

Wirtschaftsfaktor Mitarbeiterbegeisterung

In der Laserpraxis springt der Funke von Mensch zu Mensch

Es sind die Menschen, die den Erfolg einer Praxis ausmachen: angefangen vom Zahnarzt, dem Chef, über seine Mitarbeiter bis zum Patienten. An diesen Schnittstellen oder besser gesagt an allen Kontaktpunkten entscheidet sich, ob Patienten sich in der Praxis wohlfühlen, diese in angenehmer Erinnerung haben oder sie evtl. weiterempfehlen.

Ralf R. Strupat/Versmold

■ Nicht nur fachlich, sondern auch sozial geschulte Mitarbeiter denken nicht nur mit, sondern vor. Sie leben im gesamten Praxisteam den Geist einer Patienten-Begeisterungsstrategie und werden somit zum wichtigsten Wirtschaftsfaktor in der Laserpraxis.

Wenn Ihr Schiff in Aufbruch Richtung Erfolgsinsel ablegt, dann braucht es nicht nur einen Kapitän, sondern auch Offiziere, einen Steuermann, einen Maschinisten und viele Matrosen. Nur mit einer motivierten Mannschaft lassen sich Patienten mitreißen, denn Patientenbegeisterung beginnt mit Mitarbeiterbegeisterung. Es sind die Mitarbeiter, die im täglichen Kontakt zu den Patienten stehen und entweder deren Bedürfnisse erkennen und erfüllen oder nicht, die sich entweder für die Patienten engagieren oder nicht, die freundlich und aufmerksam sind oder nicht, und die den Patienten mit einem außergewöhnlichen Service überraschen oder nicht. Gerade im Bezug auf die Behandlung mit einem Laser in der Zahnmedizin ist diese vielfältige Form der Kommunikation das A und O.

Patientenbegeisterung in der Praxis

Natürlich ist es einfach, von seinen Mitarbeitern Patientenbegeisterung einzufordern. Mancher wird jetzt sagen: „Ja, aber in der Praxis mit dem täglich straffen Programm geht das nicht so einfach...“ Doch es geht! Immer ist es der Funke, der von Mensch zu Mensch überspringt. Und der braucht meistens nicht viel Zeit, sondern manchmal nur ein Lächeln. Kleine Gesten können hier unendlich viel bewirken. Diese „Software“ wirkt unmittelbar. Wenn dann noch die „Hardware“, also das fachliche Angebot der Praxis, alle Erwartungen erfüllt oder gar übertrifft, sind Sie auf dem besten Wege, Ihre Patienten zu begeistern. Lassen Sie Ihre Patienten den Geist Ihrer Praxis spüren. Dazu muss dieser Praxisgeist jedoch stets gegenwärtig sein. Fragen Sie sich immer wieder:

- Welcher Geist herrscht in unserer Praxis?
- Heben wir uns vom Wettbewerber ab?
- Sind wir angenehm auffallend anders als alle anderen?

Stets sollte man sich bewusst machen: Mensch-Erlebnis geht vor Material-Erlebnis. Was nützt die modernste Technik, die größte Praxis, das umfassendste Behandlungsspektrum – dies alles ist leicht kopierbar –, wenn

sich in der Praxis keiner um das menschliche Wohl der Patienten kümmert. Leben Sie und Ihre Mitarbeiter nach der Philosophie: Patientenbegeisterung ist keine KANN-Option, sondern eine MUSS-Regelung, denn sie ist für jede Praxis das Lebenselixier der Zukunft!

Kurz-Check

- Akzeptieren und definieren alle Mitarbeiter/-innen ihre Rolle (Aufgaben und Verantwortung) als Dienstleistungsprofis und verbessern sie kontinuierlich ihre Kommunikationsfertigkeiten?
- Ist das serviceorientierte Verhalten der Mitarbeiter für die Patienten spürbar? Wenn ja, wie?
- Sind die Patienten begeistert und äußern es aktiv?
- Wird von den Mitarbeitern aktives Empfehlungsmarketing betrieben?
- Herrscht ein gutes Teamklima, auch zwischen einzelnen Bereichen?
- Wird auf allen Hierarchie-Ebenen die Bedeutung „ein Rädchen im Ganzen zu sein“ deutlich und wird entsprechend gehandelt? Wenn ja, woran erkennt man es?
- Sind die „Momente der Wahrheit“, also immer dann, wenn Mitarbeiter auf Patienten treffen, erkannt und inszeniert (von der Ankunft bis zum Abschied)?
- Gibt es eine aktive Patientenbegeisterungsstrategie in schriftlicher Form mit einem Umsetzungsplan für mindestens ein Jahr?

Im Grunde stimmen dem alle Beteiligten theoretisch zu. Deshalb finden sich in Visionen und Leitbildern immer wieder Sätze wie „Unsere Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital“. Doch Begeisterung ist ein Kreislauf, der zwischen Vorgesetzten, Mitarbeitern und Patienten in Gang gesetzt wird. Motivierte Vorgesetzte, die ihre Mitarbeiter gut führen, bewirken Begeisterung, und motivierte Mitarbeiter begeistern wiederum die Patienten. Wird der Kreislauf an einer Stelle unterbrochen, so kann sie nie und nimmer beim Patienten entfacht werden.

Führen von Mitarbeitern mit den sieben K's

Vorgesetzte sind Vorbild und Identifikationsfigur. Mit ihrem Anspruch auf Patientenbegeisterung werden sie

Die sieben K's zur Mitarbeiterführung

- Kommunikation
- Konsequenz
- Konzentration
- Kontrolle
- Kreativität
- Kultur
- Klarheit

nur ernst genommen und akzeptiert, wenn sie das geforderte patientenorientierte Verhalten auch selbst vorleben. Je konsequenter und langfristiger dies geschieht, desto dauerhafter wird es von den Mitarbeitern übernommen. Charismatische Führungspersönlichkeiten schaffen es, dass Mitarbeiter ihre Ziele, Visionen oder Ideale akzeptieren und ihnen folgen. Ein wichtiger Aspekt ist dabei die Einstellung des Vorgesetzten, die die Stimmung in der Praxis maßgeblich mitprägt. Wenn der Chef mit einem griesgrämigen Gesicht durch die Praxis läuft oder seine schlechte Laune an die Mitarbeiter weitergibt, so wird sich dies ganz schnell in der allgemeinen Stimmung niederschlagen. Eine Minute schlechte Laune bedeutet 60 Sekunden verschenkte Freude! Auf eine einfache Formel gebracht, könnte man das optimale Führungsverhalten mit den sieben K's beschreiben:

Kommunikation

Zur Kommunikation gehört es, regelmäßig den Kontakt zu den Mitarbeitern zu halten und sie spüren zu lassen, dass man als Chef gern mit ihnen zusammenarbeitet. Einer guten Leistung sollte uneingeschränkt Anerkennung und Respekt gezollt werden. Das rechte Wort zur rechten Zeit macht komplizierte Anordnungen häufig überflüssig. Auch in schwierigen Situationen hilft gesunder Optimismus, der das Team aufmuntert und bei der Stange hält. Wenn der Chef den Mitarbeitern den Rücken stärkt, hat die Angst vor Versagen keine Chance.

Konsequenz

Konsequenz im Handeln ist ebenso wichtig. Wer heute so und morgen anders verfährt, wer in ähnlichen Situationen ganz unterschiedlich reagiert oder von den Mitarbeitern unterschiedliches Verhalten verlangt, wird in ihren Augen unberechenbar. Jedes Team schätzt Konsequenz und fühlt sich bei Inkonsequenz unsicher im Verhalten. Wer als Vorgesetzter einmal festgelegte Spielregeln nicht einhält, wird leicht unglaubwürdig.

Konzentration

Bei der Konzentration geht es darum, sich auf eine klare Zielgruppe und ein klares Leistungsangebot zu fokussieren, anstatt allen alles oder vielen vieles bieten zu wollen. Die Konzentration z. B. auf Laserbehandlungen schärft nach außen in der Wahrnehmung der Patienten das Praxisprofil. Sie werden schneller und leichter als Experte wahrgenommen.

Kontrolle

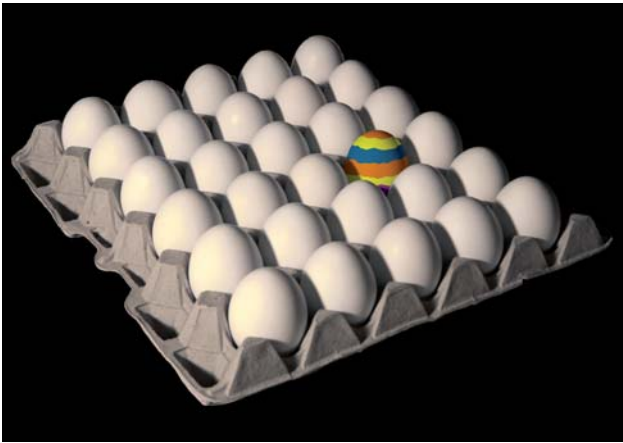
Kontrolle hat mehrere Aspekte. Das Wort ruft heute vielfach negative Assoziationen hervor, obwohl es nicht so gemeint ist. Sie ist zum einen das Gegenteil



Vergrößerung und Laserschutz in einem

- Laserfilter in den Okularen und Trägergläsern!
- Klare Sicht durch die Okulare!
- Individuelle Sehstärke kann im Okular berücksichtigt werden!
- Für viele in Europa gängige Lasersysteme!

Sigma Dental – damit Sie immer alles im Blick haben!



Das bunte Ei – besondere Akzente setzen und Kreativität beweisen, um dem Patienten im Gedächtnis zu bleiben.

von Gleichgültigkeit: Anstatt die Leistungen der Mitarbeiter gar nicht zur Kenntnis zu nehmen, gilt es, sie regelmäßig zu prüfen und ihnen ein Feedback zu geben. Nur auf diese Weise sind eine Weiterentwicklung und auch die gezielte Auswahl sinnvoller Fortbildungsmaßnahmen möglich. Ein Übermaß an Kontrolle lähmt jedoch jeden Arbeitseifer und jede Motivation. „Konsequent einfach“ anstatt „Kontrolliert schwierig“ heißt darum die Devise.

Kreativität

Kreativität ist ein weiterer wichtiger Aspekt: Um ein buntes Ei zu werden, bedarf es des Mutigen, auch einmal „um die Ecke“ zu denken, Außergewöhnliches auszuprobieren und Ungewöhnliches zu tun, und zwar angstfrei und experimentierfreudig.

Kultur

Die Kultur der Laserpraxis als tragender Pfeiler für die Motivation der Mitarbeiter wurde bereits vorgestellt. Dazu gehören auch viele Kleinigkeiten und einfache Dinge, wie das Halten des Blickkontaktes zum Patienten im Gespräch, Verlässlichkeit und das Einhalten von Versprechen.

Klarheit

Klarheit entsteht für die Mitarbeiter dann, wenn für sie ersichtlich ist, dass die Kultur ohne Wenn und Aber im gesamten Praxisteam konsequent gelebt wird.

Individualität der Mitarbeiter fördern – Botschafter für Patientenbegeisterung gewinnen

So unterschiedlich wie Patienten und deren Bedürfnisse sind auch Mitarbeiter – individuelle Charaktere mit Schwächen und Stärken. Jeder Einzelne ist in irgendeiner Form anders als alle anderen. Diese Verschiedenartigkeit, in der richtigen Mischung eingesetzt, macht aus der tristen Zehnerpackung ein Nest voll bunter Eier, ein unverwechselbares Team. Meist haben persönliche Eigenschaften und Vorlieben ja

schon einen gewissen Einfluss auf den ausgeübten Beruf genommen. Auch innerhalb einer Praxis gibt es Aufgaben, die ein Mitarbeiter besser, ein anderer weniger gut erfüllt. Der eine ist stark im Organisieren, der andere schafft es spielend, sein Gegenüber aus der Reserve zu locken, wieder andere sprudeln nur so von neuen Ideen oder sind streng kalkulierende Ordnungsfans.

Zahnärzte haben als Chef die Möglichkeit und auch die Pflicht, mit Einfühlungsvermögen besondere Fähigkeiten und Eigenschaften der Mitarbeiter zu erkennen und zu fördern. Der Dienstleistungsqualität einer Praxis kommt der richtige Mitarbeiter am richtigen Platz jeden Tag zugute. Patienten spüren es, wenn Menschen mit Spaß bei der Sache sind, wenn sie das, was sie tun, gerne und deshalb auch besonders gut machen.

Mr. & Mrs. 100 Prozent

Mitarbeiter in Patienten-Kontakt-Situationen sollten zu hundert Prozent präsent sein. Die rein physikalische Anwesenheit genügt nicht. Auch die volle Aufmerksamkeit ist vonnöten. Eine Mitarbeiterin am Empfang, die sich nebenbei mit der Kollegin austauscht, Telefonate oder Anweisungen vom Chef entgegennimmt, kann das nicht von sich behaupten. Der Patient hat das Gefühl, nur mal nebenbei bedient zu werden, nicht wichtig zu sein und wird vielleicht nur aus diesem Grund nicht wiederkommen. Nur mit 100 Prozent Präsenz beim Patienten gibt es den vollen Erfolg.

Es ist also für alle im Praxisteam wichtig, jeden Morgen von Neuem die eigene Einstellung zu wählen: Wie will ich diesen Tag erleben? Mit Freude und Spaß – oder missmutig und gelangweilt? Man kann immer aus zwei verschiedenen Richtungen an einen neuen Tag herangehen, von der Sorge oder von der Begeisterung her – wir haben die Wahl. Wählt man die Begeisterung, dann ist man erfüllt von ihr.

Fazit

Aufmerksame Mitarbeiter können ganz „nebenbei“ Mosaiksteinchen für Mosaiksteinchen in die Beziehung Patient/Praxis einfügen und diese möglichst lebendig und bunt gestalten. Begeisterte Mitarbeiter wirken ansteckend, Patienten sind begeistert und die Wirtschaftlichkeit der Laserpraxis ist nachhaltig gesichert. ■

■ KONTAKT

Ralf R. Strupat

STRUPAT.KundenBegeisterung!

Kreuzstraße 9

33775 Versmold

Tel.: 0 54 23/4 74 27-0

E-Mail: mit@begeisterung.de

Web: www.begeisterung.de

LASER START UP 2010



29./30. Oktober 2010 in Berlin, Hotel Palace Berlin



Programminformationen in der E-Paper-Version des Laser Journals unter: www.zwp-online.info/publikationen



Die Veranstaltung entspricht den Leitsätzen und Empfehlungen der KZBV vom 23.09.05 einschließlich der Punktebewertungsempfehlung des Beirates Fortbildung der BZÄK vom 14.09.05 und der DGZMK vom 24.10.05, gültig ab 01.01.06. Bis zu 13 Fortbildungspunkte.

THEMEN

Grundgedanke zum Einsatz des Lasers in der Zahnarztpraxis – Allgemeine Bestandsaufnahme aus wissenschaftlicher und praktischer Sicht | Laser – Physikalischer Wirkmechanismus – Klinische Relevanz und allgemeine Grundlagen | Laseranwendung in der Chirurgie | Laseranwendung in der Implantologie | Laseranwendung in der Endodontie | Laseranwendung in der Parodontologie | Das Einsatzspektrum des Er:YAG-Lasers | Das Einsatzspektrum des CO₂-Lasers | Das Einsatzspektrum des Diodenlasers | Das Einsatzspektrum des Er,Cr:YSGG-Lasers | Das Einsatzspektrum des Nd:YAG-Lasers | Der Lasereinsatz in der Zahnarztpraxis – tägliche Anwendung unter wirtschaftlich/therapeutischen Aspekten | Grenzfälle und Risiken beim Lasereinsatz und extraorale Anwendung des Lasers | Podiumsdiskussion – Lasertypen und Wellenlängen: Wie finde ich den richtigen Laser? | Soft Tissue Management in Perfektion | Die perfekte Wellenlänge für die perfekte Indikation – Welche Wellenlänge macht für mich Sinn? Welche Kombinationen brauche ich zum Erfolg? | Revolutionäre Lasertechnologie: Der Erbium-Laser im Handstück – Theoretische Grundlagen, klinische Fälle, praktische Demonstrationen, Wirtschaftlichkeitsberechnung, eigene Übungen (Hands-on), Erfahrungsaustausch mit Anwendern

REFERENTEN

Prof. Dr. Herbert Deppe/München | Prof. Dr. Matthias Frentzen/Bonn | Prof. Dr. Norbert Gutknecht/Aachen | Prof. Dr. Anton Sculean/Bern (CH) | Dr. Georg Bach/Freiburg im Breisgau | Dr. Ralf Borchers, M.Sc./Bünde | Dr. Frank Wolfgang Förster/Berlin | Dr. Stefan Grümer, M.Sc./Mülheim an der Ruhr | Dr. Detlef Klotz/Duisburg | Dr. Thorsten Kuypers/Köln | Dr. Jörg Meister/Aachen | Dr. Avi Reyhanian/Tel Aviv (IL) | Dr. Gerhard Will/Lünen | Thorsten Wegner/Garbsen

WORKSHOPS (Staffel 1 und Staffel 2) FOLGENDER FIRMEN

①



②



③



Nähere Informationen zum Programm finden Sie unter www.startup-laser.de

ORGANISATORISCHES

Hotel Palace Berlin

Budapester Straße 45, 10787 Berlin
Tel.: 0 30/25 02-0, Fax: 0 30/25 02-11 99, www.palace.de

Zimmerpreise

EZ* 159,- € exkl. Frühstück
DZ* 169,- € exkl. Frühstück Frühstück: 29,- € pro Person

*Standard-Kategorie/Aufpreis höhere Kategorie 10,- € pro Nacht

Hinweis: Informieren Sie sich vor Zimmerbuchung bitte über eventuelle Sondertarife. Es kann durchaus sein, dass über Internet oder Reisebüros günstigere Konditionen erreichbar sind.

Zimmerbuchungen direkt im Veranstaltungshotel

Stichwort: OEMUS Media
Abrufkontingent: bis 29. September 2010
Reservierung: Tel.: 0 30/25 02-11 90 oder Fax: 0 30/25 02-11 99

Zimmerbuchungen in unterschiedlichen Kategorien

PRS HOTEL RESERVATION
PRs Hotel Reservation
Tel.: 02 11/51 36 90-61, Fax: 02 11/51 36 90-62
info@prime-con.eu oder online www.prim-con.eu

Kongressgebühren

Zahnarzt 120,- € zzgl. MwSt.
Helferin/Zahntechniker/Assistenten (mit Nachweis) 65,- € zzgl. MwSt.
Studenten mit Nachweis 30,- € zzgl. MwSt.

Teampreise

ZA, ZT oder ZAH 150,- € zzgl. MwSt.
ZA, ZT, ZAH 175,- € zzgl. MwSt.

Tagungspauschale

79,- € zzgl. MwSt.
Die Tagungspauschale ist für jeden Teilnehmer verbindlich zu entrichten (umfasst Kaffeepausen, Tagungsgetränke und Mittagessen).

Veranstalter/Anmeldung

OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig
Tel.: 03 41/4 84 74-3 08
Fax: 03 41/4 84 74-3 90
event@oemus-media.de
www.oemus.com, www.startup-laser.de

Anmeldeformular per Fax an
03 41/4 84 74-3 90
oder per Post an

OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig

Für das **LASER START UP 2010** am 29./30. Oktober 2010 melde ich folgende Personen verbindlich an:

Name/Vorname/Tätigkeit

Workshops:

1. Staffel _____

2. Staffel _____

(bitte Nr. eintragen)

Praxisstempel/Laborstempel

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der OEMUS MEDIA AG erkenne ich an.

Datum/Unterschrift

E-Mail

