



© Candy Box Images / fotolia.de

Patientenorientierte Mitarbeiterführung

Wie Sie Ihre MitarbeiterInnen zu
Markenbotschaftern Ihrer Praxis machen

► Sybille David

Folgendes Schild begegnete mir kürzlich in einem hochklassigen Schweizer Hotel: „Die Direktorin des ersten Eindrucks“. Die Bezeichnung trifft auch für die Rezeptionsmitarbeiterin einer Zahnarztpraxis zu. Ein Patient, der die Praxis aufsucht, trifft als erstes auf die Mitarbeiterin am Empfang. Da es für den ersten Eindruck bekanntlich keine zweite Chance gibt, sollte die Praxisleitung gemeinsam mit allen MitarbeiterInnen besonders in diesem Bereich eine tragfähige und patientenorientierte Empfangsdramaturgie entwickeln.

In jeder Sekunde treffen das menschliche Gehirn 11.000.000 Bits an Sinneseindrücken, die alle verarbeitet werden müssen. Evolutionsbedingt hat unser Hirn bereits riesige Erfahrungsschätze angelegt, sodass diese Fülle von neuen Informationen schnell und effizient vom Unterbewusstsein verar-

beitet werden kann. Lediglich 40 Bits, also lediglich 0,0004 % dieser Informationen, werden bewusst aufgenommen, 99,9996 % hingegen unbewusst! Da das unbewusste nicht steuer- aber beeinflussbar ist, muss es also gelingen, den ersten Eindruck so positiv als möglich zu gestalten.



Der weiße Ticer®

So sollte nun jeder verstehen, wie wichtig die ersten Sekunden einer Begegnung für die weitere Entwicklung einer Beziehung sind.

Jede Empfangsmitarbeiterin weiß, dass ihr Lächeln und die freundliche, namentliche Begrüßung des eintretenden Patienten Mindeststandards sind, die nicht unterschritten werden dürfen. Doch wie sieht die Realität aus?

Der Patient klingelt, oft dauert es quälend lange, bis die Türe geöffnet wird. Statt des erwarteten Lächelns und der herzlichen Begrüßung trifft der Blick des Patienten auf das gesenkte Haupt einer Mitarbeiterin, die sich erst dann gestresst dem Besucher zuwendet, wenn dieser sich bereits ungeduldig bemerkbar macht.

Patientenorientierte Führung heißt in diesem Fall, dass Praxisleitung oder die zuständige Führungskraft der Praxis, die Qualität im Umgang mit Patienten in jeder, auch in stressigen Alltagssituationen sicherstellt.

Regelmäßige Trainings und eine exakte Beschreibung des Prozesses Patientenempfang sowie die Überprüfung der Einhaltung stellen sicher, dass sich die Praxis auch hier von ihrer besten Seite präsentiert.

Customer Touchpoints

Patientenkontaktpunkte in der Praxis gibt es viele. Sie beginnen bereits im Internet, wenn der Patient Ihre Webseite besucht, Sie via Bewertungsportale findet, in der Praxis anruft, beim Besuch, im Behandlungszimmer bis hin zu einer eventuellen Beschwerde.

Jede Praxis kennt diese wichtigen Situationen. Hier unterscheidet sich die professionelle Praxis, in der die Abläufe und Prozesse genau an diesen besonderen Kontaktpunkten standardisiert sind, deutlich von der Praxis, die hier nach dem Prinzip „Versuch und Irrtum“ arbeitet.

Wenn man bedenkt, dass Ihre Service- und Betreuungsqualität ja „nur“ das Sahnehäubchen auf Ihrer behandlerischen und fachlichen Exzellenz ist, wird schnell klar, dass Sie hier sparsam mit Ihren Energien umgehen sollten. Behandlung und fachliche Betreuung des Patienten haben oberste Priorität – aber über Service und wertschätzenden Umgang auch in schwierigen Situationen wird diese zahnärztliche Qualität vom Patienten ja erst erlebbar!

So ist Ihr auf Service ausgerichtetes Patientenmanagement nur die logische Konsequenz einer patientenorientierten Behandlungsweise.

DENT IMPLANTOL 17, 6, 474 - 477 (2013)



DURAPLANT® 2.2

Schön:
Zahnweiße Oberfläche
auf reinem Titan – die neue
TiWhite Oberfläche

Sicher:
Arbeits- und
Versorgungsgewinde

Die Zukunft ist TiWhite!

Erfahren Sie mehr über
das neue DURAPLANT® 2.2
auf www.duraplant.com



www.zl-microdent.de
Telefon 02338 801-0



Tipp

Nutzen Sie Ihre nächste Teamsitzung, um die Patientenkontaktpunkte Ihrer Praxis aufzulisten. Versetzen Sie sich in die Situation des Patienten und wechseln Sie so die Perspektive. In einem Rollenspiel können Sie selbst erleben, wie es sich anfühlt, nicht wahrgenommen zu werden, erst auf sich aufmerksam machen zu müssen und dann fast als Störfaktor behandelt zu werden.

Wiederholen Sie dieses überaus wirksame Training regelmäßig. Entwickeln Sie dann genau die Abläufe, die Sie personell leisten können. Es kommt nicht darauf an, sich möglichst viel Service-Schnick-Schnack auszudenken. Vielmehr soll Ihr Patient genau die Services erhalten, die für ihn nützlich sind.

Mitarbeiter zu Markenbotschaftern der Praxis machen

Nicht nur das Verhalten Ihrer MitarbeiterInnen, auch Aussehen, Stil und Etikette wirken auf Ihre Patienten. Corporate Identity, Corporate Behaviour, Corporate Communication und Corporate Style gehören untrennbar zusammen. In einer Praxis, in der anspruchsvollste Behandlungsergebnisse erzielt werden, sind die Mitarbeiter nicht nur Angestellte, sondern Sie vertreten die Praxis in jeder Hinsicht. Als Markenbotschafterinnen verkörpern sie die Kultur der Praxis, den Stil und vertiefen dabei die Bindung des Patienten an die Praxis ganz aktiv.

Innerhalb der Praxis stärkt einheitliche, hochwertige und modische Praxiskleidung den Zusammenhalt und das WIR-Gefühl und unterstützt dabei die einzelne Markenbotschafterin.

Dass dabei Namensschilder getragen werden, oder der Name des Trägers/der Trägerin direkt in die Kleidung eingestickt wird, sollte dabei selbstverständlich sein. Serviceorientierte Praxen erleichtern so dem Patienten die Kommunikation mit der einzelnen Mitarbeiterin, was wiederum ein Pluspunkt für die Praxis bedeutet!

Achten Sie unbedingt auf Sauberkeit und Wertigkeit der Praxiskleidung. Es klingt beinahe zu banal, um es extra zu erwähnen, aber nur allzu häufig wird ein bereits verunreinigtes Shirt nicht gewechselt, weil es schon 16.30 Uhr ist und der Feierabend naht. Hier sollten Sie klar definieren, welche Qualitätsstandards Sie für Ihre Praxis festlegen.

Was bedeutet patientenorientierte Mitarbeiterführung?

Es sollte gelingen, alle Mitarbeiter der Praxis auf das Ziel der Praxis „Zukunftsorientierung durch höchste

Patientenorientierung“ einzuschwören. Allen MitarbeiterInnen sollte klar sein, der Patient ist kein Störfaktor, sondern der Grund, warum man täglich zur Praxis kommen darf. Ohne die „richtigen“ Patienten keine erfolgreiche Praxis!

So bedeutet patientenorientierte Mitarbeiterführung in erster Linie, diese Philosophie selbst vorzuleben und damit das gesamte Team zu motivieren. Wecken Sie die schlummernden Service-Potenziale Ihrer MitarbeiterInnen! Loben Sie Verbesserungsvorschläge Ihrer Betreuungs- und Servicequalität aus. Sie werden staunen, welche guten Ideen das Team entwickeln wird, wenn jede/r weiß, worauf es ankommt.

Little Diamonds machen den Unterschied

Die persönliche Vorstellung von Empfangs- und Assistenz-Mitarbeiterin, das erfolgreiche 0-Wartezeiten-Prinzip Ihrer Praxis, Ihr stadtberühmter Espresso, Ihre exklusiven Beratungsunterlagen, Ihr gut geschultes und wirklich leistungsbereites Team lassen Sie eine herausragende Stellung in Ihrem Wettbewerbsumfeld einnehmen. Erst durch diese „Little Diamonds“, die einzigartige Komposition praxisindividueller Services, rückt auch Ihre erstklassige Behandlungsqualität ins rechte Licht, macht diese für Patienten erst erlebbar. So ist die Ausrichtung der Praxis auf eine hohe Patientenorientierung aktive Steuerung Ihres Praxis-Images. Denn was nutzt es Ihnen besser zu sein als andere, wenn andere sich besser verkaufen?

Der Praxisknigge mit seinem zur Praxis passenden „Corporate Service“ ist somit aktives Servicemarketing.

SYBILLE DAVID

Zahnärztliche Praxisberatung seit 1985
Tel. 0 61 52 / 18 88 30
E-Mail:
info@praxis-knigge.de
www.praxis-knigge.de



Fordern Sie bei der Autorin das kostenlose Booklet „Die 20 besten Praxisknigge-Tipps“ an: info@praxis-knigge.de

Bei Interesse an einem Service-Live-Check (Service-Audit bei laufendem Praxisbetrieb) wenden Sie sich bitte an die Autorin.

SICATIMPLANT

KURS
15.11.2013
inklusive
Live-OP

KURS: SCHABLONENGEFÜHRTE IMPLANTATCHIRURGIE INKLUSIVE LIVE-OP

Referent: Priv. Dozent Dr. Jörg Neugebauer | Veranstaltungsort: Landsberg am Lech

Infos und Anmeldung: WWW.SICAT.COM/DE/ANMELDUNG

9

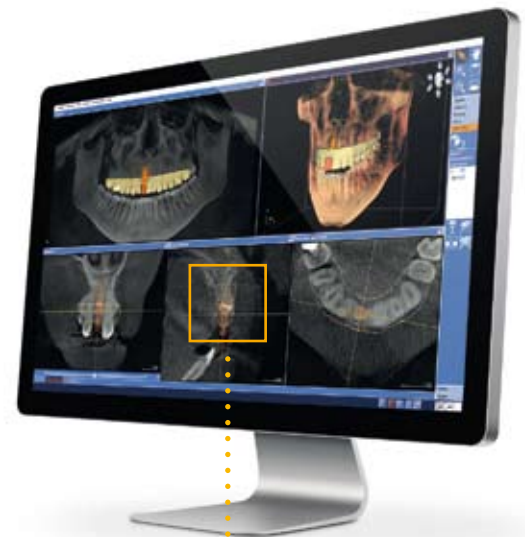
Fortbildungs-
punkte

MEIN VORSPRUNG AN SICHERHEIT – JEDER FALL ZÄHLT

Vertrauen bringt Erfolg. Deshalb sichert SICAT Implant Ihren Praxis-Workflow für Diagnose, Planung und Umsetzung implantologischer Therapien ab. Mit intuitiver Software für 3D-Daten aller DVT- und CT-Systeme. Und mit den voll digital gefertigten SICAT **OPTIGUIDE** Bohrschablonen, dem schnellsten und direktesten Weg zur Insertion. Garantierte Genauigkeit erhalten Sie damit zu einem Preis von 190 Euro pauschal für beliebig viele Pilotbohrungen. **MAKE EVERY CASE COUNT.**

Lernen Sie SICAT Implant jetzt kennen – den Workflow des Innovationsführers! Durch den SICAT Außendienst in Ihrer Praxis und im Netz:

WWW.SICAT.DE



*Es werden 9 Fortbildungspunkte nach den Richtlinien der DGZMK vergeben.

SICAT GMBH & CO. KG • BRUNNENALLEE 6 • 53177 BONN, GERMANY • INFO@SICAT.COM • WWW.SICAT.COM

SICAT.

a **sirona** company