



PRAXIS BLICKPUNKT.

Pogrzeba *führend schön*

Pogrzeba Dental-Labor GmbH
Aldinger Straße 70 · 70378 Stuttgart · Tel. 0711 286 50 71. Fax 0711 262 45 40 · www.pogrzeba.de

Ausgabe 4/2008

Haben Sie es bemerkt?...

Pogrzebas Laborzeitung, die bereits seit 1996 regelmäßig erscheint und alle zwei Monate auf Ihrem Schreibtisch liegt, tritt in neuem Gewand auf. PRAXIS BLICKPUNKT lautet der neue Titel. Was bleibt, sind die Intension und der Nutzen für Sie und Ihre Praxis. Denn mit PRAXIS BLICKPUNKT werden Sie weiterhin über Aktuelles und Wissenswertes aus der „Dentalen Welt“ informiert. Sie erfahren alles über Neuheiten bei Pogrzeba, bekommen frühzeitig einen Überblick über Seminartermine und erhalten Einladungen zu Fortbildungsveranstaltungen. Auf den Innenseiten finden Sie meist Fachbeiträge und Erfahrungsberichte aus den Bereichen Praxismarketing, -management und -organisation. Wenn möglich, greifen wir gerne auch Ihre Themenwünsche und Anregungen auf. Pogrzeba freut sich auf den Dialog mit Ihnen.

Viel Spass und gute Laune am Max-Eyth-See

Am 11. Juli 2008 stieg beim „Haus am See“ Pogrzebas Jubiläumsparty zum 40-jährigen Bestehen des Labors. Bei strahlendem Sonnenschein begrüßten Frau und Herr Pogrzeba mit Familie und Team fast 150 Gäste. Selbst die späteren Regengüsse taten der tollen Stimmung keinen Abbruch; und so gingen die letzten Gäste erst gegen 23³⁰ Uhr.



Für das leibliche Wohl und Unterhaltung war bestens gesorgt. Unter anderem „verzauberten“ zwei Künstler die Gäste. Ein weiterer Höhepunkt war sicher die Tombola, die großzügig von zahlreichen Firmen gesponsert wurde. Nach dem reichhaltigen Buffet sorgte ein Eiswagen für einen leckeren italienischen Nachtisch. Alles in allem eine runde, gelungene Feier, die sichtlich Spaß machte. Allen Gästen, Helfern, Gratulanten und Sponsoren nochmal ein herzliches Dankeschön!

ZTM Klaus D. Pogrzeba



Recall auf die andere Art

Patientenbindungs-Impulse durch Patienten-Infopost, Newsletter, Praxiszeitung



Praxis-Hopping, Zahntourismus, zunehmende Billig-Konkurrenz und Versteigerungen von Zahnbehandlungen sind unübersehbare Anzeichen für den schärfer werdenden Wettbewerb unter Zahnärzten und um den Patienten. Kontinuierliche Praxispräsentation und Patientenkommunikation – auch über Kontroll-, Prophylaxe- und Behandlungstermine hinaus – werden daher immer wichtiger für die Patientenbindung und Umsatzsicherung. Patienten-Infopost, Patienten-Newsletter oder Praxiszeitung (gedruckt oder per E-Mail) können der Zahnarztpraxis hier gute Dienste leisten als eine Art „Patienteninformations-Recall“.

Durch den klassischen Wiedereinbestell-Recall kommt der Patient in die Praxis. Durch den Patienteninformations-Recall per Praxiszeitung, Newsletter oder Infopost

„kommt“ die Praxis regelmäßig zum Patienten. Das ist der Unterschied zwischen diesen beiden Arten von „Recall“. Durch diese regelmäßigen Informationen festigen Zahnärzte die Treue ihrer Patienten zur Praxis und die Chance für mehr Empfehlungen steigt.

Warum ist der Patienteninformations-Recall ein effektives Marketinginstrument für die Zahnarztpraxis? Der Patient nimmt während seiner Praxisbesuche zwar auch Informationen über die Praxis auf, er vergisst sie aber meist sehr schnell wieder. Das Praxisteam hat kaum Zeit, Patienten jedes Mal aufs Neue über Praxisbesonderheiten, Leistungsschwerpunkte, Neuheiten, Organisatorisches, spezielle Behandlungsangebote oder Mitarbeiter zu informieren. Viele, an Patienten gerichtete Informationen bergen automatisch auch ein Um-

satzpotenzial in sich. Auch für dessen Ausschöpfung leisten Ihnen Patienten-Infopost, Praxiszeitung oder Newsletter gute Dienste. Sie können damit „in einem Handstreich“ und mit geringem Aufwand eine Vielzahl Ihrer Patienten regelmäßig über Aktuelles und Wissenswertes aus Ihrer Praxis und aus der Zahnmedizin informieren.

„Durch ‘Recall auf die andere Art’ kommt die Zahnarztpraxis intervallweise zum Patienten - per Patienten-Infopost, Newsletter oder Praxiszeitung - gedruckt oder digital“

Zahnarztpraxen, die solche Medien nutzen, geben im Jahr zwei bis vier Ausgaben heraus. Sie praktizieren unaufdringlich das Prinzip „Steter Tropfen höhlt den Stein“ und stellen sicher, dass viele Patienten in Bezug auf ihre Praxis „up-to-date“ sind.

Fazit und Erkenntnisse

- Der Info-Recall stärkt die emotionale Patientenbindung an die Praxis.
 - Beeinflusst positiv das Empfehlungsverhalten von Patienten und somit die Gewinnung neuer Patienten.
 - Unterstützt den Verkauf von Selbstzahlerleistungen.
-

Menschen-Marketing

Wie Sie die emotionale Wirkung Ihres Praxismarketings steigern

„Menschen-Marketing ersetzt nicht die zahnmedizinische Sachinformation und Nutzenargumentation, sondern bereichert Praxismarketing um eine persönlich-emotionale Komponente.“

Eine regelmäßig erscheinende Praxiszeitung oder ein Praxis-Newsletter sind heute in vielen Praxen ein Standardmedium, um Patienten von Zeit zu Zeit über das Praxisgeschehen zu informieren („Recall auf die andere Art“). Dabei empfiehlt es sich, in dem Medium nicht nur rein zahnmedizinische Informationen und Themen für den Patienten zu publizieren. Erfahrungen zeigen, dass die Patienten sich auch sehr stark für die „menschliche“ Seite der Praxis interessieren. Wie zum Beispiel Zahnärzte- und Mitarbeiterinnen-Vorstellungen mit deren Interessen und Hobbys oder Berichte über Betriebsausflüge, Weihnachtsfeiern und andere Aktivitäten des Praxisteam. Wenn sich die Praxis für einen guten Zweck engagiert, ist dies ebenso eine kurze Information wert, wie wenn jemand aus dem Praxisteam einen Marathonlauf geschafft hat oder mit sonst einer besonderen Leistung aufwarten kann. Durch solche personenbezogenen Beiträge sprechen Sie die Emotionen vieler Patienten an, die Ihnen dies mit Interesse, Sympathie und Treue danken werden.

Erkenntnisse aus Patientenbefragungen - 75% lesen das „Menschliche“ zuerst

Vereinzelte Praxen haben eine Patientenbefragung durchgeführt, um zu erfahren, welche Themen in Praxiszeitungen oder Patienten-newsletter von Patienten als interessant bewertet werden und welche Themen und Informationen bevorzugt gelesen werden. Die Ergebnisse bei allen Befragungen: Über 75% der Patienten, die von Ihrer Zahnarztpraxis regelmäßig eine Praxiszeitung oder einen Patienten-Newsletter bekommen, lesen zuerst die „Menschen-Botschaften“. Zahnmedizinische Themen sind durchweg interessant, werden jedoch erst im individuellen Problemfall präferiert.

Die 3-C-Regel für Menschen-Marketing

CHANCE: Medizinern eilt zuweilen das Vorurteil der Unnahbarkeit und Distanziertheit voraus. Seien Sie deshalb mutig, auch Persönliches und Menschliches in Ihren Patienteninformationsmedien zu veröffentlichen. Das bringt Sie und Ihr Team den Patienten sympathisch und emotional näher, was oft eine stärkere Patientenbindung und ein Image-Update bewirkt. Und noch etwas ist wichtig: Menschen-Marketing-Botschaften sind individuell, authentisch und meist einzigartig. Dadurch ist noch echte Differenzierung gegenüber anderen möglich. Sie, als Mensch, sind das Unikat!

COURAGE: Scheuen Sie sich nicht vor persönlichen Themen, in denen Sie, Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Mittelpunkt stehen. Menschen (Patienten) interessieren sich für andere Menschen sowie deren Geschichten und Aktivitäten.

CHARME: Wenn persönliche Informationen und Themen charmant und freundlich oder auch etwas humorvoll formuliert werden, verstärkt sich erfahrungsgemäß die ohnehin schon positive Wirkung der Botschaft zusätzlich.

Eine brütende Ente schreibt Praxisgeschichte

Ein lustiges und zugleich rührendes Beispiel, wie Menschen-Marketing in die Praxiszeitung integriert wurde, ist die Geschichte der Ente (in Wort und Bild), die sich den Balkon der Praxis wiederholt als Brutstätte ausgesucht hat. Patienten interessieren sich dafür, fragen in der Praxis nach, wie es der Ente samt Nachwuchs geht usw. Ob die Vorstellung einer neuen Behandlungsmethode auch so viel Aufmerksamkeit erzielt und die Patienten ebenso motiviert und involviert hätte?

Fazit

Präsentieren Sie - neben Ihren zahnmedizinischen Themen - auch die „menschliche“ Seite Ihrer Praxis. Das ist einfach zu realisieren und schafft Sympathie, Vertrauen und Bindung. Die Patientenbefragungsergebnisse sprechen für sich.

Fortbildungsangebote für das ganze Praxisteam – der Mehrwert-Service bei Pogrzeba

Dass Zahnersatz „Marke Pogrzeba“ hält was er verspricht und Zahnärzte wie Patienten gleichermaßen begeistert, hat sich mittlerweile herumgesprochen. Doch Pogrzeba bietet mehr! Neben der intensiven persönlichen Vor-Ort-Betreuung und Serviceangeboten, wie der verlängerten 5-Jahres-Garantie oder der Zahnersatzfinanzierung, haben sich die Fortbildungsveranstaltungen bei Pogrzeba zu einer wichtigen Dauer-Einrichtung etabliert.

„Die Herstellung provisorischer Kronen“ war das Thema Pogrzebas letzter Veranstaltung am 16. Juli 2008. Auch diesmal waren die Teilnehmer restlos begeistert. Wegen der starken Nachfrage wird die Veranstaltung am Mittwoch, dem 18. Februar 2009 wiederholt.

Die vielen Anfragen waren auch der Grund dafür, dass am 12. September bereits zum dritten Mal der „**Erste-Hilfe-Kurs**“ für Helferinnen und/oder Praxisinhaber stattfindet. Bitte melden Sie sich rechtzeitig an, die Teilnehmerzahl ist wie immer begrenzt.

Einladung zum dritten Erste-Hilfe-Kurs für die Praxis

Termin: Freitag, 12. September 2008,
14⁰⁰ bis ca. 19⁰⁰ Uhr

Referent: F. Günthner, www.guenthner-training.de

Teilnahmegebühr: kostenlos

Anmelden können Sie sich am einfachsten mit der Fax-Antwort. Wir freuen uns auf Sie!

Weitere Seminarthemen 2008/2009:

- | | |
|---|--------------------|
| ■ 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 |
| ■ Schnupper-Seminar: Hypnose in der Zahnarztpraxis | 06. Februar 2009 |
| ■ Herstellung provisorischer Kronen | 18. Februar 2009 |

Weitere Themen in Planung:

- Fotografie in der zahnärztlichen Praxis
- Zahnarztfrau – der unterschätzte Partner
- Dental-TV – nachhaltige Patientinformation
- Zahnersatzfinanzierung und 5-Jahres-Garantie

Termine am besten gleich vormerken!
(Änderungen vorbehalten)

... freecall

0 800 - 7 77 87 90

Fax-Antwort 0711 262 45 40

Wir melden uns **1 Person** **2 Personen** zu folgenden Veranstaltungen an:

- „**Erste-Hilfe-Kurs für Helferinnen und/oder Praxisinhaber**“
12. September 2008, 14⁰⁰- ca.19⁰⁰ Uhr, kostenfrei
- „**HOZ/GOZ Honorarabrechnung (mit Kerstin Salhoff)**“
17. Oktober 2008, 13⁰⁰- ca.18⁰⁰ Uhr, 80,- €/Person
- „**3-D-Implantatplanung – Implantate setzen ohne Risiko**“
5. November 2008, 14⁰⁰- ca.18⁰⁰ Uhr, 120,- €/Person (100,- € für 2. Person)

Namen der Teilnehmer: _____

- Ich wünsche ein **unverbindliches Gespräch** mit Ihrer Praxisbetreuerin Frau Mohr. Bitte nehmen Sie Kontakt mit mir auf.

Praxisstempel

 **Pogrzeba** *führend schön*