

Große Ereignisse werfen ihre Schatten voraus

40 Jahre Zahntechnik von ZTM Klaus D. Pogrzeba

1968 wurde die Scheckkarte in der BRD eingeführt und leider auch der Numerus clausus. Das amerikanische Raumschiff „Apollo 8“ umkreiste erstmals den Mond, und die Zollunion der EWG trat in Kraft. 104 Tage nach bestandener Meisterprüfung eröffnete ZTM Klaus Pogrzeba zusammen mit seinem damaligen Partner ZTM Klaus O. Sickinger ein zahntechnisches Labor in Stuttgart. Dies nehmen wir zum Anlass für ein Jubiläumsfest am 11. Juli 2008 ab 13⁰⁰ Uhr im „Haus am See“, direkt am Max-Eyth-See gelegen. Alle Geschäftspartner, Freunde und Bekannte sind herzlich eingeladen und sollten sich diesen Termin vormerken. Selbstverständlich kommt noch rechtzeitig eine Einladung.

Erweiterung der Festzuschussrichtlinien

Manchmal setzt sich die Vernunft am Ende doch durch. So ist die Indikation für Teleskope erweitert worden. Noch erfreulicher ist die wieder eröffnete Möglichkeit, Geschiebe einzusetzen. Praxen, die schon lange mit Pogrzeba zusammenarbeiten, schätzen die Vorzüge von funken-erodierten SAE-Geschieben. Besonders gelobt wird die absolute Parallelität bei mehreren Geschieben in einem Kiefer, die leichte Einstellung der Friktion und die Möglichkeit, Geschiebe auch nach Jahren noch austauschen zu können.

Erste Hilfe groß geschrieben

Am 11. April war bei Pogrzeba ein Ersthelfer-Kurs für Praxismitarbeiterinnen angesagt. Die Zahl der Anmeldungen hat uns überrascht, so-



dass wir leider viele Interessenten vertrösten mussten. Diejenigen, die dabei waren, kamen voll auf Ihre Kosten. Mit Herrn Günthner hatten wir einen Referenten gewonnen, der neben seiner Sachkenntnis mit viel Charme und Humor keine Langeweile aufkommen ließ. Für das leibliche Wohl war wieder bestens gesorgt. Am Ende mussten wir „gewaltsam“ Schluss machen, weil die Fragen der Teilnehmerinnen kein Ende nehmen wollten. Viele Vorurteile und Hemmungen konnten abgebaut werden, und jeder hat sich fest vorgenommen, seine Kenntnisse im Notfall auch anzuwenden.

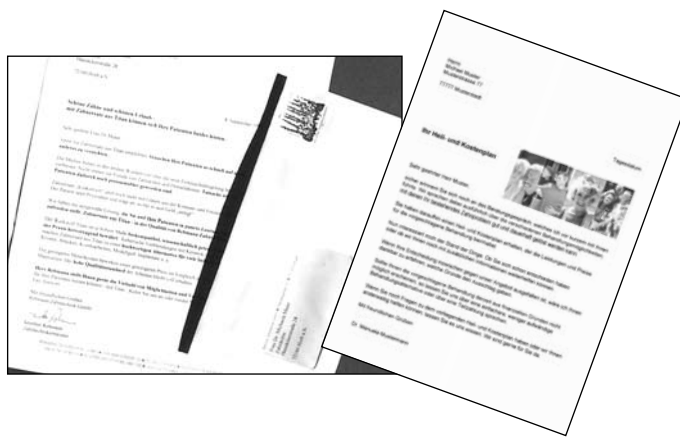
Wegen der großen Nachfrage wurde gleich ein zweiter Termin am 6. Juni festgesetzt. Aber auch diese Veranstaltung ist schon ausgebucht. Deshalb hat Pogrzeba nun **einen dritten Erste-Hilfe-Kurs am Freitag, dem 12. September 2008** geplant. Beginn ist um 14.00 Uhr. Damit es diesmal keine Enttäuschungen gibt, hier gleich der Hinweis, dass die Teilnehmerzahl pro Praxis auf zwei Personen beschränkt ist. Wie übrigens auch bei Pogrzebas nächster Veranstaltung am **30. Mai 2008 „Von der Abformung zum fertigen Modell“**. Mehr zu diesem Workshop-Seminar auf **Seite 4!**

Herzlichst, Ihr

ZTM Klaus D. Pogrzeba

Patienten aktivieren in Schriftform

auf sympathische, unaufdringliche Art



Patienten bekommen von ihrem Zahnarzt meist nur drei Arten von Post: HKP, Rechnungen und Recallschreiben. Doch es gibt noch andere Anlässe, um Patienten zu schreiben. Anhand einiger Beispiele zeigen wir Ihnen auf, zu welchen Anlässen ein kleiner schriftlicher Aktivierungsimpuls gesetzt werden kann. Vielleicht ist die ein oder andere Anregung für Sie dabei (ohne Anspruch auf Vollständigkeit).

1. Willkommensbrief für Neupatienten

Dieser Brief ist eine der sogenannten „Kleinigkeiten“ innerhalb einer beginnenden Beziehung zwischen Praxis und Patient. Neue Patienten vereinbaren ihren Ersttermin i. d. R. telefonisch. Ein freundlicher Willkommensbrief - mit Terminbestätigung und Ihrem Praxisflyer – ist für viele Ihrer Neupatienten ein

kleines, motivierendes Highlight, das sie von anderen Praxen nicht kennen. So bauen Sie schon im Vorfeld des ersten Termins eine positive Grundstimmung beim neuen Patienten auf.

2. Dankesbrief an Patienten für langjährige Praxistreue

Langjährige, treue Kunden gehören zum existenziell wichtigen Kapital eines jeden Unternehmens – auch einer Zahnarztpraxis. Überraschen Sie Patienten, die Ihnen schon fünf, zehn oder noch mehr Jahre treu sind, doch einmal mit einem kleinen Dankesbrief. Diese Anerkennung und Würdigung werden Sie doppelt und dreifach zurückbekommen.

3. Begleitbrief zum Heil- und Kostenplan

Der HKP ist meist eine ganz formale und rationale Sache. Positio-

nen und Zahlen auf einem Blatt Papier. Vieles davon versteht der Patient gar nicht. Und was der Patient nicht versteht, verunsichert ihn, vor allem, wenn er auch noch Geld für die Leistung bezahlen muss. Wie wäre es, wenn Sie Ihre HKPs mit einem kurzen, freundlichen Schreiben anreicherten, in dem Sie dem Patienten in wenigen Sätzen noch einmal das positive Endergebnis Ihres Behandlungsvorschlags deutlich machen. Ein paar nette, informative Zeilen - und schon wird aus einem HKP ein zusätzlicher, sympathischer Werbeimpuls für Ihre Praxis.

4. Nachfassbrief auf Heil- und Kostenplan

Wenn Patienten nach einiger Zeit immer noch nicht auf Ihren HKP reagiert haben, können Sie z. B. durch einen Nachfassbrief einen Aktivierungsimpuls setzen. Gehen Sie dabei nochmals darauf ein, welchen Nutzen der Patient von der vorgeschlagenen Behandlung hat und auf eventuelle unausgesprochene Fragen, die der Patient noch haben könnte.

5. Dankesbrief an Patienten für Empfehlungen

Patienten, die Ihre Praxis weiterempfehlen, sind wichtige Botschafter für Ihre Praxis. Schenken Sie ihnen deshalb besondere Aufmerk-

samkeit. Ein Dankesbrief, vielleicht verbunden mit einer kleinen Aufmerksamkeit, wird diese Patienten zu weiteren Empfehlungen motivieren und die Treue zu Ihrer Praxis noch mehr festigen.

6. Geburtstagsbrief oder Geburtstagskarte

Dass Patienten von Ihren Ärzten einen Geburtstagsgruß erhalten, ist alles andere als üblich. Dies ist wegen des administrativen Aufwands auch nachvollziehbar. Umso größer ist die Chance für Sie, durch Geburtstagsbriefe oder -karten Patienten zu begeistern, die Patientenbindung zu festigen und Image-Pluspunkte zu sammeln. Es muss auch nicht jeder Patient und jeder Geburtstag bedacht werden. Beginnen Sie z. B. mit runden Ge-

burtstagen oder mit ausgewählten Patienten. Das ist ein guter Anfang mit überschaubarem Aufwand.

7. Begleitbrief zur Rechnung mit hohem Selbstzahleranteil

Es gibt Patienten, die bereit sind, einen hohen Kostenanteil für ihre Zahnbehandlung selbst zu tragen. Tipp: Legen Sie diesen Patienten zur Rechnung einen freundlichen Begleitbrief bei. Sie können im Brief seine gute Mitarbeit anerkennen und den Behandlungserfolg nochmals betonen. Ferner können Sie für den Patienten nochmals den Nutzen der Behandlung verdeutlichen. Damit geben Sie ihm das nachhaltige Gefühl, sich richtig entschieden und sein Geld gut in seine Zahngesundheit investiert zu haben. Gleichzeitig vermeiden

Sie dadurch die „kognitiven Dissonanzen“ (Selbstzweifel, die beim Kunden nach seiner Kaufentscheidung aufkommen) nach Abschluss der Behandlung und Bezahlung der Rechnung.

Fazit

Schriftliche Aktivierungsimpulse zu den bestimmten Anlässen gehören zu den „berühmten“ Kleinigkeiten, mit denen Sie Großes bewirken können. Sie kommunizieren damit auf der Beziehungsebene mit Ihren Patienten und festigen so deren Vertrauen in Ihre Praxis sowie das gute Gefühl, bei Ihnen in den richtigen Händen zu sein. Solche Maßnahmen sind ein Vitaminstoß für dauerhafte Kundenbindung. Empfehlungen für Ihre Praxis folgen dadurch oft auf dem Fuße.

Marketing und Werbung von Arztpraxen: Spagat zwischen Vertrauen und Verkaufen

Ärzte können heute auf vielfältige Weise Marketing und Werbung für Ihre Praxis und ihre Leistungen betreiben. Ziel ist letztendlich die Umsatz- und Gewinnsteigerung bzw. das Erreichen von Wettbewerbsvorteilen gegenüber der Konkurrenz. Dabei gilt es den Spagat zwischen Patientenvertrauen und Verkaufen zu schaffen. Im Folgenden möchten wir Ihnen einige einfache „**Marketing-Basics**“ ans Herz legen, die auch für das Praxismarketing wichtiger denn je sind, die aber heutzutage oft vergessen werden.

■ Die meisten Menschen haben die „Phrasendrescherei“ von Verkäufern und Werbern satt. Blasen Sie nicht ins gleiche Horn, nur weil Sie jetzt auch richtig werben dürfen.

Werbung leidet unter einem enormen Glaubwürdigkeitsverlust. Integrieren Sie in Ihr Marketing deshalb lieber Werte statt großer Worte, Sympathie und Menschlichkeit statt Unnahbarkeit und legen Sie eine selbstbewusste Bescheidenheit an den Tag. Das ist das Leitbild für ein Marketing, das bei Menschen ankommt.

■ Sachinformation und Emotion sind gleichermaßen wichtig, um Patienten zu aktivieren.

■ Glaubwürdigkeit und Sympathie des Arztmarketings bilden den Boden, auf dem Nachfrage und Umsatzzuwachs gedeihen. Ohne Glaubwürdigkeit kein Vertrauen. Ohne Vertrauen kein Geschäft.

■ Sympathie und Glaubwürdig-

keit erzeugt nur, was authentisch und menschlich rüberkommt.

■ Haben Sie den Mut, authentisch mit Ihren Patienten zu kommunizieren. Wenn Sie sich „verbiegen“ müssen bei dem, was Ihnen Berater, Trainer oder Marketing-Experten empfehlen, werden Sie auf Dauer mehr verlieren als gewinnen. Fragen Sie sich deshalb stets bei all Ihren Marketing- und Werbeaktivitäten: „*Fühle ich mich wirklich wohl dabei? Bin das ich?*“

■ Überlegen Sie gemeinsam mit Ihrem Team: Wodurch geben Sie Menschen, die in Ihre Praxis kommen, Sicherheit, Orientierung, Vertrauen? Was sind Ihre individuellen vertrauenbildenden Informationen und Werbebotschaften?

Einladung zur kostenfreien Fortbildungsveranstaltung

Von der Abformung zum fertigen Modell

...heißt das nächste Workshop-Seminar bei Pogrzeba mit dem Referenten Christian Kramer von der Firma Klasse 4 Dental.

Neben materialimmanenten Ursachen für Misserfolge bei der Abformung gibt es auch eine Reihe verfahrensbedingter Fehlerquellen. Diese Fehlerquellen und ihre Vermeidung sind neben der praktischen Umsetzung einzelner Arbeitsschritte Schwerpunkt-Thema der Veranstaltung am 30. Mai 2008.

Anmelden können Sie sich am einfachsten mit der Fax-Antwort. Die Teilnehmerzahl ist auf zwei Personen pro Praxis beschränkt.



Termin: Freitag, 30. Mai 2008, 14⁰⁰ bis ca. 18⁰⁰ Uhr

Ort: Pogrzeba DENTAL-LABOR GmbH

Referent: Zahntechniker Christian Kramer, Klasse 4 Dental

Pogrzebas Seminarthemen 2008 im Überblick:

- | | |
|---|-----------------------------|
| ■ Von der Abformung zum fertigen Modell | 30. Mai 2008 |
| ■ Erste-Hilfe-Kurs für Helferinnen und/oder Praxisinhaber | 06. Juni ausgebucht! |
| ■ 40 Jahre Pogrzeba Zahntechnik | 11. Juli 2008 |
| ■ Herstellung von provisorischen Kronen | 16. Juli 2008 |
| ■ Erste-Hilfe-Kurs für Helferinnen und/oder Praxisinhaber | 12. September 2008 |
| ■ HOZ/GOZ Honorarabrechnung (mit Kerstin Salhoff) | 17. Oktober 2008 |
| ■ 3-D-Implantatplanung – Implantate setzen ohne Risiko | 05. November 2008 |

Weitere Themen in Planung:

- Zahnarztfrau – der unterschätzte Partner
- Dental-TV – nachhaltige Patienteninformation
- Zahnersatzfinanzierung und 5-Jahres-Garantie mit Abdeckung des Behandlerhonorars
- Hypnose in der Zahnarztpraxis

Termine am besten gleich vormerken!
(Änderungen vorbehalten)

freecall

0 800 - 7 77 87 90

Fax-Antwort 0711 262 45 40

- Wir melden uns mit 1 Person 2 Personen zur kostenfreien Fortbildungsveranstaltung „**Von der Abformung zum fertigen Modell**“ am 30. Mai 2008, 14⁰⁰- ca.18⁰⁰ Uhr, an.

Vorname, Name

Vorname, Name

- Ich wünsche ein **unverbindliches Gespräch** mit Ihrer Praxisbetreuerin Frau Mohr. Insbesondere interessiert mich:
- Zahnersatz-Finanzierung
 - SAE-Geschiebe
 - 5-Jahres-Garantie
 - _____
- Bitte rufen Sie mich zur Terminvereinbarung an.

Praxisstempel

Pogrzeba *führend schön*