

KN PRAXISMANAGEMENT

Mehr Aufmerksamkeit und Anerkennung für die Praxis

Ein Beitrag von Dr. Michael Visse, Kieferorthopäde aus Lingen.

Was bedeutet es, wenn eine Praxis erfolgreich ist? Eine einfache Antwort auf diese abstrakte Frage zu geben, fällt nicht leicht. Die Frage hingegen „Was sind die Unterschiede zwischen einer erfolgreichen Praxis und einer, die um ihr Überleben kämpft?“ wird sehr viel schneller mit wesentlichen zugrunde liegenden Annahmen assoziiert.

In diesem Beitrag möchte ich auf ein bedeutsames Kriterium einer erfolgreichen Praxis eingehen und die möglichen Gründe für den Erfolg beschreiben. Zum anderen möchte ich Ihnen konkrete Vorschläge aufzeigen, wie Sie Ihre eigene Praxis bekannter und damit auch erfolgreicher machen. Dazu bedarf es einer Strategie, bei der nichts dem Zufall überlassen werden sollte, sowie professioneller Partner, die Sie dabei unterstützen.

Erfolgreiche Praxen genießen Aufmerksamkeit
Bei dem Ziel, die eigene Praxis bekannter zu machen, führt am Internet kein Weg vorbei. Es bie-



Karikaturen: © Burkhard Mohr

tet neue und ungeahnte Chancen, die Bekanntheit der Praxis signifikant zu steigern. Etwa 90 Prozent der Patienten sind heute mit dem Internet verbunden, rund 60 Prozent nutzen Facebook und/oder Instagram. Immer noch aber herrscht bei vielen Kolleginnen und Kollegen zuweilen eine tradierte Haltung vor, bei der Internet, Facebook, Instagram, YouTube und webbasierte Patientenkommunikation konsequent abgelehnt werden.

Das ist bedauerlich, denn leider wird hier die Realität ignoriert, was strategisch in eine gefährliche Sackgasse führt. Es besteht die Gefahr, den Anschluss zu verlieren. Andere Kollegen entwickeln sich weiter und nutzen kreative Internetlösungen. Bitte überlassen Sie nicht freiwillig anderen Praxen das Spielfeld Internet und katapultieren sich damit selbst ins Abseits. Die gute Nachricht: Bei sehr vielen Praxen besteht auf diesem Gebiet noch reichlich Potenzial nach oben.



Icons: © Markus Voll

Fortsetzung auf Seite 26 **KN**

ANZEIGE

10. KiSS-Symposium 2017

Düsseldorf, Novotel Seestern.



Symposium

Samstag, 11. November 2017

- 9.00 Aktuelle Fragen der KFO
Prof. Fuhrmann
- 9.15 Bildgebung in der KFO – ein Frage und Antwort Spiel
Dr. Ludwig
- 10.15 Digitalisierung in der KFO – Was macht wirklich Sinn?
Dr. Ludwig
- 11.00 Kaffeepause
- 11.30 Interzeptive Maßnahmen bei primärem Platzmangel und Verlust der Stützzone
PD Dr. Reichert
- 12.30 Hoch- und thermoelastische Materialien für MB-Technik und Retainer - Hype oder Notwendigkeit?
Prof. Bourauel
- 13.15 Mittagspause
- 14.15 Risiken der Betriebsprüfung in der KFO- Praxis
Prof. Bischoff
- 15.15 Kaffeepause
- 15.45 Ist die Compliance kieferorthopädischer Patienten meßbar?
Prof. Schott
- 16.45 Forum für individuelle Fragen
Prof. Fuhrmann
- 17.00 Ende

Kurse

Freitag, 10. November 2017

10.00 bis 17.00 Uhr – Prof. Fuhrmann

PKV-, Beihilfe bei KFO & Funktionplan & Erstattung

Standardisierte Module für die Brieferstellung zu Genehmigungs- & Erstattungskonflikten mit PKV- und Beihilfe; Pflichten & Rechte der Leistungserbringer und Kostenträger, außergerichtliche Lösungswege, Analogpositionen – was geht? Wie vermeidet man den Streitfall? Funktionsplan vorschalten wann, wie, warum? Medizinische Notwendigkeit nachweisen? Gerichtsurteile zu GOZ- Positionen

Sonntag, 12. November 2017

9.00 bis 13.00 – Prof. Fuhrmann

Mehr- und Zusatzleistung, AVL- Ablehnung & Konflikte mit Zusatz PKV, Zuzahlungs-Reform

Erstattungskonflikte mit Zusatz-PKV, AVL- Angebotspflicht, AVL- Ablehnung, AVL- Betriebsprüfung, AVL- Konfliktvermeidung, Aufklärungsnachweis, GKV-Kassenprüfung, MDK & KZV- Prüfung, Betriebsprüfung von Pauschalen, Formulare zur Konfliktvermeidung, Standardisierte Module für die Brieferstellung, Zusatz – PKV zur Finanzierung der AVL, Gerichtsurteile, Risiken bei Mehrleistungsanzeigen bei den KZV'en.

Organisation

Prof. Dr. Dr. Fuhrmann · Universitätsring 15 · 06108 Halle
Tel: 0345/5573738 · Fax: 0345/5573767 · Email: info@kiss-orthodontics.de

Mehr Informationen unter www.kiss-orthodontics.de.

Anmeldung per Fax: 0345/557-3767

Bitte wählen Sie die gewünschten Leistungen:

Kurs am Freitag, 10.11.2017	Anzahl Personen	Gebühr pro Person	Summe (bitte eintragen)
FZA / MSC / Praxisinhaber 440.- € zzgl. 19% MwSt.		x 523,60 € =	
Assistent*, HelferIn 330.- € zzgl. 19% MwSt		x 392,70 € =	
Symposium am Samstag, 11.11.2017			
FZA / MSC / Praxisinhaber 490.- € zzgl. 19% MwSt		x 583,10 € =	
Assistent*, HelferIn 370.- € zzgl. 19% MwSt		x 440,30 € =	
Kurs am Sonntag, 12.11.2017			
FZA / MSC / Praxisinhaber 370.- € zzgl. 19% MwSt		x 440,30 € =	
Assistent*, HelferIn 330.- € zzgl. 19% MwSt		x 392,70 € =	
KISS ALL-INCLUSIVE = Alle 3 Tage.			
FZA / MSC / Praxisinhaber 990.- € zzgl. 19% MwSt		x 1.178,10 € =	
Assistent*, HelferIn 790.- € zzgl. 19% MwSt		x 940,10 € =	
		Gesamtbetrag	

*Bitte Weiterbildungsbescheinigung mit einreichen.
Bitte überweisen Sie **zeitgleich** mit Ihrer schriftlichen Anmeldung den selbsterrechneten Gesamtbetrag auf das **Kurskonto**.
IBAN DE73 8005 3762 0260 0126 59, BIC: NOLADE21HAL.

Datum _____ Unterschrift _____

Praxisstempel: _____

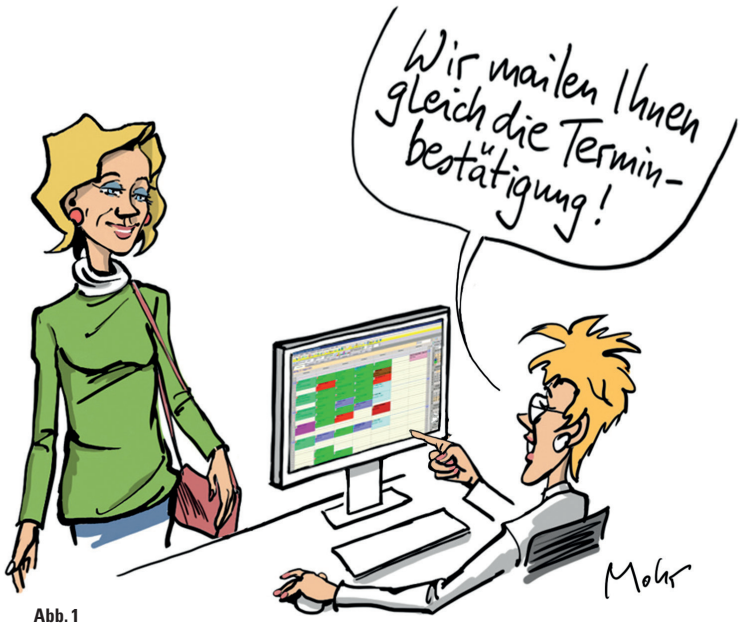


Abb. 1



Abb. 2

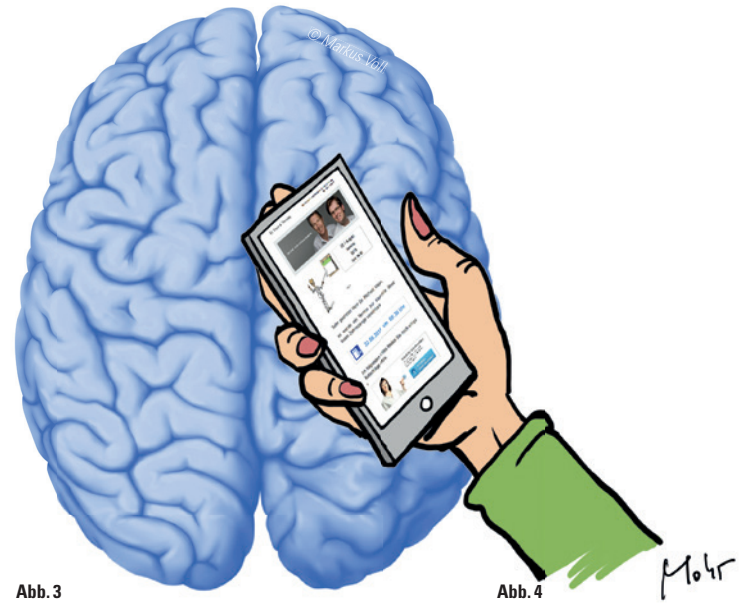


Abb. 3

Abb. 4

KN Fortsetzung von Seite 25

Starten Sie noch heute, denn es lohnt sich! Erfolgsorientierte Praxen haben das Internet schon frühzeitig identifiziert und sind somit eindeutig im Vorteil. Sie haben bereits eigene wertvolle Erfahrungen gesammelt und spezifisches Wissen zur Internetnutzung aggregiert. Als leistungsstarke Praxis nutzen sie schon heute das Internet und nehmen die Gestaltung der Patientenwahrnehmung aktiv in die Hand.

Mere-Exposure-Effekt

Wichtig ist, die Praxis so oft wie möglich ins Bewusstsein des Patienten zu bringen. Dabei spielt der sogenannte Mere-Exposure-Effekt eine wichtige Rolle. Er besagt, dass unter ansonsten gleichen Bedingungen Bekanntes angenehmer und sympathischer empfunden wird als Unbekanntes. Wie lässt sich dieses Wissen für die eigene Praxis nutzen? Die Antwort ist im Grunde simpel. Es gilt, die Praxis auf allen Kanälen zu präsentieren. So erhält sie automatisch Aufmerksamkeit und wird als kompetent und sympathisch wahrgenommen. Aufgabe einer jeden Praxis ist es vor diesem Hintergrund, eine konsequente und professionelle Strategie zu erarbeiten, mit der es gelingt, die Praxis bekannter zu

machen und ins Gedächtnis des Patienten zu gelangen. Dieses Ziel lässt sich allein durch die Schaffung einer wiederholten Wahrnehmung erreichen: Die positive Bewertung der Praxis wird im Patientengehirn verankert. Die implizierten Gedächtnisinhalte wirken dabei direkt auf das Bewusstsein des Patienten. Der Mere-Exposure-Effekt tritt dabei sogar bei unschwerlicher Wahrnehmung ein. Es spielt also keine Rolle, ob sich eine Person des Kontaktes bewusst ist oder nicht. Eine kurze Wahrnehmungszeit löst sogar einen noch stärkeren Effekt aus. Dieses Phänomen wurde 1968 von dem Psychologen Robert Zajonc entdeckt und bezeichnet den Effekt des bloßen Kontaktes.

Abgestimmte Verbindung für mehr Erfolg

Mit konstruktiven Vorschlägen möchte ich Ihnen dabei helfen, solche Effekte zu nutzen und Ihre Praxis damit nachhaltig erfolgreich zu machen. Praxen sollten auf allen Internetkanälen präsent sein und wahrgenommen werden. In unserer Praxis in Lingen nutzen wir die eigene Homepage und verbinden diese mit Facebook, Instagram, YouTube und Arztbewertungsportalen, um uns zu präsentieren. Weiterhin nehmen Patienten unser Angebot der digitalen Sprechstunde

in Anspruch. Ganz wichtig und entscheidend ist zudem, dass Neupatienten online einen Beratungstermin vereinbaren können. Noch einfacher und wesentlich zielführender ist jedoch eine ganz neue abgestimmte Verbindung zu unseren Patienten, die über die Praxismanagement-Software automatisch erfolgt (Abb. 1). Über die Schnittstelle *ivoris connect*® bestätigen wir jeden Termin. Zwei Tage vorher bekommt der Patient automatisch eine Terminerinnerung (Abb. 2). Auf diese Weise erhalten wir die volle Aufmerksamkeit der Patienten. Da sie einen solchen Terminservice von anderen nicht kennen, steigt der Bekanntheitsgrad unserer Praxis unweigerlich an. Durch den Terminservice wird dem Patienten das Bild unserer Praxis immer wieder gezeigt, was Spuren im Gedächtnis hinterlässt und sich im Kopf festsetzt (Abb. 3). Durch die Schaffung eines wiederholten Sinnesreizes (jeder Termin wird so bestätigt) erreichen wir unser angestrebtes Ziel: Wir verankern eine positive Bewertung der Praxis in der Wahrnehmung des Patienten. Alles ist dabei auf mobile Endgeräte optimiert und verstärkt damit den positiven Gedächtniseffekt (implizierte Erinnerung, Abb. 4).

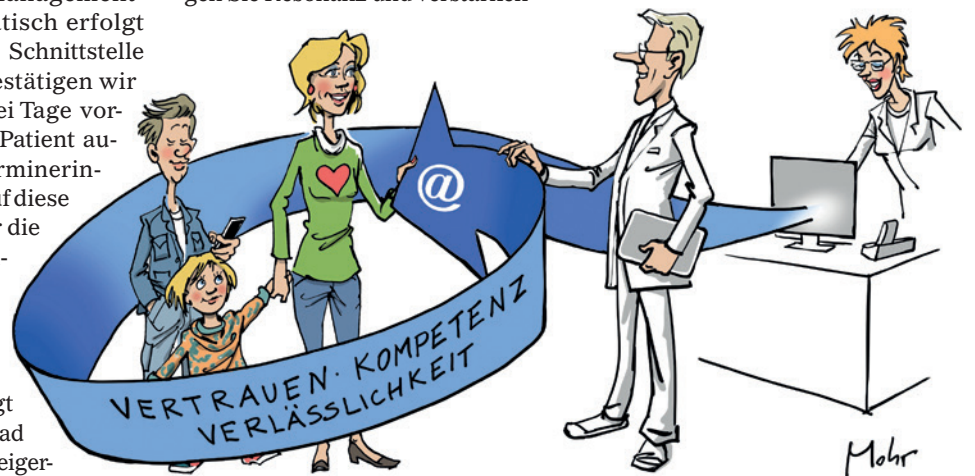
Was ich Ihnen hier aufzeige, ist ein sehr gutes Beispiel für eine intelligente Verbesserung des Terminmanagements, bei der die Praxis ganz nebenbei den Mere-Exposure-Effekt nutzt. Diesen intelligenten Service setzen bereits heute ca. 150 Kieferorthopäden ein. Die Praxen haben ihre Bekanntheit und Reputation deutlich gesteigert und erfolgreich den Wandel eingeleitet.

Chancen nutzen

Alles ist wechselseitig miteinander verbunden. Vergleichen kann man das mit unserem Nervensystem, bei dem alles über die Neuronen verschaltet ist (Abb. 5). Wie genau die Wechselwirkungen funktionieren, lässt sich wegen der extremen Komplexität nicht annähernd erklären oder

verstehen. Fest steht jedoch, dass die Chancen, die sich dadurch ergeben, riesig sind. Meine klare Empfehlung lautet daher: Durchdenken Sie die Steigerung der Internetpräsenz und die Nutzung innovativer webbasierter Anwendungen. Erzeugen Sie Resonanz und verstärken

nen, dass und wie alles funktioniert und welche enormen Chancen mit den Anwendungen verbunden sind. So oder so: Zögern Sie nicht länger und starten Sie am besten noch heute. Alles was Sie selbst tun müssen, ist der erste



Wir halten Verbindung!

Sie den positiven Ruf und das Ansehen Ihrer Praxis. Die entsprechende Technologie steht zur Verfügung und ist geprüft. Welches enorme Potenzial neues Denken und technologischer Fortschritt (Schnittstelle zur Praxismanagement-Software) beinhaltet, zeigen die positiven Erfahrungen und Ergebnisse nicht nur in unserer eigenen Lingener Praxis, sondern auch in allen Praxen, die die *iie*-Technologie bereits anwenden. Wenn Sie noch Bedenken haben, darf ich Ihnen versichern, dass alles messbar ist. Diese Tatsache sollte im Grunde auch den letzten Zweifler überzeugen. Der Mere-Exposure-Effekt tritt in jeder Praxis ein. Ziel sollte es sein, ihn zu Ihrem Vorteil zu nutzen.

Darf ich Ihnen abschließend einen Rat geben? Machen Sie Ihre eigenen Erfahrungen, indem Sie direkt mit den Anwendungen von *iie*-systems starten. Das gesamte Team unterstützt Sie bei der Umsetzung und steht Ihnen mit Rat und Tat zur Seite. Wir haben in all den Jahren viel gelernt und stellen unser Wissen gerne jedem Interessierten zur Verfügung. Wenn Sie trotz allem noch Bedenken haben, lade ich Sie herzlich nach Lingen ein, wo Sie sich selbst überzeugen kön-

Schritt. Der Rest passiert automatisch. Sie werden überrascht sein, das verspreche ich Ihnen schon jetzt. KN

KN Kurzvita



Dr. Michael Visse [Autoreninfo]



KN Adresse

Dr. Michael Visse
 Fachzahnarzt für KFO
 Gründer von *iie*-systems GmbH & Co. KG
 Georgstraße 24
 49809 Lingen
 Tel.: 0591 57315
 info@iie-systems.de
 www.iie-systems.com

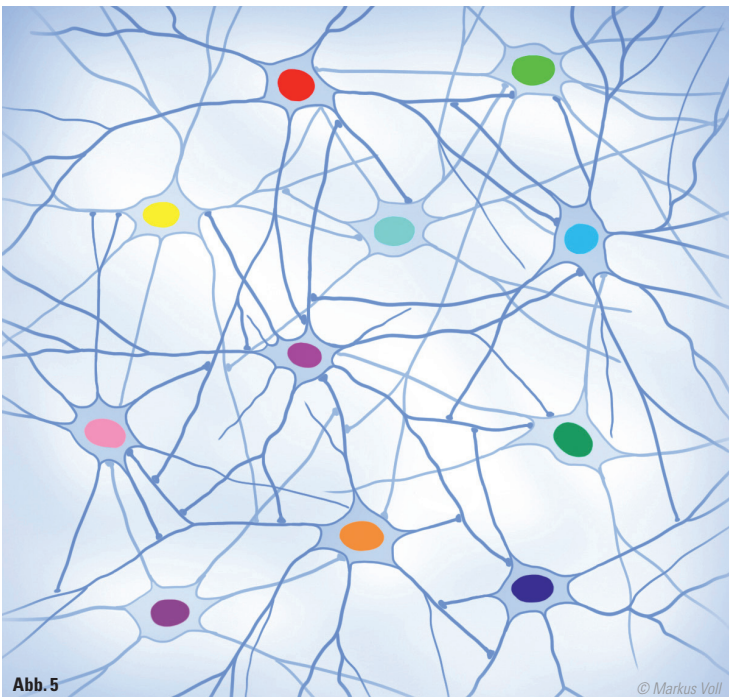


Abb. 5

© Markus Voll