

Gute Antworten sind bares Geld wert

Wer kennt ihn nicht, den stets gut gelaunten Kollegen, der vier Mal im Jahr Urlaub macht, von optimierten Arbeitsabläufen und einem eingespielten Team schwärmt? Von seinem grandiosen Vortrag auf dem letzten Kongress berichtet, von optimal delegierten Leistungen oder dem Erfolg beim letzten Golfturnier? Da fragt man sich doch: Wie macht er das bloß?

Sabine Roters/Münster

■ **Eine gut laufende Praxis** fällt nicht vom Himmel. Entscheidend ist, sich von Beginn an die Frage zu stellen, welche Aufgaben in der Praxis gelöst werden müssen, um langfristig Erfolg zu haben. Denn gute Fragen weisen Wege. Gute Antworten sind dann bares Geld wert.

Wer eine Zahnarztpraxis führt, ist automatisch auch Unternehmer, Arbeitgeber, Marktteilnehmer, Manager und Praxisbetreiber, muss dementsprechend konkrete Aufgaben meistern und sich fragen, wie das gelingen kann.

1. Geld verdienen – Was haben Sie von Ihrer Arbeit?

Ein Unternehmer trägt große Verantwortung, braucht Sicherheit in Bezug auf die Finanzen und ist gezwungen, Geld zu verdienen. Um dies zu erreichen, muss man sich fragen, ob alle Abrechnungspotenziale genutzt werden, effektiv abgerechnet und kein Geld verschenkt wird. Wie kann mehr Honorar für die erbrachte Leistung erzielt werden? Es gibt einige Stellschrauben, an denen man drehen muss, um am Quartalsende mehr Geld in der Kasse zu haben. Empfehlenswert ist hier eine Potenzialanalyse, die umsatzstärkere Ansätze liefert und bessere Stundensätze generiert. Als Unternehmer sollte man den Wert seiner Werte kennen. Daher ist es ratsam, mit einer frühzeitigen Praxiswertanalyse die Vermögenswerte zu bestimmen, um bei Finanzierungsgesprächen oder Abgabe-

planung unliebsame Überraschungen zu vermeiden.

2. Mitarbeiter führen – Wer macht was warum?

Mitarbeiter müssen geführt werden, und so gilt es, als Arbeitgeber auch immer wieder die Frage zu stellen, wer macht was warum, damit die Arbeit effektiv gestaltet werden kann. Denn dann knirscht es nicht im Getriebe und alle arbeiten Hand in Hand. Wie lässt sich das erreichen? Wichtig ist es, alle Ziele klar zu definieren und konsequent zu vermitteln, dann können gemeinsame Ziele erreicht werden. Im vertrauensvollen Rahmen von Coachings und Supervisionen können in Gruppen- oder in Einzelgesprächen Werte und Visionen definiert, negative Kommunikationsmuster erkannt und aufgelöst werden. So lassen sich Konflikte lösen und gegenseitiges Verständnis entsteht für mehr Freude in der gemeinsamen Arbeit.

3. Praxis organisieren – Geht das nicht einfacher?

In der Funktion als Manager muss man die Abläufe in einer Praxis planen, organisieren, führen und kontrollieren. Betriebssysteme und Anwendungen wie Word, Excel, PowerPoint oder Outlook bereiten häufig Schwierigkeiten und man fragt sich: Geht das nicht einfacher? Doch! EDV-Workshops sind eine ideale Lösung für die kleinen zeitfressenden Probleme des Alltags und ermöglichen mehr Zeit für

das Wesentliche. Warenwirtschaftsprogramme erleichtern die tägliche Arbeit und erlauben es Praxen, mit weniger Aufwand den Lagerbestand effektiv zu verwalten und damit weniger Kapitalbindung und geringere Materialkosten zu erzielen. Schnell und einfach kann man so gesetzlichen Dokumentationspflichten, z.B. der Gefahrostoffverordnung, Genüge tun. Auch sollte man die Datensicherheit und den Datenschutz im Blick haben. Wo werden Passwörter aufbewahrt und gibt es einen IT-Notfallplan? Ist die Kompatibilität hinsichtlich Software und Peripheriegeräten gewährleistet? Eine professionelle Netzwerkanalyse und Dokumentation sorgen für eine dauerhaft sichere IT-Zukunft und einen stressfreien Arbeitstag.

4. Leistungen verkaufen – Was haben Ihre Patienten davon?

Als Zahnarzt muss man Leistungen verkaufen. Denn Patienten kommen immer besser informiert in die Praxis, erwarten moderne Zahnmedizin, ein freundliches Team und ein ansprechendes Ambiente. Dementsprechend müssen das Erscheinungsbild der Praxis und das Behandlungsangebot den Patientenerwartungen angepasst werden. Es ist absolut erforderlich, die aktuellen Patientenbedürfnisse genau zu kennen und etwas Besonderes anzubieten, damit Patienten wiederkommen und weiterempfehlen. Schon mit ein paar Hilfsmitteln ist es möglich, eine Prophylaxebehandlung zu



einem Wellnessprogramm auszubauen, um so gleichzeitig mehr Umsatz generieren zu können. Es reicht nicht aus, das Behandlungsangebot den Patientenbedürfnissen anzupassen, der Patient muss gezielt über alle Möglichkeiten, Kosten und Nutzen informiert werden. Ein Kommunikationsworkshop hilft, den Patienten gegenüber gemeinsam im Team die gleiche Sprache zu sprechen, damit die Kommunikation gelingt und Leistungen verkauft werden.

5. Patienten gewinnen – Warum soll man zu Ihnen kommen?

Als Marktteilnehmer muss man sich immer wieder die Frage stellen, warum sollen Patienten ausgerechnet zu mir kommen? Es genügt nicht, sich auf volle Terminbücher zu verlassen. Denn sie sind keine Garantie für die Zukunft. Woher kommen Patienten, vor allem neue? Moderne Praxisräume und ein ansprechendes Ambiente, verbunden mit einem individuellen Corporate Design und Logo vermitteln den Patienten Kompetenz, Qualitätsanspruch und Servicegedanken. Zusätzlich steigern aufeinander abgestimmte Marketinginstrumente den Wiedererkennungswert und schaffen Vertrauen, damit zufriedene Bestandskunden zurückkehren und gleichzeitig weiterempfehlen. Zeitgemäßes Praxismarketingentsprechend dem individuellen Behandlungsangebot, verbunden mit einer professionellen Kommunikation, z. B. für die Website, ist die Lösung für moderne Patientengewinnung.

6. Qualität sichern – Geht das nicht besser?

In einer Zahnarztpraxis dreht sich vieles um unzählige Vorschriften, Gesetze und Richtlinien, deren Einhaltung und Dokumentation organisiert und sichergestellt werden müssen. Als Praxisbetreiber nimmt man deshalb die Rolle des Qualitätsmanagers ein, optimiert Prozesse und stellt sich immer wieder die Frage: Geht das nicht besser? Mithilfe eines praxiser-

probten QM-Systems werden schnell und einfach Abläufe optimiert und die Arbeit für das Team erleichtert. Das QM-System dient so außerdem als Wissensdatenbank und Schulungsinstrument und ist gleichzeitig zertifizierungsfähig. Das Ergebnis sind nachvollziehbare Prozesse und mehr Sicherheit im Arbeitsalltag. In Kombination mit regelmäßigen Mitarbeiterbelegungen z.B. in Bezug auf Arbeitsschutz, Gefahrstoffe und Hygiene können Belegungen durch die zuständigen Behörden nicht mehr schrecken.

Fazit

Zurück zum eingangs erwähnten Kollegen. Mit der Frage, wie macht er das bloß, ist man auf dem richtigen Pfad:

Denn gute Fragen weisen Wege. Gute Antworten sind bares Geld wert. NWD.C dental consult hat auf gute Fragen gute Antworten im NWD.C Arbeitsbuch. Zu bestellen bei consult@nwd.de, am 2. Juli beim NWD.C Tag „Unternehmen Sie was“ in der Erlebniswelt Dentale Zukunft oder direkt unter Tel.: 0251 7607-384. <<

>> KONTAKT

NWD Gruppe
 Nordwest Dental GmbH & Co. KG
 Schuckertstraße 21, 48153 Münster
 Tel.: 0251 7607-0, Fax: 0800 7801517
 E-Mail: ccc@nwdent.de
www.nwd.de

ANZEIGE

KKD® Instrumente für die Implantologie

KKD® *mf* RB-LINE 1 Mundspiegel
 Zur Untersuchung der Gingiva, des Mundbodens, etc.

KKD® *mf* RB-LINE TiZi 2 P-UNC 15
 Titanansatz mit Zirkonnitridbeschichtung

KKD® *mf* RB-LINE TiZi 3 Titan-Implantatkürette
 Universalinstrument mit zirkonnitridbeschichteten Arbeitsspitzen aus Titan

KKD® *mf* RB-LINE 4 Medikamentenspatel
 zur verbesserten Applikation von antimikrobiellen Wirkstoffen im periimplantären Sulkus

HK RB-LINE 5 Titan-Reinigungsbürste

KENTZLER KASCHNER DENTAL
 KKD®

Weitere Informationen

KENTZLER-KASCHNER DENTAL GmbH - Geschäftsbereich KKD® - Mühlgraben 36 - 73479 Ellwangen/Jagst
 Telefon: +49 -7961 - 90 73-0 - Fax: +49 -7961 - 9073-66 - info@kkd-topdent.de - www@kkd-topdent.de

CE