Patientenaufklärung und -beratung: Ist Papier verzichtbar?

Dr. Manuela Stobbe

Im digitalen Zeitalter gehören eine ansprechende und mobil optimierte Webseite sowie ein abgestimmter Social-Media-Auftritt in Portalen wie Facebook, Instagram etc. für eine erfolgsorientierte Praxis zum Pflichtprogramm. Im Rahmen eines effektiven Marketings ist die Nutzung solcher Medien mittlerweile unverzichtbar, wird zunehmend erwartet und ist damit nicht zuletzt ein wichtiges Instrument, um Neupatienten zu gewinnen und Bestandspatienten an die Praxis zu binden.

Sind Printprodukte und Patienteninformationen im Zeitalter von Smartphone und Tablet heute unnötig? Die klare Antwort lautet: nein! Wichtig ist damit vielmehr ein perfekter Maßnahmenmix aus Online- und Offlinemedien. Dies gilt nicht nur, wenn es um hochwertige Therapien, also in aller Regel Selbstzahlerleistungen, geht, sondern auch im Rahmen einer Gesamtpositionierung der Praxis im regionalen Umfeld und damit einer Abgrenzung zu Mitbewerbern.

Gezielte Informationen als Entscheidungsverstärker

Vor allem Leistungen aus dem Bereich der Ästhetischen Zahnmedizin erfordern in aller Regel einen nicht unerheblichen Beratungsbedarf. Ob Bleaching, Veneers, vollkeramischer Zahnersatz oder Implantatversorgung: Patienten haben Fragen, die längst nicht nur die Kosten betreffen. Wer beispielsweise mit seiner Zahnfarbe nicht zufrieden ist oder unschöne Beläge beklagt, hat vielleicht von der Möglichkeit eines Bleachings gehört bzw. gelesen und spricht seinen Zahnarzt darauf an. Neben der Klärung, ob die Methode im individuellen Fall geeignet ist, besteht Informationsbedarf dazu, ob Bleaching den Zähnen schadet, wie oft es durchgeführt werden kann und welche Ergebnisse zu erwarten sind. Auch den Ablauf der Behandlung möchte der Patient im Vorfeld kennen. Nicht zuletzt sollte mit entsprechenden Informationen vermittelt werden, warum der professionellen Behandlung in der Fachpraxis der Vorzug vor häuslichen Methoden in Eigenregie, die in der Werbung immer wieder als schnelle und preiswerte Alternative angepriesen werden, gegeben werden sollte.
Ganz ähnlich verhält es sich mit nahezu allen anderen Leistungen aus dem Bereich der Ästhetischen Zahnmedizin, die mit einer finanziellen Investition des Patienten verbunden sind. Ergänzend zum persönlichen Beratungsgespräch dienen spezielle Druckobjekte dazu, den Patienten in seinem Entscheidungsprozess positiv zu unterstützen und dabei gleichzeitig die Expertise der Praxis für den jeweiligen Therapiebereich zu untermauern.

Hochwertige Therapien erfordern hochwertige Aufklärung

Zu beinahe jedem Verfahren der modernen Zahnmedizin existieren mittlerweile eine ganze Reihe von Aufklärungsflyern oder kleinen Broschuren, die von zahnmedizinischen Verlagen bzw. der Industrie kostengünstig oder sogar kostenlos erhältlich sind. Diese sind jedoch in aller

© picoStudio – stock.adobe.com

Abb. 1a

Abb. 1b

Abb. 3a

Abb. 3b

Abb. 4a

Abb. 4b

einzelner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder die gemeinsame Weihnachtsfeier. Nicht zuletzt ist ein solches Medium auch für die Neugewinnung von Patienten sehr nützlich. Wer auf der Suche nach einer neuen Zahnarztpraxis ist, fragt zunächst Freunde und Bekannte nach Empfehlungen. Wird hier nicht nur der Name genannt, sondern über die Weitergabe der Praxiszeitung direkt ein Einblick in Kompetenz und Leistungsspektrum vermittelt, hat dies fraglos Auswirkungen auf die Entscheidung des Suchenden (Abb. 4a und b).

Fazit

Für jede Praxis sind Onlinemedien ein zentrales Instrument, um sich auch in Zukunft erfolgreich auf einem Markt zu behaupten, der zunehmend schwieriger wird. Allein darauf zu setzen, ist jedoch zu kurz gedacht. Vielmehr bedarf es einer Gesamtstrategie, bei der auch die Patienteninformation und -kommunikation in Papierform ein wichtiger Baustein ist. Praxen, die Wert auf Individualität legen und eine regionale Alleinstellung anstreben, sind gut beraten, nicht exakt die gleichen Standardmaterialien einzusetzen wie die meisten Kolleginnen und Kollegen. Dies zu perfektionieren ist ein Prozess, der sicherlich nicht von heute auf morgen abgeschlossen ist, der sich jedoch mittel- und langfristig auf jeden Fall lohnt. Agenturen, die sich auf den Bereich der Zahnmedizin spezialisiert haben und dieses Segment lange Jahre betreuen, haben weitreichende Erfahrungen auch im redaktionellen Bereich. So können sie umfassende und auf die jeweilige Praxis zugeschnittene Konzepte aus einer Hand anbieten und sind damit in der Lage nicht nur kompetent und individuell zu beraten, sondern auch zu entlasten und auf dem Weg zum dauerhaften Erfolg partnerschaftlich zu begleiten.

Kontakt

Dr. Manuela Stobbe
Geschäftsführerin AVVM Werbung & Marketing GmbH
Messingstraße 14 b
58239 Schwerte
Tel.: 02304 750064
info@avvm.de
www.avvm.de

Infos zur Autorin

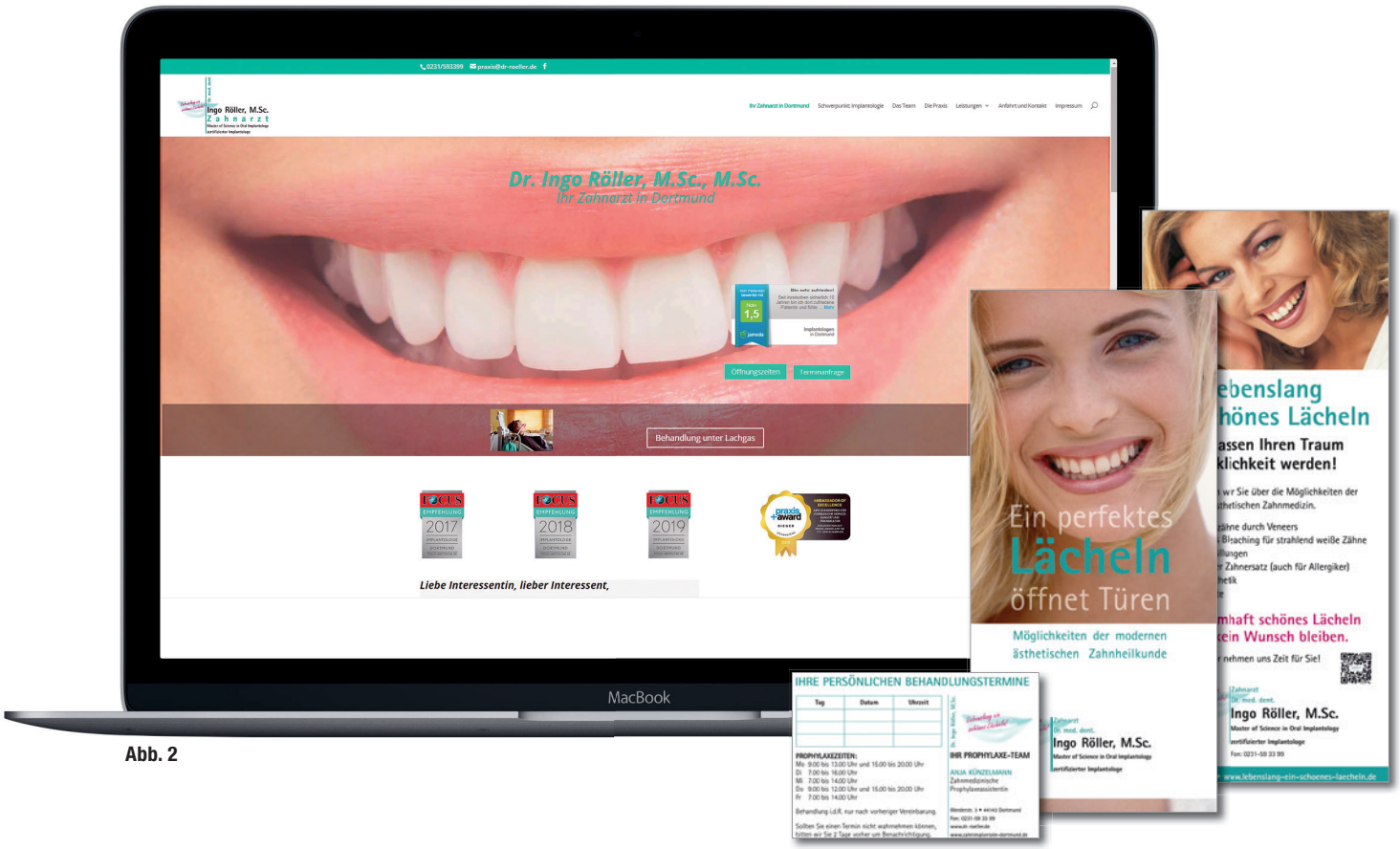

Abb. 2

Regel sehr allgemein gehalten, da sie für Praxen universell einsetzbar sein müssen. Entsprechend findet man die gleichen Flyer bei zahlreichen Mitbewerbern. Die einzige „Personalisierung" stellt der Praxisstempel dar, mit dem die Rückseite versehen werden kann. Dass dies wenig individuell und für die Reputation der Praxis kaum förderlich ist, dürfte unstrittig sein. Sehr viel effektiver sind hier Patienteninformationen, die eigens für die Praxis erstellt werden und damit sowohl grafisch als auch textlich die Corporate Identity (CI), also das „Gesicht" der Praxis, berücksichtigen. Hier kann dann auch auf Besonderheiten der Praxis Bezug genommen werden (z. B. eigenes Labor, Prophylaxeabteilung, Behandlung mit Lachgas, CEREC o. ä.; Abb. 1a und b).

Ob hier mit klassischen Flyern im DIN lang-Format gearbeitet wird, mit kleinen Broschuren oder mit sonstigen Formaten: Die Möglichkeiten sind vielfältig. Wichtig ist vor allem Individualität und die Einhaltung der CI der Praxis, übrigens nicht nur bei Patienteninformationen, sondern in allen Bereichen, in denen sich die Praxis nach außen darstellt – angefangen mit Praxisschild über Visitenkarten und Terminzettel bis hin zu Webseite, Anzeigen u. Ä. (Abb. 2).

Überblick über das Leistungsspektrum der Praxis

Neben thematischen Informationen ist immer auch ein Medium zu empfehlen, welches das gesamte Leistungsspektrum der Praxis abbildet. Aufgrund der deutlichen Lockerung des Werbeverbotes für Ärzte lassen sich solche Objekte beispielsweise bei Zuweisern oder in kooperierenden Praxen auslegen, aber auch bei Veranstaltungen oder sonstigen Events einsetzen. Praxisintern geben sie Bestandspatienten einen umfänglichen Überblick über das Kompetenzspektrum der Praxis. Wie bei den thematischen Informationen sind Umfang und Gestaltung auch hier keine Grenzen gesetzt. Entscheidend sind hier vor allem Wünsche und Budget der Praxis (Abb. 3a und b).

Praxiszeitung

Sicherlich ein Highlight im Bereich der Patientenkommunikation ist die praxiseigene Zeitung. Sie ist ein hervorragendes Instrument der Patientenbindung. Gut und ansprechend konzipiert und gestaltet, lassen sich hiermit erfahrungsgemäß Behandlungsbedarfe wecken. Um beim anfänglichen Bleaching-Beispiel zu bleiben: Bestandspatienten, die sich noch nie mit dem Gedanken einer Zahnaufhellung getragen haben, können über diesen Weg auf die Vorteile einer solchen Behandlung aufmerksam werden und die Leistungen im Nachgang aktiv in der Praxis erfragen. Zentral ist bei einem solchen Projekt eine regelmäßige Erscheinung – optimal zweimal jährlich – und ein ansprechender Mix aus gut aufbereiteten fachlichen Themen und Informationen aus der Praxis. Dies können Veranstaltungen, Fortbildungen und neue Geräte sein, durchaus aber auch die Vorstellung

KURSE 2019

Hygiene QM

· **Weiterbildung und Qualifizierung Hygienebeauftragte(r) für die Zahnarztpraxis**

24-Stunden-Kurs mit Sachkundenachweis für das gesamte Praxisteam **nach den neuen Vorgaben ab 2019** (inkl. praktischer Übungen)

Dieser Kurs wird unterstützt von: METASYS MEDIZINTECHNIK · W&H · OMNI · Hu-Friedy · DÜRR DENTAL

· **Ausbildung zur zertifizierten Qualitätsmanagement-Beauftragten (QMB)**

Online-Anmeldung/ Kursprogramm

www.praxisteam-kurse.de

Holbeinstraße 29 · 04229 Leipzig · Deutschland
Tel.: 0341 48474-308 · event@oemus-media.de

OEMUS MEDIA AG

© shutterstock.com/Maridav

SEMINAR A

Weiterbildung und Qualifizierung Hygienebeauftragte(r) für die Zahnarztpraxis

24-Stunden-Kurs mit Sachkundenachweis für das gesamte Praxisteam **nach den neuen Vorgaben ab 2019** (inkl. praktischer Übung)

NEU: E-Learning Tool

Die Inhalte richten sich nach den Richtlinien der DGSV und der RKI/BfArM/KRINKO.

Referentin: Iris Wälter-Bergob/Meschede

Seminarzeit: Freitag 10.00 – 18.00 Uhr
Samstag 09.00 – 18.00 Uhr

SEMINAR B

Ausbildung zur zertifizierten Qualitätsmanagement-Beauftragten (QMB)

Referent: Christoph Jäger/Stadthagen

Seminarzeit: 09.00 – 17.00 Uhr

Organisatorisches

SEMINAR A

Kursgebühr ZA (pro Kurs) inkl. Kursskript	305,– € zzgl. MwSt.
Kursgebühr ZAH (pro Kurs) inkl. Kursskript	260,– € zzgl. MwSt.
Teampreis	
ZA+ZAH (pro Kurs) inkl. Kursskript	515,– € zzgl. MwSt.
Tagungspauschale* (pro Kurs/Person)	118,– € zzgl. MwSt.

SEMINAR B

Kursgebühr (pro Kurs) inkl. Kursskript	135,– € zzgl. MwSt.
Tagungspauschale* (pro Kurs)	59,– € zzgl. MwSt.

* Die Tagungspauschale beinhaltet unter anderem Kaffeepausen, Tagungsgetränke, Imbissversorgung.
Das Skript erhalten Sie nach der Veranstaltung!

KURSE 2019
Hygiene, QM

Anmeldeformular per Fax an
+49 341 48474-290
oder per Post an

OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig
Deutschland

Für das Seminar A **(Weiterbildung und Qualifizierung Hygienebeauftragte[r])** oder das Seminar B **(Ausbildung zur QM-Beauftragten)** melde ich folgende Personen verbindlich an. Bitte beachten Sie, dass Sie pro Termin nur an einem Seminar teilnehmen können.

Titel | Vorname | Name

Persönliche E-Mail (Für E-Learning/Skript.)

Titel | Vorname | Name

Persönliche E-Mail (Für E-Learning/Skript.)

Termine 2019

	Seminar A		Seminar B	
Trier	12./13.04.2019	❑		
Konstanz	10./11.05.2019	❑		
Düsseldorf	17./18.05.2019	❑	18.05.2019	❑
Warnemünde	31.05./01.06.2019	❑	01.06.2019	❑
Leipzig	13./14.09.2019	❑	14.09.2019	❑
Hamburg/Konstanz*	20./21.09.2019	❑	*21.09.2019	❑
München	04./05.10.2019	❑	04.10.2019	❑
Wiesbaden	25./26.10.2019	❑	26.10.2019	❑
München/Essen*	08./09.11.2019	❑	*09.11.2019	❑
Baden-Baden	06./07.12.2019	❑	07.12.2019	❑

Online-Anmeldung unter: www.praxisteam-kurse.de

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Veranstaltungen (abrufbar unter www.oemus.com/agb-veranstaltungen) erkenne ich an.

Datum | Unterschrift

E-Mail (Bitte angeben! Sie erhalten Rechnung und Zertifikat per E-Mail.)

Stempel