



Thies Harbeck

Gelungene Patientenansprache: Schlüsselfunktion für den Praxiserfolg

PRAXISMANAGEMENT Worte können Brücken oder Mauern bauen. Für ein vertrauensvolles Verhältnis zwischen Patient, Behandler und Team ist Ersteres besonders wichtig. Eine professionelle und sensible Patientenansprache ist jedoch eine Herausforderung – auch weil Stress und Zeitmangel nicht selten dazu führen, dass ein freundlicher Umgangston im Praxisalltag in den Hintergrund rückt. Kommunikation ist der Schlüssel, um erfolgreich neue Patienten zu gewinnen und zu binden. Deshalb obliegt es dem Praxischef, dafür zu sorgen, dass seine Mitarbeiter über die entsprechenden Kompetenzen verfügen. Selbstredend ist es motivierend, wenn er mit gutem Beispiel vorangeht. Zum Beispiel beim Umgang mit sogenannten „schwierigen Patienten“.

Niemand erwartet, dass Zahnärzte und ihre Mitarbeiter die Kompetenzen eines ausgebildeten Psychologen aufweisen. Es gibt jedoch leicht erlernbare Techniken, die es ermöglichen, gezielt fruchtlose Diskussionen zu vermeiden.

Der berühmte „erste Eindruck“

Der erste Kontakt zur Praxis entscheidet oft darüber, ob ein Patient zum langjährigen Besucher wird oder ob er sich nach einem Behandler und einem Team umsieht, die seinen Bedürfnissen eher gerecht werden.

Egal, ob der Patient aufgrund einer Empfehlung oder nach einer Recherche im Internet Interesse für eine Praxis zeigt – die Kommunikation findet in der Regel zunächst am Telefon statt. Genau deshalb sollte kein Zahnarzt unterschätzen, wie wichtig es ist, dass die Fachkraft am Empfang dieser Aufgabe gewachsen ist. Denn eines steht fest: Die Annahme, „jeder“ könne tele-

fonieren, ist ein Irrtum. Deshalb erweist es sich auch in den seltensten Fällen als nützlich, die Mitarbeiterin am Telefon einzusetzen, die sich an anderer Stelle nicht bewährt hat. Der Praxischef ist jedoch auch nicht darauf angewiesen, auf ein kommunikatives Naturtalent zu warten. Vielmehr kann sich das Personal das nötige Spezialwissen im Rahmen eines Telefontrainings aneignen. Geeignete Begrüßungsformeln gehören ebenso zu den Inhalten einer solchen Schulung wie einige einfache, aber sehr wirksame Regeln. So empfiehlt es sich beispielsweise, während des Telefongesprächs nicht hörbar andere Aufgaben zu erledigen. Wenn die Rezeptionskraft „nebenbei“ ein Fax versendet, der Kollegin Anweisungen gibt oder in Richtung Wartezimmer ruft, gewinnt der Anrufer schnell den Eindruck, dass er womöglich nicht nur am Telefon nicht die volle Aufmerksamkeit erhält. Bei der Kommunikation selbst ist es hilfreich, positive Formulierungen

zu verwenden – beispielsweise bei der Terminvergabe. Sätze wie „Das ist schwierig“ sind möglichst zu vermeiden. Niemand möchte als Problem oder Belastung wahrgenommen werden. Wer stattdessen sagt: „Ich schaue, was ich für Sie tun kann“ oder den Patienten fragt, zu welcher Tageszeit er einen Praxisbesuch einrichten kann, zeigt Wertschätzung.

„Schwierige Patienten“ als Herausforderung

Von Heilberuflern erwarten Praxisbesucher ein gewisses Maß an Sozialkompetenz – auch im Umgang mit „schwierigen Patienten“. Dienstleister wie die OPTI Zahnarztberatung GmbH arbeiten deshalb im Rahmen ihres Fortbildungsprogramms mit Experten auf dem Gebiet der Arbeitspsychologie zusammen. Nicht selten verbirgt sich hinter einer lautstarken Forderung oder besonders misstrauischen Fragen Angst oder Un-

sicherheit. Das heißt keinesfalls, dass sich der Praxisbetreiber oder sein Personal „anpöbeln“ lassen müssen. Aber viele Patienten handeln nach Verhaltensmustern, auf die der Betroffene reagieren kann, wenn er diese durch ein fachspezifisches Training einzuschätzen lernt.

Bestimmte Vertreter stellen fast in jeder Praxis die Gekuld von Behandler und Team auf die Probe. So zum Beispiel Menschen, die bereits eine oder mehrere Diagnosen mit ins Behandlungszimmer bringen – meist auf der Basis einer tagelangen Recherche im Internet. Wenig zielführend ist es, die Bemühungen des Patienten von vornherein als Unsinn abzublocken. Stattdessen sollte der Zahnarzt sachlich auf dessen Ideen reagieren, nach der Quelle im Internet fragen und dem Patienten gegebenenfalls erklären, warum deren Glaubwürdigkeit zweifelhaft ist.

Gelassenheit ist Trumpf

Unerfreulich im täglichen Ablauf sind Patienten, die leicht aus der Haut fahren – eine Eigenschaft, die durch Zahnschmerzen zusätzlich begünstigt wird. Gelingt es den Mitarbeitern nicht, die Situation zu regeln, muss sich der Chef selbst diesem Problem widmen. Gelassenheit führt häufig dazu, dass eine angespannte Situation nicht weiter eskaliert. Sinnvoll ist auch ein Hinweis auf die allgemeinen Grundsätze der Praxis: „Selbstverständlich behandeln wir Sie als Schmerzpatient so schnell wie möglich. Mit einer geringen Wartezeit müssen Sie ohne Termin leider dennoch rechnen.“ Wer dagegen ebenfalls laut wird, hinterlässt bei Patienten und Personal einen unprofessionellen Eindruck.

Ebenfalls zum Alltag vieler Praxisteams gehören Patienten, die sich über vermeintlich überhöhte Behandlungskosten beschweren. Der Zahnarzt sollte sich nicht dazu hinreißen lassen, sein Honorar zu rechtfertigen, sondern im Bedarfsfall lieber erklären. Um diese Patienten für die wirtschaftlichen Zusammenhänge zu sensibilisieren, kann der Behandler beispielsweise auf seine anspruchsvolle Ausbildung, moderne Therapien oder die Kosten für qualifiziertes Personal hinweisen – Faktoren, von denen auch der Patient profitiert.

Fazit

Es lohnt sich für Zahnärzte, in Fortbildungsmaßnahmen zur Patientenkommunikation zu investieren. Denn wie die Mitarbeiter für die Praxis sprechen, fällt auf den Chef zurück. Hinzu kommt, dass gerade Patienten, die nach anfänglichen Unstimmigkeiten überzeugt werden konnten, oft eine besonders langjährige Bindung zur Praxis aufbauen.

INFORMATION

OPTI Zahnarztberatung GmbH
 Gartenstraße 8
 24531 Damp
 Tel.: 04352 956795
 www.opti-zahnarztberatung.de

Infos zum Autor



DVDs

helfen, up to date zu bleiben!

Jetzt bestellen! ZWP MOVIE

BESTELLUNG AUCH
ONLINE MÖGLICH



99,- € pro DVD

zzgl. MwSt. und Versandkosten

www.oemus-shop.de

Bitte DVDs auswählen! ▾ Entseigelte Ware ist vom Umtausch ausgeschlossen!

 <input type="checkbox"/> Implantologische Chirurgie von A-Z Anzahl: _____	 <input type="checkbox"/> Sinuslift und Sinuslift-techniken von A-Z Anzahl: _____
 <input type="checkbox"/> Unterspritzungstechniken Anzahl: _____	 <input type="checkbox"/> Endodontie praxisnah <input type="checkbox"/> Basics <input type="checkbox"/> Advanced Anzahl: _____
 <input type="checkbox"/> Chirurgische Aspekte der rot-weißen Ästhetik Anzahl: _____	 <input type="checkbox"/> Veneers von A-Z Anzahl: _____
 <input type="checkbox"/> Biologische Zahnheilkunde Anzahl: _____	 <input type="checkbox"/> Minimalinvasive Augmentations-techniken - Sinuslift, Sinuslifttechniken Anzahl: _____

Fax an **0341 48474-290**

Name/Vorname _____

Straße/Hausnummer _____

PLZ/Ort _____

Telefon/E-Mail _____

Unterschrift _____

Praxisstempel