



START ICH WILL PRAXIS DOROTHEES WEG



Werblicher Inhalt

| | | | | | | | | |
|--------------|-----------------------|------------------|--------------------------|---------------|------------------|-----------------|-------------------------|------------|
| Finanzierung | Dentale Implantologie | Fokus Endodontie | Faires Premium-Implantat | Praxissysteme | Implantatsysteme | Dental Start-Up | Ästhetischer Zahnersatz | Implantate |
|--------------|-----------------------|------------------|--------------------------|---------------|------------------|-----------------|-------------------------|------------|



Endlich - die Gäste können kommen. Und die Patienten auch. © gow27 - Fotolia

PRAXISGRÜNDER

Hereinspaziert!

Das Sahnehäubchen der Praxiseröffnung ist der Eröffnungstag. Intensive Monate der Gründung und Findung liegen hinter Ihnen. Zeit, diese Phase abzuschließen und in die neue Ära des Praxisdaseins zu treten.

Zwischen Praxisgründung und Praxiseröffnung liegt die Einweihung. Nutzen Sie diese Veranstaltung, um ein wenig von dem Stress der letzten Monate abzuschütteln und sich zu präsentieren. Und seien Sie offen für das erste Feedback: Ein Tag der offenen Tür ist die perfekte Möglichkeit für Praxis-Team und Patienten, sich in lockerem Rahmen kennenzulernen, Fragen zu stellen und seitens der Gäste einmal Mäuschen spielen zu dürfen. Ein Erlebnis für alle – vorausgesetzt, Sie haben vorab an alles gedacht.

Planen Sie Puffer ein

Der Eröffnungstag ist in seinen Anforderungen nicht zu unterschätzen und sollte gut geplant sein. Bedenken Sie auch, dass es sich dabei in erster Linie um Marketing handelt, das heißt, es geht darum, wie Sie wahrgenommen werden – um Ihr Image. Sie müssen mit Ihrer Person, Ihrem Team und der Praxis überzeugen. Eine Planungsphase von mindestens zwei Monaten vor dem Eröffnungstag sollte dabei einkalkuliert werden, damit Sie genug Puffer haben, auch auf ungeplante Stolpersteine zu reagieren.

Zuerst einmal gilt es einen Tag festzulegen. Welcher Wochentag soll es sein? Lieber vormittags? Oder doch besser am Nachmittag? Richten Sie sich hier nach der von Ihnen adressierten Zielgruppe. Legen Sie dabei frühzeitig Zuständigkeiten fest: Sie müssen nicht alles allein machen. Ihr Team freut sich, in die Planungs- und Umsetzungsphase einbezogen zu werden. Dass das Wir-Gefühl steigt, ist dabei ein schöner Nebeneffekt.

Wer sind Ihre Gäste?

Entscheiden Sie, wer eingeladen werden soll. Handelt es sich um eine Neugründung, ist die Zielgruppe klar. Geht es um eine Übernahme, sollten Bestands- und Neupatienten

zm starter NEWSLETTER PRAXISGRÜNDER

ICH WILL PRAXIS

REPORTAGE
Es ist ein Glücksfall
Mit seiner Aufnahme in die Elite war Kloetzs Leben auf eine andere Ebene verflückt, es war der erste und entscheidende Schritt in seiner Entwicklung gewesen.

REISEBEREICH
Eine wunderbare Hektik
Auch gibt es moments, der der Schmerz an sich hat, auch oder nicht, nur, weil er Schmerz ist, es ist dann, es kommt zu zufälligen Umständen, in denen Mücken.

ZUR ANMELDUNG

zm Starter Praxisgründer Newsletter

DOROTHEES WEG

"So stelle ich mir meinen Standort vor"

mehr ▶

Willkommen bei der

HypoVereinsbank
Unternehmer Bank

Member of UniCredit

Neues aus Starter

gleichermaßen an Aufmerksamkeit erfahren. Vergessen Sie auch Ihre Partner wie beispielsweise das Dentallabor nicht – schließlich interessiert Ihre Gäste, wer hinter den Dienstleistungen steht, die sie in Anspruch nehmen. Auch Familie und Freunde dürfen kommen, sie haben Ihnen doch in den vergangenen Monaten den Rücken freigehalten und Sie bei allem tatkräftig unterstützt.

Je nachdem, wie ausgeklügelt Ihr Marketing-Konzept ist, sollte auch die Presse berücksichtigt werden. Eine positive Berichterstattung ist Gold wert und bringt Sie den Menschen in Ihrer Niederlassungsumgebung näher.

Das Marketing läuft an

Ist die Gästeliste komplett, gilt es, die Zielgruppe entsprechend zu informieren. Für Bestandspatienten ist ein postalisches Schreiben gut geeignet sowie Flyer, die in der Praxis ausliegen, beziehungsweise kleine Poster oder Aufsteller. Müssen Sie sich erst noch einen Patientenkreis erarbeiten, bietet sich eine großangelegte Werbeaktion an. Auch an Zeitungsanzeigen sollten Sie in diesem Fall denken und daran, das Event auf Ihren Online-Kanälen zu bewerben. Für das Gelingen einer jeden Veranstaltung ist ein gutes Marketing elementar – schließlich wäre nichts dramatischer, als besagte zwei Monate mit Planen und Organisieren zu verbringen, um dann festzustellen, dass nur ein Bruchteil der erhofften Gäste kommt.

In dem Moment, wo Sie Ihren Eröffnungstag publik machen, sollte das Programm zumindest theoretisch stehen. „Wer bin ich? Was möchte ich vermitteln? Und wie kann ich das transportieren?“ sind die Grundsatzfragen, die Sie sich stellen müssen. Bleiben Sie ehrlich gegenüber sich selbst und planen Sie die Veranstaltung zielgruppengerecht. Niemand erwartet von Ihnen ein auf die Minute getaktetes Event, das perfekt organisiert ist und keinen Raum für Spontanität lässt. Vielmehr wünschen sich Ihre Gäste, dass sie Sie und Ihr Team kennenlernen können, dass sie Informationen zu Ihren Leistungen erhalten – und das Ganze natürlich verpackt in einem netten Rahmenprogramm. Kurze Infovorträge sind in Ordnung, zu theoretisch sollte der präsenzierte Stoff jedoch nicht sein. Bieten Sie besser kleine Rundgänge durch Ihre Räumlichkeiten an und lassen Sie das Fachliche ganz nebenbei einfließen. Hat ein Patient konkreten Informationsbedarf, wird er Sie nicht im Rahmen der Eröffnung damit belangen, sondern sich Informationsmaterial aus der Praxis mitnehmen und Sie zu einem späteren Zeitpunkt zu einem persönlichen Beratungsgespräch aufsuchen.

Wobei wir beim nächsten Punkt sind: der Selbstvermarktung. Denken Sie daran, ausreichend Flyer und Broschüren bereitzuhalten, denn diese werden die Gäste zur Nachbereitung Ihres gemeinsamen Kennenlernens mit nach Hause nehmen. Schaffen Sie außerdem kleine Anreize, Sie zu besuchen. Wie wäre es mit netten Mitmach-Aktionen, die nicht viel kosten, aber für strahlende Gesichter sorgen, besonders bei den kleinen Gästen?

Letzte Schritte vor der Party

Bei Ihrer Eröffnungsfeier gilt es vieles zu bedenken – in der Praxis selbst, aber auch um die Praxis herum. Denken Sie an Hinweisschilder – schließlich wollen Sie auch gefunden werden. Sind ausreichend Parkplatzmöglichkeiten vorhanden? Können die Gäste die Garderobe ablegen? Benötige ich zusätzliche Sitzmöglichkeiten? Ein Catering, eine Kinderanimation, Personal oder Musik: Alles Überlegungen, die erforderlich sind, besonders auch in Hinblick auf Ihren Budgetplan. Möchten Sie die Feier auf dem Außengelände stattfinden lassen, muss geprüft werden, ob es sich um öffentlichen Raum handelt. Gegebenenfalls müssen hierfür dann im Vorfeld Genehmigungen beantragt werden. Natürlich dürfen Sie in diesem Zusammenhang auch an all die schönen Dinge denken, die einen Eröffnungstag erst richtig rund und bunt machen: Dekoration.

Seien Sie der entspannte Troubleshooter!

Ist der große Tag gekommen, entspannen Sie sich, genießen Sie die Feier – schließlich haben Sie alles so gut geplant, strukturiert und organisiert, dass überhaupt nichts mehr schiefgehen kann!

Versuchen Sie, nicht nur auf fachlicher Ebene Ansprechpartner zu sein, sondern auch auf der menschlichen. Verstellen Sie sich nicht, wecken Sie Emotionen durch Natürlichkeit und bleiben Sie besonders eins: Sie selbst. Denn sollte das Catering ausgehen, die Musikanlage ausfallen oder das Glücksrad sich in seine Einzelteile auflösen, haben Sie nur als entspannter Troubleshooter die nötige Gelassenheit, bestmöglich darauf zu reagieren.

Die Eröffnungsfeier: Ein Sahnehäubchen, das es in sich hat! Die Patienten werden es Ihnen danken und eine Veranstaltung dieser Art noch für lange Zeit in guter Erinnerung behalten.



Nadja Alin Jung

Nadja Alin Jung ist diplomierte Betriebswirtin, zertifizierte Praxis- und Qualitätsmanagerin im Gesundheitswesen und Unternehmensinhaberin von m2c | medical concepts & consulting.

GRÜNDUNG 04.03.2016
Schwangerschaft und eine eigene Praxis: Geht das?

ANSTELLUNG 04.03.2016
Gute Gespräche mit den Patienten führen