



haru natsu kobo - Fotolia

CHEFSACHE

Der zufriedene Patient

Sich nur um das zahnmedizinische Wohl der Patienten zu kümmern, das reicht heute nicht mehr aus. Das Motto lautet: Service, Service und noch mal Service. Denn Dein Patient soll sich von A bis Z wohlfühlen.



Dass Service heute eine große Rolle spielt, weiß Zahnärztin Judith Mann aus Stuttgart aus eigener Erfahrung. Auch für sie ist es in ihrer Assistenzzeit wichtig, die Patienten nicht nur von ihrer Behandlungsqualität, sondern auch von einem guten Service zu überzeugen.

„Stellen wir uns Folgendes vor: Einem Patienten steht eine größere Behandlung bevor, der er mit Unbehagen entgegenseht. Dazu ist er auch noch gerade beruflich sehr eingespannt und kommt völlig gestresst bei Dir in der Praxis an. Besonders in einer solchen Situation kannst Du beweisen, dass das Wort Service bei Dir nicht bloß eine Phrase ist“ sagt Mann. Es gilt, den Patienten so gut wie möglich zu beruhigen, für eine entspannte Atmosphäre zu sorgen und ihm das Gefühl zu geben, dass sein Wohl zu jeder Zeit im Mittelpunkt steht.

Die 24-Stunden-Online-Terminvergabe

Das beginnt schon beim Empfang, wie die Zahnärztin erklärt: "Sobald der Patient die Praxis betritt, ist es unerlässlich, sofort Blickkontakt von Seiten des Empfangsteams herzustellen und ihm zu vermitteln, dass er die ungeteilte Aufmerksamkeit hat.

Ein guter Service ist auch, wenn der Patient seinen Termin zuvor online buchen konnte. Denn Zeit ist heutzutage für viele Menschen ein wertvolles Gut. "Das bedeutet: je weniger Aufwand und je unkomplizierter, desto besser. Also: Richte eine 24-Stunden-Online-Terminvergabe ein - Deine Patienten werden es Dir danken.

Guter Kaffee und Entertainment

Genau diese scheinbaren Kleinigkeiten machen den Unterschied. "Gute Behandlungsqualität wird inzwischen als Basis vorausgesetzt. Um sich von Kollegen abzuheben, muss man den Patienten begeistern, ihn überraschen", betont Mann. Das schafft man beispielsweise, indem man im Wartezimmer nicht nur Zeitschriften anbietet, sondern auch W-LAN oder gar einen iPad-Service zur Verfügung stellt. Auch ein guter Kaffee oder Tee kann enorm viel dazu beitragen, dass sich der Patient wohlfühlt und die Wartezeit wie im Flug vergeht. Kleine Extras bei der Behandlung wie beispielsweise wählbare Musik oder Video-Brillen bei der Behandlung solltest Du unbedingt als Service-Chance erkennen, die Deine Praxis von anderen abhebt.

Der Faktor Wartezeit

Dazu trägt auch der Faktor Wartezeit bei. Kurze Wartezeiten sind längst nicht in allen Praxen eine Selbstverständlichkeit. Dabei sollten sie das sein. Denn kaum etwas stresst Menschen mehr, als dass sie irgendwo mehr oder weniger untätig sitzen und der Dinge harren müssen. Deshalb gilt: Plane Deine Termine realistisch und strukturiert, briefe Dein Team entsprechend, um eine reibungslose und optimale Auslastung in den Zimmern zu gewährleisten.

„Wir richten in unserer Praxis für Schmerzpatienten spezielle Pufferzeiten ein, um den Bestellpatienten so unnötiges Warten zu ersparen“ wirft Judith Mann ein, denn sie kann selbst bestätigen: "Ein von langen Wartezeiten verärgerter Patient ist ein unzufriedener Patient - der es sich zweimal überlegen wird, ob er wiederkommt."

Guter Service - weitersagen!

Blogger



Nadja Alin Jung
Diplom-Betriebswirtin,
BdZA-Generalsekretärin

Nadja Alin Jung ist
Gründerin und
Geschäftsführerin des
Unternehmens "m2c |
medical concepts &
consulting".

Rubriken

- AUS DEM AUSLAND
- STUDENTISCHES
- PRO & CONTRA
- STATEMENT
- CHEFSACHE
- KOLUMNE

letzte Einträge

- CHEFSACHE 15.08.2014
Der zufriedene Patient
- KOLUMNE 14.08.2014
Dein Zahn komme
- AUS DEM AUSLAND 11.08.2014
Out of Namibia 5
- AUS DEM AUSLAND 08.08.2014
Out of Namibia 4

meistgeklickt

- Unterkieferfraktur nach Weisheitszahnentfernung**
[mehr](#)
- Die neue Tabakrichtlinie der EU**
[mehr](#)
- DAK vermittelt online Zahnarzttermine**
[mehr](#)

WERBLICHER INHALT

MARKT Neues für Ihre Praxis

Dementsprechend wird er ein Service-Manko wie eben eine lange Wartezeit sicher auch erwähnen, wenn er über Deine Praxis spricht. Selbst wenn er mit der Qualität der Behandlung rundum zufrieden war. Womit wir beim nächsten Punkt sind: der Weiterempfehlung.

Neue Patienten gewinnt man vor allem dadurch, dass bestehende Patienten positiv von einer Praxis berichten. Bei Mund-zu-Mund-Propaganda ist es egal, ob man eine Land-oder Stadtpraxis betreibt. Wenn Du es schaffst, jedem Deiner Patienten neben einer sehr guten Behandlung noch einen sehr guten Service zuteil werden zu lassen, der in anderen Praxen nicht geboten wird, dann sind Dir Weiterempfehlungen gewiss.

„Gerade in diesem Zusammenhang ist es wichtig, sich auch um das Wohl seiner langjährigen Bestandpatienten zu kümmern. Man muss seine Patienten einfach so begeistern, dass sie die Praxis auf jeden Fall weiterempfehlen“, sagt Zahnärztin Judith Mann.

Dafür reicht es aber natürlich nicht aus, den Patienten mit besonderen Annehmlichkeiten während des Praxisbesuchs zu beeindrucken. Natürlich hat die Qualität Deiner Behandlung einen herausgehobenen Stellenwert in der Service-Beurteilung durch den Patienten. "Unser Beruf basiert auf einem Vertrauensverhältnis zum Patienten. Das erreicht man, indem man seinen Patienten zuhört und auf Anliegen und Wünsche oder auch Ängste mit entsprechendem Fingerspitzengefühl eingeht", weiß Judith Mann.

An einem (Service-)Strang ziehen

Darüber hinaus ist es enorm wichtig, dass das gesamte Team einen guten Service leistet - vom Empfang bis hin zur Prophylaxe. Dafür gilt es, mit gutem Beispiel voran zu gehen, beispielsweise wenn es um den höflichen und freundlichen Umgang mit Patienten geht.

Nutze regelmäßige Team-Meetings dazu, um auch in diesem Bereich Standards zu setzen. Gib Deinen Mitarbeitern Raum für neue Ideen, um den Praxisaufenthalt für den Patienten so angenehm wie möglich zu gestalten.

„Deine Mitarbeiter bekommen im Umgang mit den Patienten ein gutes Gefühl dafür, was diese von einer Praxis erwarten - und welche kleinen Service-Extras positiv ankommen. Guten Service kann nur ein Mitarbeiter leisten, der sich in seinem Arbeitsumfeld wohlfühlt. Schlechte Stimmung in der Praxis bemerkt der Patient sofort - ein klares Service-Minus. Deshalb spielt die Motivation des eigenen Teams auch im Rahmen einer servicestarken und patientenorientierten Praxis entscheidend mit rein“ erläutert Judith Mann noch einmal mit Nachdruck.

Patienten beurteilen die Praxis

Wenn Du all diese Punkte beherzigt, wirst Du sicher Deine Bestandpatienten rundum zufrieden stellen und viele neue Patienten hinzugewinnen - Stichwort: Empfehlungsmarketing. Um beim Thema Service immer am Ball zu bleiben und ihn weiter zu optimieren, ist es empfehlenswert, einmal im Jahr eine Beurteilung Deiner Patienten per Fragebogen einzuholen, bei der das Thema Service eine herausgehobene Rolle hat.

So bindest Du Deine Patienten aktiv mit ein Deine Leistungen zu verbessern und kannst dabei sehr individuell auf die Wünsche und Tipps Deiner Patienten eingehen und diese beherzigen.

Autorin Nadja Alin Jung

Co-Autorin Zahnärztin Judith Mann, Praxis Dr. Tobias Feise, Stuttgart

Mehr zum Thema

NACHRICHT 13.06.13 / 08:56

Eine Finanzspritze für Patienten



BERICHT 26.05.14 / 11:10

Die Gehörlosenpraxis

NACHRICHT 17.07.14 / 13:03

Sehr zufrieden mit der Wartezeit auf Zahnarzttermin

ANZEIGE

Gut zu wissen aidshilfe.de
Deutsche AIDS-Hilfe



Leserkommentare (0)

Sie müssen angemeldet sein, um kommentieren zu können

[anmelden](#) | [registrieren](#)

[UMFRAGEN](#) | [JAHRES-CD](#) | [NETIQUETTE](#) | [FÜR VERANSTALTER](#)



Suchbegriff oder zn-Code eingeben