

KN PRAXISMANAGEMENT

Etablierung einer Praxis als Marke

Praxispositionierung, Markenbildung und Kommunikation als Grundlage einer erfolgreichen Praxis.

Die Münchener Praxis relax & smile Sanfte Kieferorthopädie von Dr. Marie-Catherine Klarkowski geht durch die Medien. Verschiedene Zeitschriften, darunter sogar der Spiegel, haben schon über Dr. Klarkowski berichtet. Mit ihrem besonderen Konzept ist es der Kieferorthopädin gelungen, ihre Praxis als Marke zu etablieren und weit über die Grenzen des Freistaates hinaus einen hohen Bekanntheitsgrad zu erlangen.

Corporate Design

Viele Patienten, die zum ersten Mal die Praxis besuchen, haben vermutlich zunächst das Gefühl, sich in der Tür geirrt zu haben. Denn wie sie hier empfangen werden, hat mit einer Arztpraxis, wie man sie sich üblicherweise vorstellt, im Grunde wenig gemein. Schon beim Betreten werden Besucher von einem „Hüttenambiente“ überrascht, das sich vom offenen Empfangsbereich über die Alpinlounge, in der auf einem in die Holzwand eingelassenen Bildschirm ein lodernes Kaminfeuer prasselt, bis in die Behandlungszimmer fortsetzt. Diese heißen übrigens passend Edelweiß, Alpenveilchen oder Panoramablick. Abgerundet wird das Corporate Design durch die stimmige Arbeitskleidung der Ärztin sowie ihrer Mitarbeiterinnen, die täglich andere maßge-



Abb. 2: Das Praxisteam der Praxis relax & smile Sanfte Kieferorthopädie.

schneiderte Dirndl in der Praxisfarbe Lila tragen.

Das Wohlfühlambiente von relax & smile, ein eingetragener und geschützter Markenname, macht die Praxis zu etwas Besonderem und ist sicherlich ein Faktor des Praxiserfolges. Allerdings keineswegs der alleinige, wie Dr. Klarkowski weiß. „Erfolg hängt von ganz vielen Faktoren ab. Ein außergewöhnliches Praxisambiente und ein konsequent durchgehaltenes Corporate Design ist das eine. Es muss jedoch das Gesamtkonzept stimmen. Dazu gehören auch Corporate Behaviour sowie – zunehmend wichtiger – Corporate Communication.

Corporate Behaviour

Corporate Behaviour beschreibt das Verhalten eines Unternehmens bzw. einer Praxis nach innen (Mitarbeiter) wie nach außen (Kunden/Patienten). Für ein perfektes Verhalten nach innen sollte nicht nur der Inhaber/die Inhaberin voll und ganz hinter dem von der Praxis gelebten Konzept stehen, sondern auch das gesamte Team. Wie lässt sich das erreichen? „Eine optimale Motivation und Förderung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist hier unerlässlich“, betont Dr. Klarkowski, deren Stammteam schon seit vielen Jahren besteht. „In meiner Praxis habe ich ein kontinuierliches Fortbildungskonzept etabliert, das sich nicht auf rein fachliche Aspekte beschränkt. Mir liegt viel daran, dass sich meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter persönlich, kommunikativ und auch fachspezifisch weiterentwickeln. Nur ein zufriedener Mitarbeiter kann das Praxiskonzept relax & smile authentisch leben und Service- und Behandlungsqualität umsetzen.“

Corporate Communication

Im Rahmen des Gesamtkonzeptes der Praxis auch innovative Wege im Bereich der Patienten- und Mitarbeiterkommunikation zu gehen und damit die Corporate Communication zu optimieren, ist für Marie-Catherine Klarkowski nur konsequent. Nicht zuletzt die Erkenntnis, dass sich Patienten heute in aller Regel bereits im Vorfeld über eine Praxis informieren – sei es über Bewertungsportale oder die praxiseigene Webseite – und zunehmend ihre Beratungstermine auch online vereinbaren wollen, hat vor zweieinhalb Jahren zu einem Umdenkungsprozess auch in diesem

werden in der Praxis zusätzlich auch zwei von iie-systems entwickelte Broschüren – u. a. zum Thema CMD – genutzt, die speziell für relax & smile individualisiert wurden und sich damit nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich optimal in das gesamte Praxiskonzept einfügen.

Im letztem Jahr wurde die Praxis relax & smile mit dem Gütesiegel „SIEGER Praxis+Award“ ausgezeichnet. In ihrer Begründung schreibt die Fachjury: „Ein außergewöhnliches, aber sehr sympathisches Erscheinungsbild und ein ganzheitlicher Ansatz der Praxiskultur, die auf sehr unterschiedlichen Ebenen authentisch nach außen kommuniziert wird. Sehr engagiert auch auf Social Media und damit auch auf den Dialog mit Patienten.“

Für eine auch in Zukunft leistungsstarke Praxis muss das Gesamtkonzept stimmen – eine These, der Dr. Klarkowski in vollem Umfang zustimmen kann. Für sie gehören Praxispositio-

Bereich geführt. Durch Recherchen gelangte die Kieferorthopädin an den Lingener Kollegen Dr. Michael Visse und das von ihm entwickelte Patientenkommunikationssystem von iie-systems.

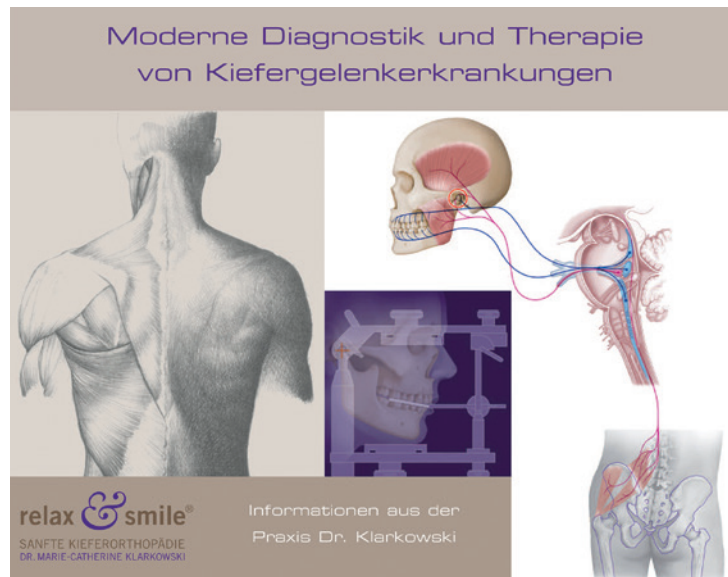


Abb. 3: Cover CMD-Broschüre.

Die Möglichkeit für Neupatienten, über die Webseite Online-Termine buchen zu können, die in Echtzeit bestätigt werden, sowie die automatische Zusendung eines Online-Anamnesebogens, der in Ruhe zu Hause ausgefüllt werden kann, wird von Patienten sehr gelobt. „Unsere Praxis wird vom ersten Moment an als modern und serviceorientiert wahrgenommen, noch bevor der erste Besuch erfolgt ist“, weiß Dr. Klarkowski. Zur Aufklärung

nierung, Markenbildung und moderne Kommunikationsmittel unbedingt zusammen. Und der Erfolg gibt ihr Recht. ☑

KN Kurzvita



Dr. Marie-Catherine Klarkowski
[Autoreninfo]



KN Adresse

relax & smile Sanfte Kieferorthopädie
Dr. Marie-Catherine Klarkowski
Fachzahnärztin für KFO
Albert-Roßhaupter-Straße 73
81369 München
Tel.: 089 76923-98
info@dr-klarkowski.de
www.relaxandsmile.de



Abb. 1a, b: Rezeption (a) und Behandlungszimmer (b).



Echte Präzision erreicht man nur,
wenn man sein Handwerk versteht.

Wie wir seit 110 Jahren.

*Die Verbindung von Ästhetik und Feinmechanik begann
bei uns mit der Fertigung von Schmuck und Uhren.
Heute zaubert sie mit unseren Brackets den Menschen
ein Lächeln ins Gesicht.*

