

Patientenbedürfnisse und Praxiswirtschaftlichkeit im Blickpunkt

„Nichts ist beständiger als der Wandel“

Dieses bekannte Zitat trifft für Zahnarztpraxen besonders zu. Die strukturellen und gesundheitspolitischen Änderungen haben die Rahmenbedingungen rasant verändert. Der Zahnarzt der Zukunft kann nicht mehr „nur Behandler“ sein, er muss sich in zunehmendem Maße zum vielseitigen Praxis-Unternehmer entwickeln.

Praxismanagement und -organisation sind deshalb heute für jede Praxis ebenso wichtig und überlebensnotwendig, wie die kontinuierliche fachliche Weiterqualifikation und die Ausrichtung des Leistungsspektrums auf die Patientenbedürfnisse.

Passend dazu geht es in der nächsten **Fortbildungsveranstaltung** bei Pogrzeba **am 9. November 2007** um das Thema **Praxisorganisation**. Referentin ist wieder die renommierte Praxistrainerin **Dipl.-Kff. Claudia Huhn** (www.ct-huhn.de).

Wie wichtig und zeitgemäß dieses Thema heute für jede moderne Praxis ist, zeigt schon allein die hohe Bewertung mit 7 Fortbildungspunkten, die für die Veranstaltung nach den Richtlinien der BZÄK/DGZMK vergeben werden.

Was Pogrzeba als Dental-Labor außerdem dazu beitragen kann, Ihre Patienten zu begeistern und deren Treue zu Ihrer Praxis zu stärken, lesen Sie auf der Seite 4.

Einladung zur Fortbildungsveranstaltung „Die Praxisorganisation“

- Wie lässt sich die Wirtschaftlichkeit der Praxis durch gute Organisation zusätzlich steigern?
- Der richtige Weg zur „Wohlfühlpraxis“!
- Wie können Sie Ihre Ziele nachhaltig realisieren?
- Bestellbuch-Regeln, die für Ruhe sorgen!



Diese und andere Themen stehen im Mittelpunkt der nächsten Fortbildungsveranstaltung bei Pogrzeba.



Termin: Freitag, 9. November 2007,
14⁰⁰ bis ca. 19⁰⁰ Uhr

Ort: Pogrzeba DENTAL-LABOR GmbH

Referentin: Dipl.-Kff. Claudia Huhn

Teilnahmegebühr: 100,- € inkl. MwSt.

Am besten, Sie melden sich gleich heute mit der Fax-Antwort auf Seite 4 an. Wir freuen uns, Sie zu der Veranstaltung begrüßen zu dürfen.

Herzlichst, Ihr


ZTM Klaus D. Pogrzeba

Aktuelles und Wissenswertes rund um das Praxismarketing

Dipl.-Kfm. Thomas Merx, MERX & COLLEGEN GmbH, Redaktion **PRAXISKONTAKT**

Immer mehr Werbemöglichkeiten auch für Zahnärzte

Bereits seit einiger Zeit ist niedergelassenen Ärzten auch Anzeigenwerbung erlaubt. Aber es kommt noch besser: Praxisbroschüren, Flyer, Visitenkarten und andere Informationsmaterialien dürfen auch außerhalb der eigenen Praxis ausgelegt werden, so die Fachanwältin für Medizinrecht, Beate Bahner, in ihren Fachartikeln in der Implantologie-Zeitung 8/2006 und KFO-Zeitung 8/2006. Demnach können Praxen ihre Informations- und Werbeunterlagen im Fitness-Studio, beim Bäcker oder sonst wo auslegen - vorausgesetzt, der Inhaber des jeweiligen Betriebes bzw. der Einrichtung stimmt zu. Allerdings muss darauf geachtet werden, dass die Aussagen und Inhalte in den Unterlagen auch zulässig sind. Heilverprechen, für Laien unbekannte Fremdwörter, das Versprechen unklarer Preisnachlässe und Rabatte sind z. B. unzulässig.

Schöne und feste Zähne durch Implantate

Behandlungsspektrum:

- Implantologie und Implantat-Zahnersatz
- 3-D-Implantatnavigation
- Parodontologie mit Knochenaufbau
- Ästhetische Zahnheilkunde
- Individual-Prophylaxe




Dr. Thomas Muster
Musterstraße 11
12345 Musterstadt
Tel. (0123) 45678
info@muster-praxis.de

www.muster-praxis.de

Anzeigenwerbung ist Zahnärzten bereits seit einiger Zeit erlaubt.

Ebenso müssen die Werbeverbote und Vorschriften des Heilmittelwerbegesetzes und des Wettbewerbsrechtes beachtet werden, so die Autorin weiter. Als Fazit stellt die Fachanwältin fest, dass zwar unzulässige Aussagen und Inhalte als berufs- oder wettbewerbswidrig angegriffen werden können, niemals jedoch die Tatsache, dass inhaltlich zulässiges Informationsmaterial außerhalb der eigenen Praxis ausgelegt oder verteilt wird.

In der Praxiszeitung die „menschliche“ Seite der Praxis präsentieren

Eine regelmäßig erscheinende kleine Praxiszeitung oder ein Praxis-Newsletter sind heute in vielen Praxen ein Standard-Kommunikationsmedium, um Patienten von Zeit zu Zeit über das Praxisgeschehen zu informieren. Dabei sollte eine Praxiszeitung nicht nur zahnmedizinische Informationen für den Patienten enthalten. Erfahrungen in vielen Praxen zeigen, dass die Patienten sich vor allem auch 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

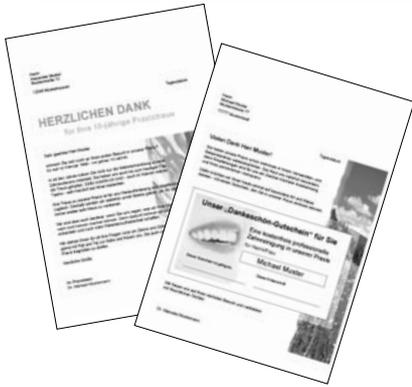
sich die Praxis für einen guten Zweck engagiert, ist dies ebenso eine kurze Information wert, wie wenn jemand aus dem Praxisteam einen Marathonlauf geschafft hat oder mit sonst einer besonderen Leistung aufwarten kann. Durch solche personenbezogenen Beiträge sprechen Sie die Emotionen vieler Patienten an, die Ihnen dies mit Interesse und Sympathie danken werden.

Patientenbriefe - kleine Maßnahmen - große Wirkung

Es gibt viele Gelegenheiten, Patienten mit einem persönlichen Brief zu überraschen. Das sind die „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 kleinen Maßnahmen sind immer wieder ein Vitaminstoß für dauerhafte Patientenzufriedenheit und Patientenbindung.

Briefe, mit denen Sie Sympathiepunkte erzielen

- Willkommensbrief mit Terminbestätigung vor dem ersten Praxisbesuch
- Brief zur Zufriedenheitsab-



frage nach erstem Behandlungstermin

- Anruf nach OP oder größerer Behandlung
- Erklärendes Begleitschreiben zu HKP/Leistungsangebot
- Brief mit Gutschein für PZR nach teurer Behandlung
- Dankeschreiben für das Patientenvertrauen - z. B. nach aufwändiger Behandlung
- Dankeschreiben für langjährige Patiententreue
- Dankeschreiben für Empfehlung
- Gutschein als „Dankeschön“ für Mehrfach-Empfeher
- Brief oder Karte zum Geburtstag des Patienten
- Service-Information mit Tipps rund um die Zahngesundheit

(Ohne Anspruch auf Vollständigkeit)

Die individuelle Praxismappe für Patienten

Bevor ein Kunde eine endgültige Kaufentscheidung trifft, durchläuft er verschiedene Phasen. Eine davon ist die Informations- und Angebotsphase. Der Anbieter versorgt den Interessenten mit allen Informationen, die dieser braucht, um sich ein Bild vom Produkt oder von der Dienstleistung zu machen. Dazu gehören auch Leistungsangebot und Kostenvoranschlag. All das kann im persönlichen Beratungsgespräch erfolgen oder auch schriftlich. Oft werden nach einem Bera-

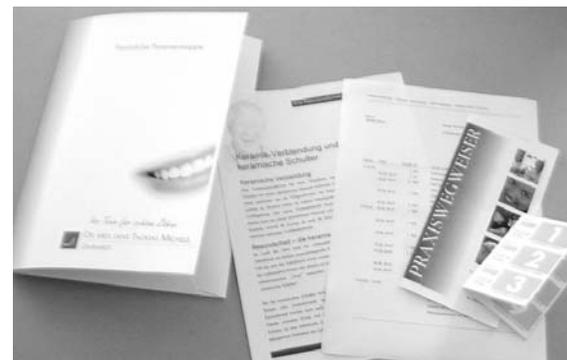
tungsgespräch dem Interessenten weitere Unterlagen mit einem ausführlichen Angebot zugeschickt. Dies wird mittlerweile in sehr vielen Branchen so praktiziert: angefangen vom Möbelhaus, über Autohändler bis hin zu Tagungshotels und Handwerksbetrieben.

Diese Informations- und Angebotsphase kann in hohem Maße - positiv oder negativ - die Einstellung des Kunden zum Anbieter und zu seinem Angebot prägen. Je professioneller und überzeugender der Anbieter in dieser Phase agiert, desto größer sind seine Chancen, das Geschäft zu machen. Deshalb darf man ein Angebot nicht einfach nur machen und abgeben, man muss es auch richtig kommunizieren und präsentieren. Dabei sind Verständlichkeit, Klarheit und Einfachheit entscheidende Erfolgsfaktoren. Vielen Angeboten folgt kein Kauf, weil der Kunde nicht nachvollziehen kann, was er für sein Geld bekommt. Der Kunde ist verunsichert. Er zweifelt, weil ihm das Angebot zu kompliziert ist und zu viele Fragen unbeantwortet lässt und zieht sich dann oft zurück.

Wenn Kunden heute ein Angebot mit ausführlichen Informationen über ein Produkt oder eine Dienstleistung erhalten, so wird dies oft in einer ansprechenden Angebotsmappe präsentiert. Besonders dann, wenn es sich um hochwertige und hochpreisige Angebote handelt. Auch Zahnärzte haben die Praxismappe als Präsentationsinstrument für Ihre Patienten entdeckt, wenn Behandlungen in der höheren Preisklasse anstehen. In die

Praxismappe werden zum Beispiel Behandlungsvorschläge, HKP, Leistungsangebote, Patienteninformationen, Praxisbroschüre oder Praxisflyer, Garantieinformationen und andere wichtige Patientenunterlagen eingelegt und dem Patienten mit nach Hause gegeben oder zugeschickt. Die Praxismappe für Patienten wird individuell auf das Erscheinungsbild der Praxis abgestimmt. Sie ist in den Praxisfarben und mit dem Praxislogo gestaltet und kann ggf. bebildert werden, um einen noch ansprechenderen optischen Eindruck zu erzielen. Ferner enthält die Mappe eine Vorrichtung zum Anbringen einer Visitenkarte.

Die individuelle Praxismappe hat eine praktikable und eine emotionale Funktion. Praktikabel, weil der Patient in der Mappe alle wichtigen Unterlagen, Angebote und Informationen vollständig zur Hand hat. Emotional, weil aufgrund der Mappe die darin enthaltenen Unterlagen beim Patienten an Aufmerksamkeit und Wertigkeit gewinnen. Aufgrund des positiven Überraschungseffektes, den die Praxis durch die Mappe bei vielen Patienten erzielt, wird sie zusätzlich als attraktiver Praxisservice wahrgenommen.



Praxismappe für Patienten - zur Angebotspräsentation und für die Aufbewahrung wichtiger Patientenunterlagen.

Patientenbindung durch wunschgerechten Zahnersatz und Service

Zahntechnische Arbeiten mit treffsicherer Ästhetik und Präzision sorgen nicht nur für eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen Zahnarztpraxis und Labor, sondern sind auch die Basis für eine hohe Patientenzufriedenheit.

Pogrzeba weiß, wie wichtig es für Sie ist, dass der Zahnersatz optimal passt, die Eingliederung einfach von der Hand geht und die neuen Zähne schön aussehen. Dies macht auch bei Patienten einen guten Eindruck und schafft Empfehlungen für Ihre Praxis.

Dabei schätzen viele Kunden besonders, dass Pogrzeba auch „über den Tellerrand hinaus-schaut“ und oftmals Lösungen und Serviceleistungen bietet, die Ihnen und Ihren Patienten mehr Nutzen bieten.

Was die verwendeten Materialien und Technologien anbelangt, können Sie sich auf sichere, bewährte Systeme verlassen, die ein breites Behandlungsspektrum ermöglichen – gleichzeitig aber das Ziel verfolgen, den Material-Mix im Mund des Patienten zu reduzieren. Denn die Zahl allergiebetreffender Patienten und die Häufigkeit auftretender Materialunverträglichkeiten nimmt zu.

Mit ■ Luxene ■ Vollkeramik OPC ■ palladium-freien Legierungen von Argon und ■ nickelfreien Legierungen für Kronen, Brücken und Modellguss sind Sie und Ihre Patienten auf der sicheren Seite.

Abgerundet wird Pogrzebas Leistungsangebot durch den persönlichen Vor-Ort-Service unserer Praxisbetreuerin Martina Mohr, sowie durch attraktive Dienstleistungen, die Pogrzebas Kunden gerne in Anspruch nehmen. Dies bestätigt auch das Ergebnis der Umfrage in der letzten PRAXIS-KONTAKT-Ausgabe. Die folgenden zwei Service-Highlights bekamen dabei neben der persönlichen Beratung die höchsten Bewertungen:

■ 5 Jahres-Garantie mit Abdeckung des Zahnarzthonorars

Seit dem 1. September 2007 gibt es bei Pogrzeba die erweiterte Garantie für VISION Edelmetall-Arbeiten. Die Praxen sind begeistert, wenngleich sich der Nutzen erst in sechs Monaten bemerkbar machen wird, wenn die ersten Patienten zur Kontrolluntersuchung in die Praxen kommen.

■ Zahnersatzfinanzierung ab 0,0%

Auch die Zahnersatz-Finanzierung wird immer häufiger in Anspruch genommen. Ein Service, von dem Patient und Praxis gleichermaßen profitieren. Der Patient kommt in den Genuss günstiger Teilzahlungskonditionen. Die Praxis hat schon nach ca. einer Woche den Patientenanteil auf dem Konto, ohne dass gemahnt oder nachgehakt werden muss – einfach großartig!

... freecall

0 800 - 777 8790



Fax-Antwort 0711 262 45 40

- Wir melden uns mit ___ Personen zur Fortbildungsveranstaltung „**Die Praxisorganisation**“ am **09.11.2007** an. Die Teilnahmegebühr beträgt 100,- €/Person, inkl. MwSt.
- Ich wünsche ein **unverbindliches Gespräch** mit Ihrer Praxisberaterin Frau Mohr. Insbesondere interessiert mich:
 - Erweiterte 5-Jahres-Garantie
 - Zahnersatz-Finanzierung
 - _____
 - _____

Bitte rufen Sie mich zur Terminvereinbarung an.

Praxisstempel

 **Pogrzeba** *führend schön*