Marketing ist in aller Munde, und jeder denkt automatisch an werben und verkaufen. Doch Marketing speziell im Zahnarztbereich ist wesentlich mehr. Es kommt dabei nicht nur auf die Außenwirkung an, sondern vor allen Dingen auch auf die menschliche Komponente. Insbesondere kommt der Patientenaufklärung und Beratung eine zentrale Bedeutung zu.

Christa Maurer
[Infos zur Autorin]

Beratung als Marketinginstrument

Christa Maurer

Zahnarztpraxen als moderne Dienstleistungsunternehmen unterliegen allen Gesetzmäßigkeiten des Marktes, der Wettbewerbsdruck ist nach wie vor hoch und Marketing inzwischen eine Notwendigkeit. Selbst die „Marketing-Gegner" betreiben bereits sehr viel mehr Marketing, als ihnen bewusst ist: So verfügt jede Praxis über ein Praxisschild, über eine Geschäftspapierausstattung und häufig sogar über einheitliche Praxiskleidung.

Praxen, die sich bewusst mit Marketing beschäftigen, verfügen darüber hinaus über ein Logo, eine Homepage, vielfach sogar einen Facebook-Auftritt, sie verfassen regelmäßige Newsletter und engagieren sich in den sozialen Medien. Doch Praxismarketing zielt nicht nur allein auf die Außenwirkung ab. 70 Prozent aller Patienten werden auf eine Praxis durch Empfehlungsmarketing, gerne auch als „Mund-zu-Mund-Propaganda" bezeichnet, aufmerksam, 30 Prozent kommen inzwischen schon über Empfehlungen aus dem Internet. Konkret bedeutet dies, dass insbesondere der Faktor Mensch eine wesentliche Rolle beim Praxismarketing spielt. Denn der Patient als zahnmedizinischer Laie beurteilt eine Praxis anhand der Faktoren, die er unmittelbar sieht und erlebt, die Qualität der Behandlung setzt er voraus.

Zu diesem Erleben gehören Ausstattung, Service und Kommunikation. Fühlt sich der Patient rundherum wohl und verlässt höchst zufrieden die Praxis, wird er mit hoher Wahrscheinlichkeit einer der begehrten Empfehler dieser Praxis.

Das Beratungsgespräch ist dabei von ganz besonderer Wichtigkeit. Schon allein, um einer Behandlung rechtswirksam zustimmen zu können, benötigt der Patient eine Vielzahl an Informationen. Dazu gehören Anamnese, Befund und verschiedene Behandlungsalternativen

© Syda Productions/Shutterstock.com

Opalescence go®

Opalescence®

FÜR EIN STRAHLENDES **LACHEN**!

Es sind keine Abformungen oder individuelle Schienen nötig: Opalescence Go kann direkt aus der Verpackung verwendet werden! Das komfortable, anpassungsfähige UltraFit™ Tray ist bereits vorgefüllt, reicht bis zu den Molaren und passt sich schnell jedem Lächeln an.

Vor dem Tragen des UltraFit™ Tray im Mund.

UltraFit™ Tray nach nur 10 Minuten im Mund.

ULTRADENT PRODUCTS, INC.

ultradent.com/de

© 2017 Ultradent Products, Inc. All Rights Reserved.

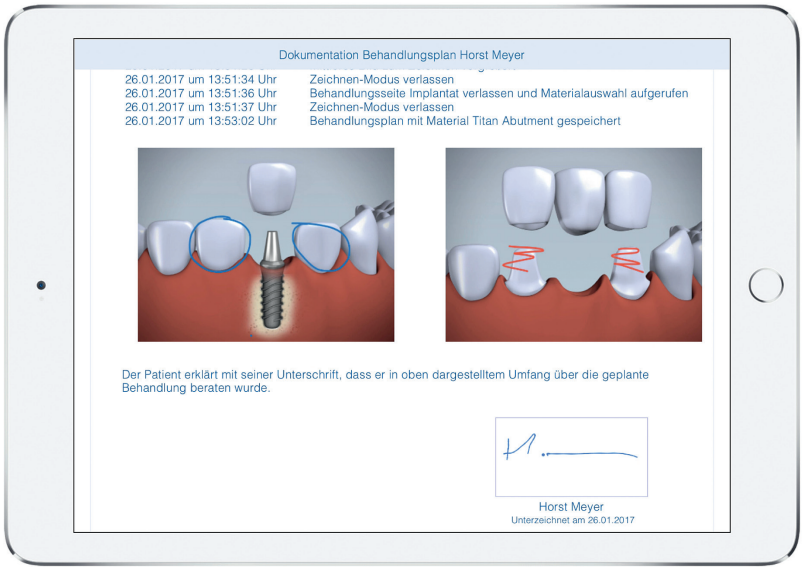
– sowohl Kassen- als auch Privatleistungen und Zuzahlungsinformationen.

Digitale Aufklärung

Da er sich vieles, was ihm erzählt wird, meist nicht vorstellen kann, ist es unabdingbar, sich visueller Hilfsmittel zu bedienen. Zeigen Sie dem Patienten, wie die geplante Versorgung aussieht. Dies können vom Zahntechniker hergestellte Modelle sein, Demonstrationsmodelle, Bildmaterial oder eigene Zeichnungen. Allerdings leben wir in einem technischen Zeitalter, in dem nahezu alle Menschen mit Computern, Laptops, Tablets und Smartphones ausgestattet sind. Zeigen Sie, dass Sie auch an dieser Stelle technisch mithalten können. Es gibt inzwischen interessante computergestützte Beratungshilfen, die man via Tablet nutzen kann, aber auch sogenannte Prothetikrechner, die nicht nur den Befund aufnehmen, sondern auch noch während des Beratungsgesprächs die Zuzahlung ausweisen.

Ich habe mir auf der diesjährigen Internationalen Dental-Schau alle ausgestellten Programme angesehen. Viele waren gut, viele hatten allerdings entscheidende Lücken oder waren nur im Zusammenhang mit dem dazugehörenden Praxissoftwareprogramm zu nutzen – schlecht für all diejenigen, die ihr Beratungsgespräch zwar digital unterstützen, sich dafür jedoch keine neue Praxissoftware zulegen möchten. Eine ganz praktikable Lösung war letztlich doch zu finden: „Adento" ist nicht an ein bestimmtes Softwareprogramm gebunden und lässt viele Wünsche bereits Realität werden.

Bislang sind 19 häufige Behandlungsfälle im Programm eingearbeitet. Professionelle Materialfotos, verständliche Behandlungsgrafiken und Videos für chirurgische Behandlungen sind ein guter Start für die Patientenaufklärung. Damit die Patienten die Beratung zu Hause nochmals Revue passieren lassen können, kann die Behandlungsplanung mit Erklärungen entweder als Brief oder als E-Mail mitgegeben werden. Die Aufklärungsbögen werden digital ausgefüllt, ein automatisches Protokoll sorgt für Rechtssicherheit.



Mithilfe eines Programmes ist eine effiziente Aufklärung der Patienten auch digital, mobil und für beide Parteien nachvollziehbar möglich. (© Adento)

Ist der Patient über die verschiedenen Behandlungsalternativen „im Bilde", gilt es, die Kostenfrage zu klären. Diese ist meist die größte Hürde, die es zu überwinden gilt. Oftmals stehen Ängste vor negativen Reaktionen seitens der Patienten im Weg und beeinflussen somit auch die persönliche Einstellung. Doch vor dem Hintergrund der immer stärkeren finanziellen Eigenbeteiligung der Patienten ist es zwingend notwendig, mit dem Patienten über Kosten und Zuzahlungen zu sprechen.

Beteiligen Sie den Patienten aktiv an der Entscheidungsfindung. Alternativen sind nicht nur bei den Behandlungsvorschlägen wichtig, sondern auch bei den Kosten. Werden ihm auch hier Alternativen aufgezeigt (auch auf welche Leistungen er unter Umständen bei niedrigerer Zuzahlung verzichtet), wird er sich mit der Entscheidung leichter tun.

Fazit

Praxismarketing ist eine Notwendigkeit, der sich Praxen in Zukunft nicht mehr verschließen können. Wichtig auch bei aller Außendarstellung ist, den Faktor Mensch nicht zu vergessen. Als zahnmedizinische Laien kommen die Patienten in die Praxis und erwarten Großes. Allerdings beurteilen sie vor allen Dingen nur das, was sie unmittelbar sehen und erleben. Die Qualität der zahnmedizinischen Arbeit wird anhand dieser Kriterien bewertet. Kommunikation und Beratungen/Patientenaufklärung kommt eine besonders wichtige Rolle zu. Denn um eine Entscheidung für oder gegen eine Behandlung treffen zu können, muss der Patient umfassend informiert werden – und das nicht nur aus rechtlichen Gründen. Wichtig für die Entscheidungsfindung ist, dass der Nutzen der Behandlung erkennbar wird. Aber auch der Zahnarzt muss sowohl in medizinischer als auch wirtschaftlicher Hinsicht davon überzeugt sein, dass die vorgeschlagene Behandlung optimal für den Patienten ist. Wird der Patient mittels Alternativen und visuellen Hilfsmitteln in die Entscheidungsfindung eingebunden, kann er sowohl die unterschiedlichen Behandlungsmöglichkeiten erkennen als auch die Zusammensetzung der Kosten. Das Gefühl, zu irgendetwas überredet zu werden, entsteht erst gar nicht. Wenn im Anschluss auch noch die Behandlung zum gewünschten Ergebnis führt, können Sie sicher sein, einen treuen Stammpatienten hinzugewonnen zu haben.

Kontakt

Christa Maurer
Kommunikation und Management
Schneehalde 38
88131 Lindau
kontakt@christamaurer.de
www.christamaurer.de

CHLORHEXAMED® SUCHT DIE MUNDHYGIENE-EXPERTIN*!

Sie wissen, wie wichtig die richtige Mundhygiene für ein gesundes strahlendes Lächeln ist. Sie haben Spaß daran, Ihr Experten-Wissen nicht nur an Ihre Patienten weiterzugeben, sondern auch Kollegen mit kleinen Alltags-Tipps und -Tricks bei der täglichen Beratung zu helfen? Dann machen Sie mit und werden Sie unsere offizielle Mundhygiene-Expertin!

Verraten Sie uns einfach Ihr persönliches Expertenwissen. Wie motivieren Sie Ihre Patienten zur häuslichen Mundhygiene? Welche Tipps geben Sie ihnen mit für eine optimale Zahnreinigung zu Hause und zur Vorbeugung vor Zahnfleischerkrankungen?

Die Bewerbung lohnt sich: Die Gewinnerin erhält ein exklusives Fotoshooting inklusive professionellem Make-up für sie sowie einem Praxisteamfoto. Als offizielle Mundhygiene-Expertin bringen Sie zusätzlich Ihre persönliche Expertise unter monetärer Vergütung in den neuen Chlorhexamed®-Beratungsleitfaden ein.

SIE MÖCHTEN GERNE DABEI SEIN?
Dann bewerben Sie sich unter
www.expertegesucht.chlorhexamed.de
oder beantworten Sie die Fragen und faxen diese Anmeldung direkt an:
069 401 254-300

EXPERTEN-FRAGEN BEANTWORTEN

Zur Vorbeugung von Zahnfleischerkrankungen sollten meine Patienten

- ☐ Pfefferminzbonbons lutschen.
- ☐ Regelmäßig den Zungenrücken reinigen.
- ☐ Täglich die Zahnzwischenräume reinigen.

Patienten, die über Zahnfleischentzündungen klagen, empfehlen wir in unserer Praxis

- ☐ Ergänzend zur Mundhygiene die vorübergehende Spülung mit Chlorhexamed® FORTE alkoholfrei 0,2 %.
- ☐ Vorübergehend die Zähne zu putzen mit Chlorhexamed® 1 % Gel.
- ☐ Die Behandlung der betroffenen Stellen mit Chlorhexamed® DIREKT 1 % Gel.

Wie motivieren Sie Ihre Patienten zur häuslichen Mundhygiene?

- ☐ Ich rate ihnen, eine elektrische Zahnbürste mit einer Anzeige für das Putzergebnis zu benutzen.
- ☐ Ich empfehle ihnen die Verwendung einer Mundspülung, dann ist es nicht so schlimm, wenn sie das Zähneputzen mal vergessen.
- ☐ Am besten ist, wenn sie die Zahnseide gleich neben die Zahnbürste platzieren. So wird man beim Zähneputzen daran erinnert, auch einmal am Tag Zahnseide zu verwenden.

CHLORHEXAMED® – EIN STARKER PARTNER BEI ZAHNFLEISCHPROBLEMEN

Um Keime, die für Zahnfleischentzündungen verantwortlich sind, vorübergehend zu reduzieren, haben sich chlorhexidinhaltige Produkte für die Mundhöhle bewährt. Chlorhexidin tötet die Bakterien ab und verhindert deren Vermehrung. Darüber hinaus ist der Wirkstoff noch bis zu zwölf Stunden nach Anwendung in der Mundhöhle aktiv.[1]

Chlorhexamed® FORTE alkoholfrei 0,2 % hilft bei der Bekämpfung von Bakterien in der Mundhöhle und leistet so einen wichtigen Beitrag bei der Behandlung von Zahnfleischentzündungen, nach parodontal-chirurgischen Eingriffen oder bei eingeschränkter Mundhygienefähigkeit.

[1]Jones CG. Chlorhexidine: is it still the gold standard? Periodontol 2000. 1997 Oct; 15: 55-62.

ANMELDUNG PER FAX unter 069 401 254-300

☐ Herr ☐ Frau

Straße, Hausnummer, Ort

Vorname, Nachname

Telefon

Ausbildung und Abschlussjahr

E-Mail

Mit der Teilnahme an diesem Gewinnspiel stimmen Sie den Teilnahmebedingungen zu, die Sie unter www.expertegesucht.chlorhexamed.de einsehen können. Teilnahmeschluss ist der 31. Juli 2017. Unter allen Teilnehmern wählen wir eine Gewinnerin aus, die Benachrichtigung erfolgt per E-Mail.Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung und drücken Ihnen die Daumen.

*Der Einfachheit halber wird die weibliche Form gewählt, gilt aber selbstverständlich gleichermaßen für männliche Bewerber.

Chlorhexamed® FORTE alkoholfrei 0,2% (Wirkstoff: Chlorhexidinbis(D-gluconat)). Zus.: 100 ml Lösg. enth. 0,2 g Chlorhexidinbis(D-gluconat), Pfefferminzaroma, Macrogolglycerolhydroxystearat (Ph. Eur.), Glycerol, Sorbitol-Lösg. 70% (nicht kristallisierend) (Ph. Eur.), gereinigtes Wasser. Anw.: Die antiseptische Lösung wird angewendet zur vorübergehenden Keimzahlverminderung im Mundraum, Unterstützung der Heilungsphase nach parodontalchirurgischen Eingriffen durch Hemmung der Plaque-Bildung, vorübergehenden unterstützenden Behandlung bei bakteriell bedingten Zahnfleischentzündungen (Gingivitis) und bei eingeschränkter Mundhygienefähigkeit. Kontraind.: Überempfindlichkeit geg. Chlorhexidinbis(D-gluconat), Pfefferminzaroma oder einen der sonstigen Bestandteile. Darf nicht angew. werden: auf schlecht durchblutetem Gewebe, bei Wunden und Geschwüren (Ulzerationen) sowie oberflächlichen, nicht-blutenden Abschilferungen der Mundschleimhaut (erosiv-desquamativen Veränderungen, von Personen werden, die das Schlucken nicht richtig kontrollieren können (u. a. Kdr. < 6 J.). Nebenw.: Häufig: reversible Verfärbungen des Zahnhartgewebes, reversible Verfärbungen von Restaurationen (u.a. Füllungen) u. der Zungenpapillen (Verfärbungen kann zum Teil durch sachgemäße Anwendung entsprechend der Dosierungsanleitung sowie einem reduzierten Konsum von stark färbenden Lebensmitteln und Getränke wie z. B. Tee, Kaffee oder Rotwein vorgebeugt werden. Bei Vollprothesen empfiehlt sich ein Spezialreiniger). Gelegentlich: kribbelndes oder brennendes Gefühl auf der Zunge zu Beginn der Beh. (Diese NW verschwindet gewöhnl. mit fortgesetzter Anw.). Selten: Überempfindlichkeitsreaktionen (u.a. Urtikaria, Erythem, Pruritus). Sehr selten: anaphylaktischer Schock. Nicht bekannt: reversible Parotisschwellung; reversible desquamative Veränderungen der Mukosa, kribbelndes oder brennendes Gefühl der Zunge zu Beginn der Beh., reversible Beeinträchtigung des Geschmacksempfindens, reversibles Taubheitsgefühl der Zunge (Diese NW verschwinden gewöhnl. mit fortgesetzter Anw.). Warnhinw.: Enthält Pfefferminzaroma u. Macrogolglycerolhydroxystearat (Ph. Eur.). Apothekenpflichtig Referenz: CHX2-F01
GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG, Barthstraße 4, 80339 München

CHDE/CHCHL/0020/17/10.03.2017