Behandlungskonzepte [©Dörte Scheffer 2012].

Die Weichen stellen für die Zukunft

In der Beratung ist mir immer wieder aufgefallen: Je klarer die Konzepte definiert sind und je konsequenter diese umgesetzt werden, desto erfolgreicher sind die Praxen. Ganz entscheidend sind das Konzept von Zahnheilkunde und das Sanierungskonzept. Hiermit stellen Sie die Weichen für Ihre Zukunft.

Es gibt erfahrungsgemäß zwei unterschiedliche Herangehensweisen. Die eine ist „Behandlung nach Nachfrage", das heißt, es wird nur das gemacht, was den Patienten gerade stört. Dahinter stehen häufig Gedanken wie „Ich kann dem Patienten nicht so viel zumuten, es wird dann so teuer, der denkt dann, ich will ihm nur etwas verkaufen". Dies birgt eine große Gefahr, deswegen will ich dies gerne vorweg nehmen. Stellen Sie sich folgendes Szenario vor: Ein Patient kommt zur Kontrolle, hat nicht wirklich Beschwerden, nur ein bisschen Zahnfleischbluten sei ihm aufgefallen. Nun macht der Zahnarzt eine Kontrolle, nicht nur 5 Minuten, sondern schaut sich alles genau an und so fällt ihm einiges auf. Aber was tut er? Er sagt dem Patienten „Sieht noch ganz gut aus, aber da und da müssen wir bei Gelegenheit mal ran". Er traut sich nicht, dem Patienten zu sagen, was tatsächlich alles los ist in seinem Mund, mit der Begründung „Der kam doch nur zur Kontrolle, da kann ich ihm doch nicht sagen, was alles gemacht werden muss". Solch ein Zahnarzt hat nicht verstanden, dass der Patient ein Recht darauf hat, zu wissen, was bei ihm im Mund los ist, um rechtzeitig eingreifen zu können. Die Gefahr einer dieser falschen Zurückhaltung ist folgende, um das Szenario fortzusetzen: Der Patient bekommt am Wochenende Schmerzen und landet beim Notdienst. Dieser Zahnarzt, der anders an die Sache herangeht, sagt ihm, was er alles im Mund sieht. Was sagt der Patient daraufhin? „Das gibt es doch nicht, ich war doch gerade erst zur Kontrolle, mein Zahnarzt hat gar nichts gesagt." Die Folge: Erstens ist der erste Zahnarzt den Patienten los und zweitens sein Ruf leidet natürlich, was sich nicht günstig auf neue Patienten auswirkt. Das kann nicht Ihr Ziel sein, oder?

▲ Patientenberatung – entspannt und ohne zu verkaufen [Foto: kontrastwerkstatt@Folotlia.de].

Es kann also nur richtig sein, den Patienten umfassend zu informieren. Das ist die andere, viel sinnvollere Herangehensweise: das Gesamtsanierungskonzept. Das bedeutet nicht, den Patienten gleich in der ersten Sitzung zu überfahren und ihm den „Rundumschlag zu verpassen". Es geht bei der Definition dieses Konzeptes darum, mit dem Patienten gemeinsam „ein persönliches Wohlbefinden und lebenslange Zahn- und Mundgesundheit" zu realisieren. Dieses Konzept von Anfang an umzusetzen, sichert nicht nur die optimale Versorgung für den Patienten, sondern Sie erreichen damit eine sehr gute Patientenbindung. Über den „life time patient value" (der Wert aller im Leben natürlicherweise auftretenden Defekte, die behoben werden sollen) erzielen Sie automatisch gute Umsätze für Ihre Praxis. Von diesem Konzept profitieren alle! Es gelingt über ein gelebtes Patientenbeziehungsmanagement. Was Sie brauchen, um dies einfach tun, ist Beratungskompetenz. Indem Sie Vertrauen schaffen und die Zusammenhänge einfach und gut darstellen, werden Sie mit dem Patienten die besten Lösungen realisieren.

Erfolgsfaktor Kommunikationskompetenz und Patientenbeziehungsmanagement

Dabei geht es einfach darum, den Patienten ins Boot zu holen und gemeinsam darüber zu sprechen, was gut und wichtig ist für seine Zahn- und Mundgesundheit. Sie

Ein Tag, der alles verändert
Mit Wingwave entspannt beraten

Geht es Ihnen auch so, dass Sie genau wissen, was die beste Lösung für einen Patienten ist. Dann kommt er zum Beispiel zum ZE-Beratungsgespräch und Ihnen fehlen die Worte, oder Sie erwischen sich dabei, wie Sie denken

„Das kann der sich nicht leisten."

„Das ist ihr bestimmt zu teuer."

„Das macht die bestimmt nicht."

Diese und ähnliche Denkblockaden verhindern, dass Sie erfolgreich mit Ihrer Praxis sind. Mit einem Wingwave-Coaching löschen Sie diese Blockaden und beraten ab sofort ganz entspannt.

Das Coaching kann im Rahmen eines individuellen Kommunikations-Coachings in Ihrer Praxis durchgeführt werden.
www.dental-coaches.de

sind die Spezialisten und der Patient ist darauf angewiesen, dass Sie ihm sagen, was in seinem Mund los ist und was man tun kann, um einen guten Zustand herzustellen und zu erhalten. Es geht zu keinem Zeitpunkt darum, etwas zu verkaufen! Lernen Sie, wie Sie sich auf Ihr Gegenüber einstellen können, wie Sie den Patienten abholen. Fragen Sie nach seinen Bedürfnissen und Wünschen und gehen Sie darauf ein. Sehen Sie sich mit dem Patienten gemeinsam das Röntgenbild an und lassen Sie ihn selbst schauen, was er erkennt. Sie werden erstaunt sein, wie häufig die Patienten Dinge sagen wie „ Der steht ja auch schon ganz schief, können wir das nicht gleich mitmachen …". Holen Sie sich diese Co-Diagnose des Patienten, denn so müssen Sie keine Überzeugungsarbeit mehr leisten. Indem Sie den Patienten von Anfang an eng mit einbeziehen, weiß dieser nachher sehr gut, was das Beste für ihn ist, und entscheidet sich für die beste Lösung. So macht Patientenberatung richtig Spaß. Genauso erleichtert sind auch die Mitarbeiterinnen, denn es geht eben nicht darum, dass „der Chef will, dass wir die Prophylaxe verkaufen." Es geht allein um die medizinische Notwendigkeit der PZR und Prophylaxe. Und so berät auch das Team ganz entspannt. Die inhaltliche Definition aller Bereiche, insbesondere im Bereich der Zahnheilkunde, versetzt Sie und Ihr Team erst in die Lage, ziel- und lösungsorientiert und gleichzeitig patientenorientiert zu informieren und zu kommunizieren.

Interessanterweise gehen mit einem solchen Vorgehen die Umsätze schnell in die Höhe. Weil Sie nämlich viel mehr hochwertige Leistungen erbringen. Denn es ist tatsächlich so, dass ein entspannt gut beratener Patient sich immer für die hochwertigere Lösung (weil nachhaltiger und schöner) entscheidet. Sie verdienen also viel mehr Geld, wenn Sie authentisch sind und persönlich beraten und nicht verkaufen!

Starten Sie klar und konsequent!

Klar zu definieren, was Sie wie tun wollen, und dies konsequent umzusetzen und jeden Tag zu leben, ist Ihr Schlüssel zu einer sehr erfolgreichen Praxis. Die Definition Ihrer Konzepte ist die Basis für eine entspannte Patientenberatung. Definieren Sie mit Ihrem Team alle Konzepte, Prozesse und Behandlungsalternativen und halten Sie diesen kontinuierlichen Verbesserungsprozess am Laufen. Neben einer großen Gelassenheit in der Beratung erzielen Sie hohe Umsätze. Ein zusätzlicher Gewinn ist eine hohe persönliche Zufriedenheit in dem, was Sie jeden Tag tun. Und Sie haben Zeit für sich und können diese private Zeit genießen, ohne ständig an die Praxis zu denken, weil einfach alles gut läuft.

KONTAKT

Dörte Scheffer ist Diplom-Psychologin und seit 15 Jahren selbstständige Praxisberaterin. Sie hat eine sehr erfolgreiche Zahnarztpraxis von Anfang an mit aufgebaut.

Dörte Scheffer entwickelte Praxiskonzepte, die sich in jeder Praxis wirksam einsetzen lassen. Neben dem Praxis- und Team-Coaching bietet sie auch Führungs- und Privat-Coaching an. Im Kommunikations-Coaching setzt sie sehr erfolgreich das Wingwave-Coaching und Methoden des Mentaltrainings ein. Sie ist als Referentin u.a. für Kammern und die Dentalindustrie unterwegs. 2012 erschien ihr Buch „Erfolgsgeheimnis Praxiskonzepte & Patientenberatung" (ISBN 978-3-8448-2370-7).

Mehr Infos finden Sie hier:
www.dental-coaches.de