

KN PRAXISMANAGEMENT

Datenschutz in der kieferorthopädischen Praxis

Ein Beitrag von Michael Daletzki, Sachverständiger IT-Technologien für den medizinischen Bereich.

Teil 2: Die IT als Marketing in der Praxis

Jeder Praxisinhaber hat in seinem täglichen Handeln sehr viele Aufgaben zu erledigen. So prägen der sichere Umgang mit den Patienten und eine erfolgreiche Behandlung den Praxisalltag des Kieferorthopäden. Jeder Praxisinhaber ist aber auch Unternehmer und Firmenchef, und das mit allen Aufgaben, die dieses Business so mit sich bringt. So fordern die Bereiche Marketing, Vertrieb, Einkauf, Buchhaltung sowie Mitarbeiterführung den Kieferorthopäden ebenso, wie die Behandlung seiner Patienten.

Nicht nur Neugründer, sondern auch bereits bestehende Praxen sind stets bestrebt, neue Kunden für sich zu begeistern, um erfolgreich am Markt zu bestehen. Ich greife in diesem Zusammenhang einmal den Bereich „IT als Marketingwerkzeug“ heraus und möchte im Folgenden beschreiben, wie eine gute IT-Struktur Ihnen dabei helfen kann, diese als Marketingwerkzeug zu nutzen. Sehen wir einmal die Praxis mit den Augen des Patienten und dessen Erziehungsberechtigten.



Die KFO-Praxis – der erster Eindruck

Meine Tochter ist 13 Jahre alt, somit liege ich als Elternteil im Alter von ca. 40 Jahren. Wir sind eine durchschnittliche Familie. Meine Tochter besitzt ein Smartphone und ich selbst kann, aufgrund meiner beruflichen Tätigkeit, mit dem PC umgehen und nutze regelmäßig das Internet. Nach einem Zahnarztbesuch erhielt ich für meine Tochter eine

Überweisung zum Kieferorthopäden. Aufgrund einer Empfehlung von Freunden habe ich in diesem Zusammenhang den Namen einer kieferorthopädischen Praxis bekommen. Also ran an das Internet und erst einmal recherchiert, mit wem wir es hier zu tun haben werden. Ich bin positiv überrascht, da der Internetauftritt der Praxis sehr viele Informationen hergibt. Das gesamte Team wird vorgestellt und ich kann mich über diverse Behandlungsmethoden informieren. Adresse und Telefonnummern sind zudem sofort für mich sicht- und greifbar. Plötzlich sehe ich die Möglichkeit, eine Bildergalerie oder einen virtuellen Praxisrundgang anzuklicken. Nachdem ich mich eingehend über die Praxis informiert habe, steht der Entschluss fest. Wir machen einen Termin und rufen dort an. Dabei bemerken wir auf der Internetseite die Möglichkeit, einen Online-Termin zu vereinbaren. Okay, wir trauen uns und wählen die Funktion an. Nachdem ich auf der Internetseite meine persönlichen Daten hinterlegt habe, bekomme ich über einen Kalender auf dem Bildschirm die Möglichkeit, einen bestimmten Termin zu buchen. Anschließend können wir online gleich den Anamnesebogen auszufüllen. Eine großartige Funktion, bietet sie doch die Möglichkeit, alles in Ruhe von zu Hause aus durchzuführen, sodass der lästige Schreibkram in der Praxis entfällt. Hhm, ob das denn nun auch wirklich klappt, überlege ich. Nach einigen Sekunden meldet sich mein Smartphone mit einer E-Mail, in der mein Termin bestätigt wird. Mit einem Klick habe ich den Termin in meinem eigenen Terminkalender gespeichert. Jetzt

kann nichts mehr schiefgehen, der Termin steht. Meine Tochter meint: „Toller Service, ich habe schon jetzt ein gutes Gefühl.“

Als wir nun zu unserem ersten Besuch in die Praxis fahren, haben wir uns schon vorher über die Parkmöglichkeiten bzw. Erreichbarkeit mittels öffentlicher Verkehrsmitteln über die Praxis-Internetseite informiert. Beim Betreten der Praxis bekomme ich nun meinen ersten persönlichen Eindruck von der Praxis, die ich ja schon von der Internetseite her kenne.

An der Anmeldung gebe ich meine eGK ab und melde mich an. Meine Tochter macht mich sofort auf die wirklich hübschen Computer am Empfang aufmerksam. Ich selbst bemerke sofort, dass es keinen „Kabalsalat“ gibt, wie bei uns zu Hause oder in vielen anderen Praxen, die ich kenne. Die Mitarbeiterin am Empfang trägt ein Headset und ist in der

gung steht. Da ja meine Tochter ihr Smartphone schon in der Hand hat, mache ich sie darauf aufmerksam. Sie sagt mir sofort: „Ich weiß, benutze ich doch schon ... Toll hier.“

Beim Blick auf das Smartphone meiner Tochter fällt mir auf, dass das Logo der Praxis auf ihrem Handy erscheint und sie lediglich einen Namen und Code eingegeben hat, um Internetzugriff zu erhalten. Ich selbst schaue auf einen großen Bildschirm im Wartezimmer und informiere mich über mögliche Behandlungsmethoden, die ja vielleicht auf mein Kind zukommen könnten. Nach einer „gefühlten Wartezeit“ von null Minuten werden wir in ein Behandlungszimmer gebeten. Ich muss zugeben, der erste Eindruck ist wirklich gelungen.

Im weiteren Verlauf steht das Beratungsgespräch mit dem Kieferorthopäden an. Wir werden in einem Gespräch darüber infor-

Während der vielen Behandlungstermine in der Praxis wurde immer mit modernen Mitteln über den Behandlungsverlauf informiert. Sogar Hygieneprobleme wurden anschaulich mit Bildern und Videoclips am Behandlungsstuhl erklärt. Wie? Natürlich auf modernste Art und Weise – mithilfe eines iPads.

Lage zu telefonieren, ohne einen Telefonhörer mit einem verdrehten und verknoteten Kabel in die Hand zu nehmen. Respekt ...!!! Unseren Anamnesebogen haben wir ausgedruckt und mitgebracht. Das war gar nicht erforderlich, da der Bogen bereits beim Ausfüllen online über eine verschlüsselte Internetverbindung übertragen wurde.

Wir nehmen im Wartezimmer Platz und werden darauf aufmerksam, dass ein kostenfreies WLAN für Patienten zur Verfü-

miert, welche Möglichkeiten bestehen, um die Zahnfehlstellungen meiner Tochter in den Griff zu bekommen. Der behandelnde Arzt hat ein Tablet-PC in der Hand und alles, was er uns erklärt, wird vom iPad ohne Kabel auf den großen Bildschirm übertragen. Die Augen meiner Tochter leuchten.

Wir werden durch Fotos und Filmsequenzen sowie diverse kleine Helfer (Typodonten) umfassend beraten. Dass plötzlich das Röntgenbild von meiner Tochter auf dem Bildschirm zu sehen war, hat mich sehr beeindruckt. Meine Tochter nahm das iPad in die Hand und hat sich das Röntgenbild in der Vergrößerung selbst angeschaut und Fragen gestellt. Aufgrund der tollen Beratung und faszin-

© Maxim Tupikov



© StockLite



nierenden Darstellung der unterschiedlichen Behandlungsmöglichkeiten haben wir uns gemeinsam mit dem Kieferorthopäden für einen Behandlungsweg entschieden. Das war alles schon sehr professionell. Das gute Gefühl, in den richtigen Händen zu sein, wurde nochmals gestärkt.

Während der vielen Behandlungstermine in der Praxis wurde immer mit modernen Mitteln über den Behandlungsverlauf informiert. Sogar Hygieneprobleme wurden anschaulich mit Bildern und Videoclips am Behandlungsstuhl erklärt. Wie? Natürlich auf modernste Art und Weise – mithilfe eines iPads.

Mir fiel bei einem Besuch auf, dass in jedem Raum immer leichte Hintergrundmusik vorhanden war. Unaufdringlich mit einem warmen runden Klang und der richtigen Musikauswahl. Kein nervendes „Kratzen“ aus Lautsprechern. Wir empfanden das als sehr angenehm. Zum Abschluss

Bei allen technischen Möglichkeiten ist es unbedingt erforderlich, dass eigene Personal in die Lage zu versetzen, mit der Technologie umzugehen. Schulung ist hier angesagt, und zwar nicht nur im medizinischen Sinne, sondern auch im IT-Bereich.

der Behandlung haben wir einen Bewertungsbogen per E-Mail zugestellt bekommen. Diesen haben wir ausgefüllt und waren rundum zufrieden.

Unser persönliches Fazit lautet daher:

- tolle Informationen aus dem Internetauftritt über die Praxis
- meinen ersten Termin konnte ich online buchen
- erster Eindruck in der Praxis war sehr freundlich
- die gefühlte Wartezeit war mehr als gering

- tolle Beratung mit Hilfsmitteln, die begeistern
- Folgetermine wurden immer auch per E-Mail und SMS zugestellt

Meine Tochter hat sogar in der Schule ihren Freunden davon erzählt, wie toll die Praxis ist. Weiterempfehlen – immer wieder gern.

Online-Termine, E-Mail-Benachrichtigung etc. – geht das auch in meiner Praxis?

Für einen Praxisinhaber stellt sich nun sicherlich die Frage: Was ist zu tun, um die im Patientenbericht beschriebenen IT-Funktionen in der eigenen Praxis so bereitzustellen? Vielfach ist die Basis in vielen Praxen schon vorhanden, wird jedoch nicht wirklich so ausgereizt wie es sein könnte.

Schauen wir uns die einzelnen Funktionen einmal genauer an. Eine Internetseite, die einen professionellen Eindruck hinterlassen soll, wird sicher nicht über eine „Do-it-yourself“-Funktion aufgesetzt. Hier sind Profis gefragt, die sich darauf spezialisiert haben. IT-Systemhäuser und Internetagenturen sind dabei die erste Wahl. Funktionen wie Online-Termine, E-Mail-Benachrichtigungen an den Patienten und der Online-Anamnesebogen sind heute schon über Dienstleister buchbar. Diese Systeme sind mit wenig Aufwand in bestehende Internetauftritte einer Praxis integrierbar. Es gibt wenige Systeme, die diese Funktionen wirklich beherrschen. Sie haben aber tolle Funktionen, die wirklich helfen, neue Patienten zu gewinnen. Das Internet für alle Patienten im Wartezimmer muss sicherheitstechnisch von der restlichen IT-Welt in der Praxis getrennt werden. Die Geräte müssen für den medizinischen Bereich zugelassen sein. Es gibt hier wenige Systeme am Markt, die diese Anforderungen erfüllen. Eine geschickte Integration von Apple-Geräten in die Windows-Welt ist heute ohne Weiteres möglich.

Also steht dem ersten Eindruck in Ihrer Praxis nichts mehr im Weg, egal welche Abrechnungssoftware Sie einsetzen.

Das Schöne ist, dass der Praxisinhaber nicht unendlich viel Geld in die Hand nehmen muss, um mit diesen Funktionen sein Praxismarketing auszustatten. Doch wer koordiniert und installiert all diese tollen Funktionen in Ihrer Praxis? Der Praxisinhaber? Das Depot? Der Nachbar oder Neffe, der immer nur nach Feierabend etwas machen kann? Gefragt sind hier IT-Profis, die nicht nur die IT beherrschen, sondern die viel mehr davon verstehen, wie die Besonderheiten im medizinischen Bereich gelagert sind. Man könnte also solche Menschen als „IT-Praxisberater“ bezeichnen, die auch bereit sind, die gesamte Verantwortung für solche, dann doch insgesamt komplexen Systeme zu übernehmen. Neugründer einer Praxis werden diese Funktionen sicher installieren lassen. Bestehende Praxen müssen sich dieser Herausforderung stellen.

Bei allen technischen Möglichkeiten ist es unbedingt erforderlich, das eigene Personal in die Lage zu versetzen, mit der Technologie umzugehen. Schulung ist hier angesagt, und zwar nicht nur im medizinischen Sinne, sondern auch im IT-Bereich.

Ihre Kunden buchen schon heute ihren Urlaub über das Internet, machen Internetbanking, kaufen Dinge des alltäglichen Lebens über das Internet ein. Die Zeit ist reif, das Praxismarketing mit modernen Technologien zu versehen. Selbst wenn Sie pro Monat nur ein bis zwei Patienten zusätzlich in Ihre Praxis bekommen, sollte dies eine Investition sein, die sich sehr schnell amortisiert. Genaue Produktinformationen können gern beim Autor erfragt werden. **KN**

Freuen Sie sich auf den 3. Teil „3-D in der Praxis. Wohin geht die Reise?“ und besuchen Sie unsere „Lippischen Fortbildungstage 2014“ in Bad Driburg. Infos hierzu finden Sie unter: www.lippische-fortbildungstage.de

KN Kurzvita



Michael Daletzki
[Autoreninfo]



KN Adresse

Michael Daletzki
medianetX GmbH
Spreckenburgstraße 10
32760 Detmold
Tel.: 05231 3080500
Fax: 05231 3080505
m.daletzki@medianetx.de
www.medianetx.de

ANZEIGE



NACHRICHTEN

STATT NUR ZEITUNG LESEN!




Fax an 0341 48474-290

Bestellung auch online möglich unter: www.oemus.com/abo

www.kn-aktuell.de

KN Die Zeitung von Kieferorthopäden für Kieferorthopäden

■ Ja, ich abonniere die **KN Kieferorthopädie Nachrichten** für 1 Jahr zum Vorteilspreis von € 75,- (inkl. gesetzl. MwSt. und Versand). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums schriftlich gekündigt wird (Poststempel genügt).

Datum Unterschrift

Widerrufsbelehrung: Den Auftrag kann ich ohne Begründung innerhalb von 14 Tagen ab Bestellung bei der OEMUS MEDIA AG, Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig schriftlich widerrufen. Rechtzeitige Absendung genügt.

Datum Unterschrift

Name

Vorname

Straße

PLZ/Ort

Telefon

Fax

E-Mail

OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig
Tel.: 0341 48474-0, Fax: 0341 48474-290
E-Mail: grasse@oemus-media.de

KN 12/13

Erfolg im Dialog

dental
bauer



Vertrauen Visionen Wachstum
Ziele Innovation Stabilität



Das unverwechselbare Dentaldepot

dental bauer steht für eine moderne Firmengruppe traditionellen Ursprungs im Dentalfachhandel. Das inhabergeführte Unternehmen zählt mit einem kontinuierlichen Expansionskurs zu den Marktführern in Deutschland, Österreich und den Niederlanden und beschäftigt derzeit rund 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Unternehmensgruppe ist an über 30 Standorten innerhalb dieser Länder vertreten. Der Hauptsitz der Muttergesellschaft ist Tübingen.

Unser Kundenstamm:

- Zahnkliniken
- Praxen für Zahnmedizin
- Praxen für Kieferorthopädie
- Praxen für Mund-/Kiefer- und Gesichtschirurgie
- Zahntechnische Laboratorien

dental bauer GmbH & Co. KG

Stammsitz
Ernst-Simon-Straße 12
D-72072 Tübingen
Tel +49(0)7071/9777-0
Fax +49(0)7071/9777-50
e-Mail info@dentalbauer.de
www.dentalbauer.de



www.dentalbauer.de