

# Sieben Praxis-Tipps, wie Sie Ihre neuen Patienten „im Sturm erobern“ können

Viele kieferorthopädische Praxen suchen nach einem „Geheimrezept“, wie sie mehr Patienten für ihre Praxis gewinnen. Dabei ist dies gar nicht so schwer, wie man auf den ersten Blick vermuten würde. Im Gegenteil – der Schlüssel zum Erfolg ist relativ einfach: Werden Sie eine „patienten-orientierte“ Praxis, die sich auf die Ansprüche der Patienten konzentriert. Doch was muss man tun, um „patienten-orientiert“ zu sein?

Man merke, es ist nicht immer das, was man für die Patienten tut, sondern manchmal auch jenes, was man nicht tut. Das Hauptaugenmerk sollte die Zufriedenstellung des Patienten sein, sodass der Beginn einer Behandlung in Ihrer Praxis für ihn zu einer einmaligen Erfahrung wird. Hier nun sind sieben Hauptmerkmale, durch die sich eine „patienten-orientierte“ Praxis auszeichnet.

## Tipps Nr. 1

**Ärger bei Patienten/Eltern vermeiden**

Alles, was Sie tun müssen, ist, an das letzte Mal zu denken, als Sie einen Termin beim Arzt hatten.

Was ärgerte Sie bei diesem Besuch? Was erwarteten Sie bzw. was würden Sie ändern?

- Jemanden, der direkt ans Telefon geht, und nicht den Anrufer/Patienten aufs Band des Anrufbeantworters sprechen lässt.
- Einen angenehmen Termin.
- Vorab einen Kostenvorschlag zu erhalten, der mir zeigt, was an finanziellen Ausgaben auf mich zukommt, falls ich mich für die Behandlung entscheide.

- Pünktlich zur Behandlung zu erscheinen, den Doktor wie verabredet zu sehen und den Termin innerhalb einer Stunde zu beenden, wie es mir gesagt wurde.
- Vorab die Information zu erhalten, was ich an (Versicherungs-) Unterlagen zur Behandlung mitzubringen habe.

Eine „patienten-orientierte Praxis“ wird den Ärger von Patienten beheben oder vermeiden, noch bevor er auftritt. Planen Sie ein Meeting mit Ihren Mitarbeitern und beginnen Sie eine Liste mit den Problemen oder Beschwerden, die Sie von Ihren Patienten/Eltern gehört haben, oder die in Ihrer Praxis aufgetreten sind. Besprechen Sie jeden Punkt und finden Sie eine Lösung. Sobald Sie eine Lösung gefunden haben, machen Sie Rollenspiele mit Ihren Mitarbeitern und üben Sie die Situationen. Seien Sie sicher, dass das gesamte Team in der Lage ist, jeder Situation mit einem Lächeln zu begegnen.

## Tipps Nr. 2

**Tun Sie, was Sie versprochen haben**

Machen Sie gegenüber dem Patienten oder den Eltern

keine Versprechungen, die Sie nicht halten können. Denn durch das, was Sie am Telefon sagen, durch die Briefe, die Sie verschicken oder auch durch die auf Ihren Internetseiten zu lesenden Informationen werden Sie zum Manager der Erwartungen des Patienten. Überlegen Sie genau, was Sie versprechen. Und vor allem halten Sie dieses Versprechen. Denn wenn nicht, dann erfüllen Sie weder die Ziele, die Sie sich für Ihre Praxis vorgenommen haben, noch die Erwartungen Ihrer Patienten an Ihre Praxis. Sehen Sie es als unverzeihliche Sünde an, ein gegebenes Versprechen zu brechen.

## •Versprechen

Während des Anrufs eines neuen Patienten verspricht die Empfangsdame dem Patienten, dass er ein Info-Paket per Post erhalten wird, in dem er alle gewünschten Informationen findet.

## Unverzeihliche Sünde

Es kommt nie an bzw. es kommt einen Tag nach dem vereinbarten Termin an.

## •Versprechen

Die Empfangsdame sagt

dem neuen Patienten, dass sie beim Zahnarzt wegen der Röntgenbilder anrufen wird.

## Unverzeihliche Sünde

Der Patient kommt zur Anfangsuntersuchung und die Empfangsdame hat vergessen, beim Zahnarzt wegen der Röntgenbilder anzurufen.

## •Versprechen

Der neue Patient ist ein Überweisungsfall, sodass die Empfangsdame den Patienten nach Namen und Adresse des bisher behandelnden Arztes fragt, um sicher zu gehen, dass die Unterlagen/Befunde des Patienten am Tag der Behandlung vorliegen.

## Unverzeihliche Sünde

Die Bitte nach den Unterlagen wurde nie bzw. zu spät durchgeführt, sodass die Unterlagen zum ersten Behandlungstermin nicht vorliegen.

## •Versprechen

In der Broschüre steht „Ihre Zeit ist wertvoll“ oder „wir bemühen uns, bei jedem Termin pünktlich zu sein“.

## Unverzeihliche Sünde

Sie lassen den Patienten warten.

## Tipps Nr. 3

**Umgang mit der Erfahrung des neuen Patienten**

Die erste Erfahrung des Patienten in Ihrer Praxis sollte persönlich und angenehm sein. Oft sind es die kleinen Dinge und Kommentare, die eigentlich nichts mit der ersten Untersuchung zu tun haben, an die sich der Patient erinnern wird. Vielleicht war es ja Ihr Kommentar über den „coolen“ Haarschnitt oder die weiten Hosen des Patienten?

Oder etwa Ihre Frage, wie viele Tore er gestern beim Fußball geschossen hat? Oder aber Sie haben ihm direkt in die Augen geschaut und einfach nur gelächelt. Es ist schwer, zu erkennen, was dem Patienten letztendlich ein angenehmes Gefühl beim Betreten Ihrer Praxis vermittelt. Versetzen Sie sich einfach in die Lage des Patienten, denken Sie zuerst an ihn und Sie können ihn für die Praxis gewinnen.

## Tipps Nr. 4

**Lassen Sie den Patienten teilhaben**

Der neue Patient wird extrem neugierig auf die kieferorthopädische Behandlung sein.

Er wird alles wissen wollen, was gemacht wird. Was unternehmen Sie, dass der Patient fühlt, er ist hier gut aufgehoben und weiß, was mit ihm während der Behandlung geschieht, bzw. was tun Sie nicht, damit er dieses Gefühl bekommt? Lassen Sie den Patienten etwa länger als fünf Minuten allein

im Beratungszimmer auf den Doktor warten?

- Erwägen Sie, den neuen Patienten eventuell in ein Behandlungszimmer zu führen, um ihm beim Kleben oder Bogenwechsel zusehen zu lassen, wenn Sie wissen, dass der Doktor noch keine Zeit für den Patienten hat.
- Erwägen Sie, die Information, die der Doktor braucht, bevor er den Patienten sieht, eventuell aufzuschreiben und an eine für ihn gut erreichbare Stelle zu platzieren. So können Sie in das Beratungszimmer zurückgehen, um weiterhin eine Beziehung zum Patienten aufzubauen bzw. ihn über die bevorstehende Behandlung zu informieren.

## Tipps Nr. 5

**Haben Sie Spaß**

Wir sind Profis, sollten aber nicht alles zu ernst nehmen. Wir müssen lernen, auch einmal über uns selbst bzw. mit den Patienten zu lachen. Patientenwettbewerbe, Praxisevents und jahreszeitliche Events sind in einigen KFO-Praxen sehr populär geworden. Der Erfolg dieser Veranstaltungen hängt zumeist davon ab, wie enthusiastisch der Arzt sowie dessen Mitarbeiter selbst sind bzw. sie an solchen Events aktiv teilnehmen. Animieren Sie Ihre Patienten zum Mitmachen. Jedes Teammitglied sollte dafür verantwortlich sein, Patienten zu begeistern und zum Mitmachen anzuregen.

## Tipps Nr. 6

**Alles bemerkenswert wettmachen**

Irren ist menschlich. Einen Fehler zuzugeben, sich zu entschuldigen und es wieder in Ordnung zu bringen ist „patienten-orientierte“ Kieferorthopädie. Versuchen Sie nichts zu verschleiern, oder schlimmer noch, den Patienten zu beschuldigen. Heutzutage sind sich die Patienten sehr bewusst, was um sie herum vorgeht. Seien Sie ehrlich. Der Patient wird Sie mehr respektieren, wenn Sie sich bemühen, Ihre Dienstleistungen zu verbessern. Was passiert, wenn der Patient am falschen Tag zur Erstuntersuchung kommt? Sagen Sie ihm etwa, es täte Ihnen leid, aber er/sie müsste am richtigen Tag und zur rechten Zeit wiederkommen?

Oder sagen Sie ihm etwa, dass Sie ausgebucht sind, und ihn/sie nicht einschleichen können? Wenn es Ihr Ziel ist, Ihre Praxis zu gewinnen bzw. sie „im Sturm zu erobern“, sollte Ihr Team alles dafür tun, damit der Patient trotzdem behandelt wird. Egal, wer letztendlich bei der Terminplanung einen Fehler gemacht hat. Natürlich kann es vorkommen, dass Sie gerade in einer Untersuchung

sind und der Behandlungsraum belegt ist.

Hauptsache ist jedoch, dass der Patient auf jeden Fall behandelt wird.

Meist will der Patient erst einmal nur wissen, ob er/sie eine Behandlung braucht, was für Brackets er/sie bekommt, wie lange es dauern oder wie viel es kosten wird. Und wenn Sie sich dann Ihrem Patienten voll und ganz widmen, könnte dieser womöglich bereits 15 bis 20 Minuten später Ihre Praxis wieder verlassen haben.

## Tipps Nr. 7

**Machen Sie alles besser**

Schauen Sie, was andere KFO-Praxen oder Unternehmen, die mit Dienstleistungen am Kunden zu tun haben, machen. Orientieren Sie sich. Ein außergewöhnlicher Kundendienst oder gar der Mangel daran kann überall beobachtet werden. Schauen Sie zu, lernen Sie, machen Sie sich Notizen. Greifen Sie gute Ideen auf und eliminieren Sie die schlechten. Überdenken Sie, wie Sie z.B. immer ans Telefon gehen oder nach Patienteninformation fragen; wie Sie für gewöhnlich die Daten in Ihrem Computersystem speichern oder wie Sie welche Post verschicken. Was können Sie tun, um besser und effizienter zu sein?

Wie können Sie dem Patienten vermitteln, dass Ihre Praxis die beste in der Stadt ist? Um Ihre neuen Patienten „im Sturm zu erobern“ benötigt man ein bemühtes Team und viel harte Arbeit. Nehmen Sie sich die Zeit, Ihrem Team beizubringen, eine „patienten-orientierte“ KFO-Praxis zu sein. Richten Sie Ihre Arbeitsweise danach ein, was für den Patienten das Beste ist. **KN**

## KN Kurzvita



### Cathy Sundvall

Cathy Sundvall arbeitet zurzeit als Beraterin für Verbesserung des Praxismanagements bei der Firma Consulting Network. Sie hat über 20 Jahre als klinischer Supervisor und Neupatienten-Koordinator für Dr. R. „Bob“ Smith in Orlando, Florida, gearbeitet. Als Praxisverbesserungs-Beraterin hat sie die letzten sechs Jahre in diversen Praxen das Training der Mitarbeiter unterstützt. Sie hat unter anderem bei der Umsetzung von Zielvorgaben, bei Marketing-Planungen, der Verbesserung der klinischen Effektivität, Terminplanungen, der Entwicklung eines Recall-Systems oder der Analyse von Praxisabläufen geholfen.

ANZEIGE

Das KFO-Vollprogramm, das mitdenkt

Diagnostik | Therapiekontrolle | Abrechnung | Praxismanagement

- ▶ das spezialisierte Kieferorthopädie-Praxismanagement-Programmsystem
- ▶ modular und als Vollprogramm mit Volumendimensionierung nutzbar
- ▶ Industriestandard (32 bit-Anwendung, SQL-Datenbanktechnik, alle modernen Kommunikationsmöglichkeiten, Kompatibilität zu anderen Windowsprogrammen)
- ▶ mit kostensparendem Updating, Soft- und Hardware-Ferndiagnostik und Fernwartung
- ▶ ein durchgängig von Kieferorthopäden und EDV-Spezialisten konzipiertes und in einem Guss programmiertes Programmsystem

Wenn Sie Ihre Behandlungsleistung beendet haben, hat WinDiag bereits abgerechnet – ohne eine Leistung zu vergessen – denn immer, wenn Sie eine Leistung anordnen oder planen, ist WinDiag dabei:

differenziert ausdrückbares Behandlungsblatt · Stammdaten- und Befunderfassung · digitale intra- und extraorale Fotografie · Modellvermessung · Okklusogrammdiagnostik · digitale und konventionelle Röntgenauswertung · Therapieplanung · Konstruktion herausnehmbarer Spangen mit Konformitätsservice · Planung von Bögen und festsitzenden Apparaturen · differenzierte private 13/2 und Bemo-Abrechnung mit vielen Möglichkeiten · automatische Verbuchung von elektronischen Überweisungen · exzellente Terminplanung.

In vielen Praxen werden erbrachte Leistungen vergessen (bis zu 16 % der Abrechnung) – WinDiag kann Ihnen abends mit dem letzten Patienten die exakte Leistungsübersicht vorlegen.

WinDiag VertriebsGmbH | Nürnberger Str. 27 | 90513 Zirndorf | Telefon 0911/9607219 | Fax 0911/6001829  
Homepage: www.winddiag.de