

Wer kommuniziert, bleibt im Gespräch

Ein Beitrag von Kirsten Gregus

PRAXISMARKETING /// Kommunikation in der Corona-Zeit ist eine Herausforderung. Komplett auf Papier verzichten und ausschließlich auf digitale Kommunikation setzen, kann nicht das Ziel sein. Eine sinnvolle Kombination ist der Königsweg, um alle Patienten zu erreichen.

Unser Kommunikationsverhalten hat sich – auch durch Corona – stark verändert. Durch das Tragen von Alltagsmasken fällt die Mimik weg, die eine Aussage oft nonverbal positiv unterstützt. Wir kommunizieren durch Plexiglasscheiben und spüren dadurch eine Distanz zum Gegenüber. Umarmungen und Händedruck finden nur noch im engsten Familienkreis statt.

Gerade in Zahnarztpraxen beruhigt ein freundliches Lächeln oder ein herzlicher Händedruck so manchen Angstpatienten, und das Blättern in Magazinen im Wartezimmer stellt eine kleine Auszeit im

sonst oft hektischen Alltag dar. Deshalb ist es wichtig, trotz aller Widrigkeiten und Hygieneregeln eine Nähe zum Patienten herzustellen und Vertrauen aufrechtzuerhalten. Die Lösung ist eine sinnvolle Kombination verschiedener Kommunikationswege.

Emotionalisierte Ansprache

Nahezu alle Bereiche haben die Corona-Zeit dazu genutzt, digital aufzurüsten. Durch Kreativität, Offenheit und Flexibilität ist es oft gelungen, die Krise gut zu meistern. Videokonferenzen und Online-

schulungen sind mittlerweile Standard und häufig nicht mehr aus unserem Alltag wegzudenken.

Auch Zahnärzte haben Möglichkeiten, digital zu kommunizieren und so ihre Patienten gut zu betreuen. Eine vertrauensbildende Onlinepräsenz durch die eigene Homepage, ein gut gepflegtes Google My Business-Profil und Aktivitäten in sozialen Medien zeichnet sich etwa durch die emotionalisierte, persönliche Ansprache aus. Jedoch sollten Praxisteams die Kommunikation innerhalb der Praxisräume nicht vernachlässigen.

Was auf den ersten Blick schwierig erscheint, ist relativ einfach umzusetzen. Magazine und Infobroschüren, die bisher in Papierform im Wartezimmer durch mehrere Hände gingen, können Praxen mithilfe von goDentis digital anbieten. Partnerzahnärzte des Qualitätspartners haben etwa Zugriff auf alle goDentis-Medien in digitaler Form. Seien es das beliebte Praxismagazin *Mundraum*, die Magazine für Kinder, Frauen und Fitnessbegeisterte oder die Broschüren zu Bleaching, Diabetes oder Parodontitis.

Digitales Wartezimmer

Andererseits können Zahnärzte durch das Weiterleiten eines Films zur Prophylaxe oder zu den Vorteilen einer Zahnzusatzversicherung von gut informierten Patienten profitieren. Auch das Wartezimmerfernsehen ist eine gute



„Trotz des Verzichts auf Informationsmaterialien aus Papier gibt es dennoch Kommunikationsformen, die auch während einer Pandemie in Papierform sinnvoll sind.“

So sind etwa Recall-Postkarten eine gute haptische Alternative zu E-Mails. Sie erreichen den Empfänger kontaktlos ...

Möglichkeit, Patienten anzusprechen. Bei der aktuellen Wartezimmer-TV-Präsentation von goDentis sorgen etwa beruhigende Bilder bei unruhigen Wartenden für Entspannung. Außerdem werden Patienten darüber aufgeklärt, welche Vorteile Sie davon haben, sich in einer goDentis-Praxis behandeln zu lassen. Die Präsentationsvorlage gibt Praxisteams außerdem die Möglichkeit, eigene Leistungen hervorzuheben, das Team vorzustellen oder auf die Vorteile einer Zahnzusatzversicherung hinzuweisen. Fragen zum Gesehenen können Patienten im persönlichen Gespräch klären.

Praxisteams können die Wartezimmerpräsentation außerdem dazu nutzen, Wartende für neue Themen zu sensibilisieren. Das können Infos zu Diabetes-Sprechstunden oder Bleaching-Beratung sein.

„Wer digitale Kommunikation in Onlinemedien und in den Praxisräumen sinnvoll einsetzt, kann Praxispersonal entlasten und profitiert gleichzeitig von gut informierten Patienten“, sagt goDentis-Marketingleiterin Katrin Schütterle. Gerade für jüngere Menschen ist die digitale Kommunikation interessant und wichtig.

Kommunikationswege sinnvoll kombinieren

„Trotz des Verzichts auf Infomaterialien aus Papier gibt es dennoch Kommunikationsformen, die auch während einer Pandemie in Papierform sinnvoll sind“, sagt Schütterle. So sind etwa Recall-Postkarten eine gute haptische Alternative zu E-Mails. Sie erreichen den Empfänger kontaktlos. „Durch die durchweg farbenfrohe und positive Gestaltung sind die Recall-Postkarten ein beliebter Dauerbrenner im Shop für unsere Partnerzahnärzte“, sagt Schütterle weiter. Dasselbe gelte für die Praxisposter, die goDentis ihren Partnern kostenfrei zur Verfügung stellt. Um sich einen Überblick über die Angebote zu verschaffen, lohnt ein Blick auf www.godentis-markt.de

Interessierte, die sich über weitere Vorteile der goDentis-Partnerschaft informieren möchten, finden unter www.godentis.de/jetztinformieren Infos und Ansprechpartner.

INFORMATION ///

goDentis
Gesellschaft für Innovation
in der Zahnheilkunde mbH
Aachener Straße 300
50933 Köln
Tel.: 0221 578-4492
www.godentis.de

Kirsten Gregus
Infos zur Autorin



Itis-Protect®

Zum Diätmanagement
bei Parodontitis

*„Mit Itis-Protect können
Entzündungen des
Zahnhalteapparates effektiv
bekämpft werden.“*

Wiebke Volkmann,
Geschäftsführerin hypo-A GmbH

Studien-
geprüft!



**Itis-Protect® wirkt –
bei beginnender und
chronischer Parodontitis
60 % entzündungsfrei in 4 Monaten**

- ✓ unterstützt ein gesundes Mikrobiom
- ✓ trägt zur Regeneration von Gewebe bei
- ✓ reduziert Parodontitis-bedingten Zahnverlust
- ✓ stabilisiert das Immunsystem

Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke (bilanzierte Diät).
Nicht zur Verwendung als einzige Nahrungsquelle geeignet. Nur unter ärztlicher Aufsicht verwenden.

IT-ZWP 2020



Mehr Informationen erhalten Sie unter itis-protect.de
auf hypo-a.de/infos oder per Fax +49 (0)451 30 4179

Praxisstempel