

Ein Treibhausklima für Weiterempfehlungen entwickeln



Gert-T. Martenson:

„Auslöser für Empfehlungen sind vor allen Dingen Befindlichkeiten rund um den Zahnarztbesuch des Patienten. Über einen Regenschirm der überreicht wird, damit der Patient ohne nass zu werden zu seinem parkenden Auto kommt, wird der Patient voller Begeisterung mit anderen sprechen. Wahrscheinlich mehr als über die selbstverständlich erfolgreiche Zahnbehandlung!“

In einem ethisch vertretbaren Rahmen sind Zahnarztpraxen heute zugleich auch Dienstleistungsunternehmen im Gesundheitsmarkt.

Aus Standesgründen verzichten Zahnarztpraxen auf anpreisende und vergleichende klassische Werbung. Darum generiert sich Erfolg über Weiterempfehlungen durch Patienten. Angestoßen durch jeden einzelnen Menschen in einem Praxisteam.

Im Mittelpunkt der Praxisbeurteilungen durch die Patienten stehen mehr denn je die Dienstleistungsqualität und die Kommunikationsfähigkeit.

Das zeigt auch eine Befragung von 9.700 Patienten in 204 Praxen. In dieser Befragung waren die Patienten mit der zahnärztlichen Behandlung ausgesprochen zufrieden. Deutlich weniger zufrieden waren die befragten Patienten mit der Qualität der Betreuung. Als Schwachstellen wurden genannt: Lange Wartezeiten, gestresste Mitarbeiterinnen mit Freundlichkeitsdefiziten, Mangel an Diskretion sowie zu wenig Zuwendung.

Ist das Ergebnis dieser Befragung nicht verständlich? Ja, denn der Patient kann die Dienstleistungsqualität in einer Zahnarztpraxis besser beurteilen als die zahnärztlichen Leistungen.

Auslöser für Empfehlungen sind darum vor allen Dingen Befindlichkeiten rund um den Zahnarztbesuch. Über einen Regenschirm der überreicht wird, damit der Patient ohne nass zu werden zu seinem parkenden Auto kommt, wird der Patient voller Begeisterung mit anderen sprechen. Wahrscheinlich mehr als über die eigentliche selbstverständlich erfolgreiche Zahnbehandlung.

Eine weitere Erkenntnis sollte uns nachdenklich stimmen: „Über negative Erlebnisse reden Patienten etwa 7 Mal häufiger“. Darum gilt es Zufriedenheitsmängel systematisch zu beseitigen.

Hier einige mögliche Quellen von Zufriedenheitsmängel:

Telefonkontakt:

Schlechte Erreichbarkeit – Patient erlebt dauernde Besetztzeichen

Ansagetext ohne Lösungsansatz wie z.B. Rückrufangebot

Sehr langfristige Terminvergabe

Ungeschicktes und nicht dienstleistungs- und lösungsorientiertes Verhalten am Telefon

Erreichbarkeit der Praxis:

Fehlende Anfahrtsbeschreibung

Schlechte Parkmöglichkeiten

Keine Ausschilderung der Parkmöglichkeiten

Hohe Parkgebühr und keine Erstattung

Praxisschild ohne Wegweiser

Kein Fahrplan für Bus und Bahn

Empfang an der Rezeption sowie Wartezeit

Zu geringe Aufmerksamkeit beim Eintritt des Patienten (Fehlender „roter Teppich“ Effekt)

Unpersönliche wenig herzliche Ansprache bei der Patientenaufnahme

Abläufe mit wenig Rücksicht auf das persönliche Wohlbefinden des Patienten.
(Zahnmedizinische Mitarbeiterinnen gestalten eine Art „warm up“ für das Beratungsgespräch des Zahnarztes).

Patient empfindet Diskretionsprobleme

Keine Angaben über voraussichtliche Wartezeit

Trotz Termin lange Wartezeiten

Keine Zwischeninformation und alternativen Lösungen bei Wartezeitverlängerungen

Mangelhaftes Problemlösungsverhalten bei Reklamationen und Konflikten

Wartezimmer:

Nicht zielgruppengerechte, zerlesene Zeitschriften - Kein wlan-Empfang

Kalte Atmosphäre

Keine Getränkeversorgung

Unpersönlicher Aufruf anstatt Abholung und Begleitung in den Behandlungsraum

Untersuchung

Zu lange Wartezeiten! Oft gefangen im Behandlungsstuhl und ohne „warm up“- Bemühungen der assistierenden Mitarbeiterin

Unpersönliche Begrüßung des Patienten durch den Zahnarzt

Zu wenig Fragen nach den Vorstellungen und Gedanken des Patienten

Spannungsfördernde Untersuchung ohne Kommentierung

Keine Rücksicht auf eventuell vorhandene Ängste

Abwertende statt aufbauende Formulierungen

Beratungsgespräch

Keine SmallTalk-Phase, um den Patienten für den Dialog aufzuschließen

Zu wenig Fragen um die Gedanken und Vorstellungen des Patienten berücksichtigen zu können. Ein Mangel Erlebnis und Beweggrund wird für den Patienten nicht wirkungsvoll erkennbar. Nur mit Mangel Erlebnissen können sich Nutzenerlebnisse im Kopf des Patienten entwickeln, damit er für die bestmögliche Lösung brennt.

Monolog und Informationsüberfütterung anstatt Dialog

Preisgespräch und Kostenplan

Unprofessionelle Preisgespräche

Kostenplan ohne Nutzendarstellungen für den Patienten

Fehlender Überblick nach Kostenplanerstellung ob und wann der Patient behandelt wird

Behandlungsablauf

Kein Überblick über die anstehenden Behandlungsschritte

Keine Informationen darüber, warum was gemacht wird

Keine Vorwarnungen vor einem unangenehmen Behandlungseingriff

Eine Stärken/Schwächen-Analyse ist Grundlage einer Zielfindungssystematik, die zur Einleitung eines kontinuierlichen Fähigkeitsaufbaus führt.

Gerne unterstütze ich den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in Ihrer Zahnarztpraxis!

Siehe Link: <https://www.pulsiv-training.de/coaching-und-training-mit-dem-gesamten-praxisteam/>

Ihr



Gert-T. Martenson


PULSIV
Martenson GmbH

Tel. 02358 90880

Fax 032223946630

E-Mail: gert@martenson.de

www.martenson.de