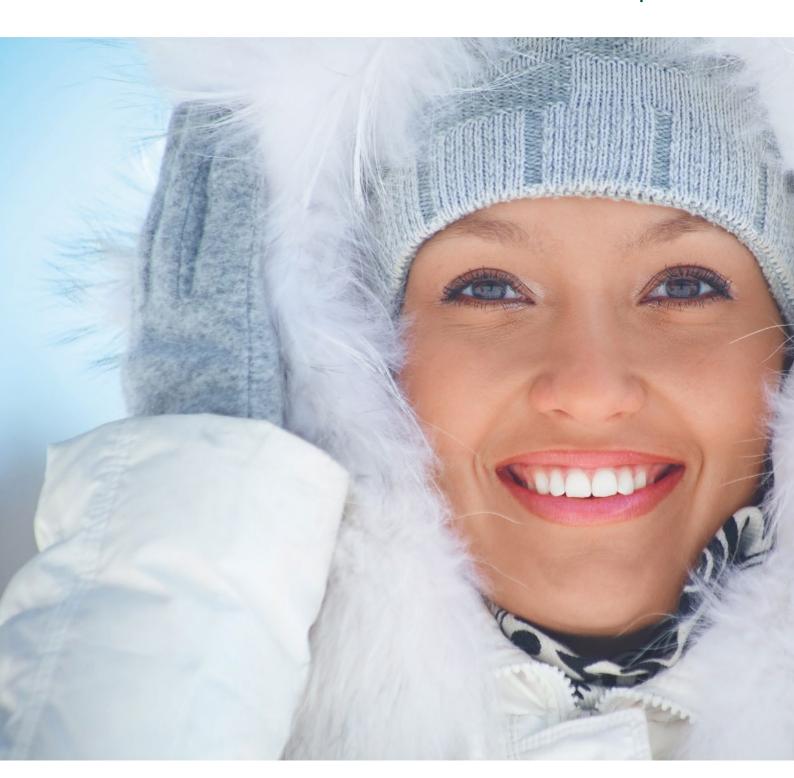
## goDentis

Ihr Partner für Zahngesundheit und Kieferorthopädie



goDentis NEWS

**06** 2015

## Marketing mit Konzept

m2c

medical concepts& consulting

In der vierteiligen Serie
"Marketing mit Konzept" gibt
Praxisberaterin Nadja Alin Jung
Marketing-Tipps, von denen
sowohl etablierte Praxen als
auch Neulinge in Bezug auf
Neupatientengewinnung und
-bindung profitieren können.
Teil I dreht sich um die wichtigen
Fragen, wie man sich die richtigen
Ziele setzt und warum es nicht
weniger wichtig ist zu wissen, wo
man "herkommt".

"Läuft doch prima." Dieser banal daherkommende Satz kann im einen Moment noch richtig sein und eine Praxis im nächsten Moment an den Rand des Zusammenbruchs bringen. Ein realer Fall aus meiner Beratung: Ein Zahnmediziner hat die Praxis mit den perfekten Zahlen gefunden, mit hervorragendem Patientenstamm und treuem Klientel. Kurz: Die Praxis brummt. Warum etwas ändern oder sogar Geld für zusätzliche Marketingmaßnahmen ausgeben?

Dann machen innerhalb eines Jahres drei Kollegen in unmittelbarer Umgebung auf und das mit modernen neuen Praxen und klarer Spezialisierung. Eine Entwicklung, der die Praxis ad hoc nichts entgegenzusetzen hat. Kein Konzept. Keinen Plan. Die Zahlen fallen innerhalb eines Jahres erheblich.

Um auch auf Unvorhergesehenes vorbereitet zu sein, empfiehlt es sich, die Praxis kontinuierlich zu verbessern, das Gewohnte immer wieder in Frage zu stellen bzw. die Praxis von Anfang an entlang eines klaren Konzepts aufzustellen und dieses regelmäßig zu überprüfen. Ist die Entscheidung gefallen, Zeit in die eigene Praxis- und somit Marketingstrategie zu investieren, haben sich klar definierte Schritte bewährt, die wir Ihnen in dieser Serie vorstellen. Am Anfang steht dabei die zentrale Frage: Wohin wollen Sie mit Ihrer Praxis?

Ihre Zielsetzung bestimmt alles Weitere. Deshalb nehmen Sie sich die Zeit und reflektieren noch einmal über kurz- und langfristige Ziele Ihrer Praxis. Wo möchten Sie mit Ihrer Praxis in einem bzw. in drei Jahren stehen? Wollen Sie expandieren und brauchen mehr Patienten? Haben Sie bereits einen Kollegen / eine Kollegin eingestellt und müssen nun für entsprechende Auslastung sorgen? Möchten Sie zum Beispiel das Image Ihrer Praxis

aufbessern oder "die richtige"
Patientenzielgruppe ansprechen?
Müssen Sie die Prophylaxe stärker
ausbauen? Wenn Sie mehr als eine
der Fragen mit "ja" beantwortet
haben, stellt sich zusätzlich die
Herausforderung zu entscheiden,
was Sie als erstes mit wie viel
Energie und Ressourcen angehen
sollen.

Diese Entscheidung erleichtert der realistische(!) Blick auf den Ist-Zustand Ihrer Praxis. Wie dieser aussehen kann und was dabei hilfreich ist, erfahren Sie im zweiten Teil der Serie.



Nadja Alin Jung
Dipl. Betriebswirtin
m2c,medical concepts & consulting

Tel. 069.460 937 20 info@m-2c.de

www.m-2c.de

