Digitale Patienten Journey

Autor_Dr. med. dent. Michael Visse

Unternehmen, die sich den neuen Herausforderungen stellen, bietet die Internetrevolution ungeahnte Chancen. Das gilt in gleicher Weise für Arztpraxen. Umgekehrt unterliegen Unternehmen, die diesen Trend ignorieren, erheblichen und nicht wieder gut zu machenden Gefahren. Beispiele hierfür sind Nokia und Kodak, die als Pioniere in ihrem Segment die Zeichen der Zeit nicht erkannt haben, was zu einem sehr schnellen Konkurs führte.

_**Häufig spreche ich** mit Kolleginnen und Kollegen über das Internet. Und in der Regel sind sich alle einig: Das Internet ist ein Megatrend, der alles verändert und der durch nichts zu stoppen ist. Frage ich allerdings nach der Internetstrategie für die eigene Praxis, erhalte ich oftmals betretenes Schweigen. Praxisinhaberinnen und -inhaber sind sich zwar bewusst, dass das Internet wichtig ist, verfolgen jedoch keine eigene schlüssige Strategie. Vor dem Hintergrund, dass wir als Zahnärzte bzw. Ärzte naturgemäß über kein spezifisches Expertenwissen im Bereich Internettechnologie verfügen, ist dies teilweise sogar verständlich. Dennoch – oder gerade deswegen – sollten wir für Neues offen sein und unsere eigenen Praxisstrategien in Bezug auf die Nutzung des Internets überprüfen.

Ich möchte interessierten Kolleginnen und Kollegen zeigen, wie man innovative Internettechnologie einfach, sicher, bezahlbar und vor allem erfolgreich für die eigene Praxis nutzen kann. Nachstehend möchte ich die Phasen beschreiben, die ein Neupatient durchläuft, bis er sich für eine Praxis entscheidet, bzw. Ihnen erläutern, wie wir in unserer Lingener Praxis das Internet und die Internettechnologie von iie-systems in diesen Prozess integrieren.

Neue Internettechnologien bieten Erfolg versprechende Ansätze. Ziel sollte es dabei sein, sich vom ersten Moment an strategisch zu positionieren. Diesen Moment definiert Google als „zero moment of truth". Das ist der Zeitpunkt, an dem der Patient zum ersten Mal Kontakt mit der Praxis hat. Es ist der Moment der Wahrheit, in dem sich der Patient für oder gegen eine Praxis entscheidet.

Wie auch immer der Weg eines Patienten in die Praxis aussieht: Nutzen wir die neuen Möglichkeiten, die das Internet uns bietet. Denken wir in den Dimensionen des Neuen. Gehen wir auf Nummer sicher. Verpassen wir keine Chancen._

1 Mund-zu-Mund-Propaganda ist die wichtigste und wirkungsvollste Form, Neupatienten auf die Praxis aufmerksam zu machen.

Internetreputation: Überprüfen Sie Ihren eigenen Namen bei Google. Beispiel: Sie suchen in Google nach Dr. Visse und erhalten keinen Treffer auf den ersten Seiten. Welches Gefühl löst dies bei Ihnen (bzw. bei einem Patienten) aus?

• Verwunderung • keine Relevanz • bedeutungslos

2

Internet-Recherche

3

Überprüfen Sie Ihre eigene Webseite. Eine gute Webseite erkennt jeder. Patienten beurteilen eine Webseite intuitiv und entscheiden in Millisekunden, ob diese interessant oder uninteressant ist. Hier trennt sich die Spreu vom Weizen.

4

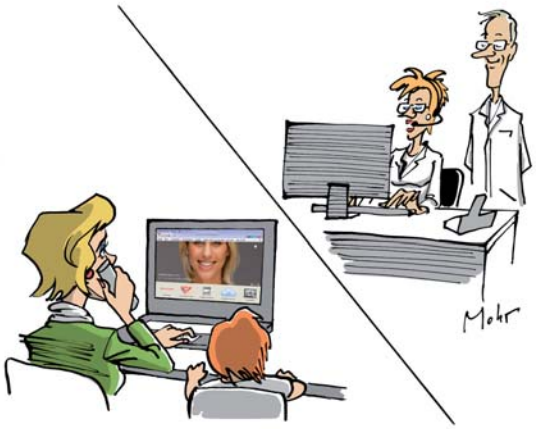
Eine Webseite muss heute zwingend responsive sein, also für mobile Endgeräte optimiert. Durch Smartphones sind Patienten heute permanent online, sodass die Webseite immer und überall aufgerufen werden kann. Diese Entwicklung ist nicht aufzuhalten, im Gegenteil: Die mobilen Zugriffe werden weiter zunehmen. Haben Sie hier die richtigen Antworten?

5

Auch die Bedeutung sozialer Netzwerke steigt ständig an. Patienten posten hier auch über ihre Erfahrungen mit der Praxis. Zudem dienen Arztbewertungsportale wie jameda vielen Patienten als Informationsquelle.

6

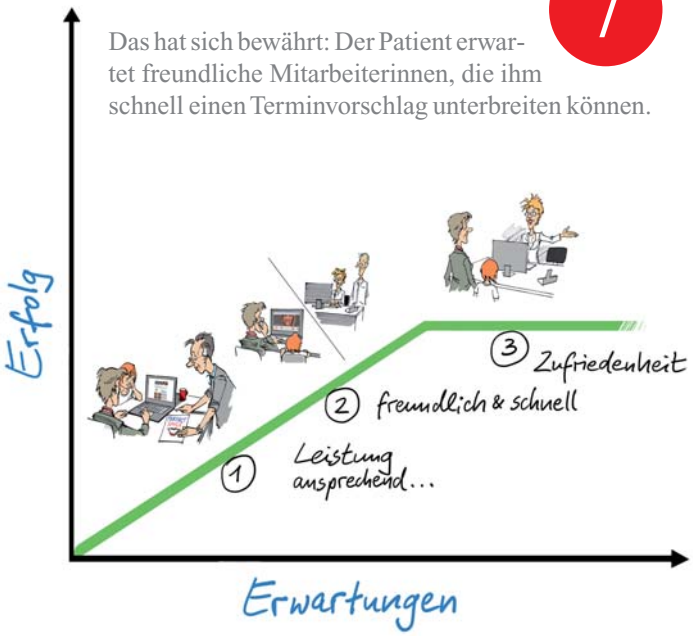
Hat sich der Patient für eine Praxis entschieden, wird in aller Regel telefonisch ein Beratungstermin vereinbart.



Telefonische Termin-Vereinbarung

7

Das hat sich bewährt: Der Patient erwartet freundliche Mitarbeiterinnen, die ihm schnell einen Terminvorschlag unterbreiten können.



8

Das ist neu und unique: Wir mailen dem Patienten aus der Anwendung von iie-systems heraus eine Terminbestätigung inkl. Anamnesebogen.

Terminbestätigung in Echtzeit

Alles in Ruhe zu Hause

9

Den Anamnesebogen kann der Patient ganz in Ruhe zu Hause ausfüllen.

Vorteil für den Patienten: weniger Stress und Wartezeit in der Praxis.

Vorteil für die Praxis: Patientenwünsche und relevante Patientendaten sind bereits vor dem ersten Besuch bekannt.

10

Zwei Tage vor dem Beratungstermin in der Praxis erhält der Patient automatisch eine Terminerinnerung. Durch diesen Service haben wir signifikant weniger Terminausfälle. Das spart Zeit, Geld und Nerven.

Automatische Terminerinnerung

11

Was möchten wir erreichen?

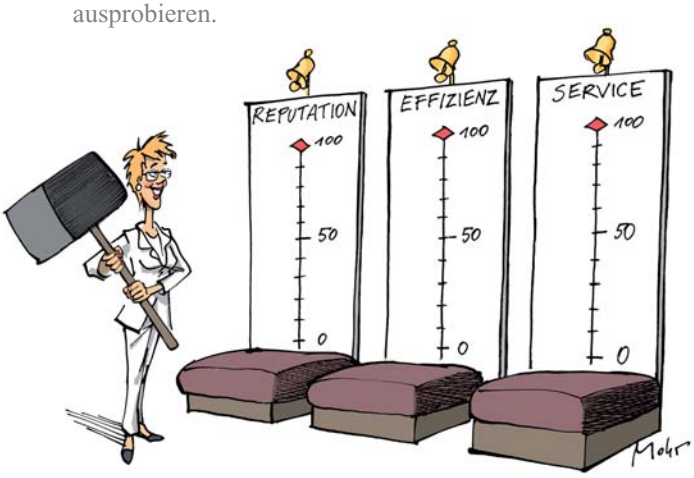
1. Die Erwartungen des Patienten vom ersten Moment der Kontaktaufnahme an übertreffen.
2. Patientenbegeisterung erzeugen.

Für diesen Moment gibt es keine zweite Chance.

12

Unsere Ziele für die Praxis:

1. Steigerung der Reputation durch Innovation.
2. Steigerung der Effizienz. Sämtliche Daten des Patienten sind vor dem ersten Besuch bekannt.
3. Steigerung der Servicequalität: Wir möchten neue Dinge ausprobieren.



_Kontakt

digital dentistry

Dr. Michael Visse
Fachzahnarzt für KFO
Georgstr. 24
49809 Lingen
Tel.: 0591 59077
info@dr-visse.de
www.dr-visse.de

Infos zum Autor