

## Serviceklassen der Airlines mit Zahnarztpraxen vergleichbar?



Gert-T. Martenson:

„Airlines wie z.B. die Lufthansa kennen 4 Serviceklassen. Die Economy Class, die Premier Economy Class, die Business Class und die First Class.

Einmal angenommen es würde diese Serviceklassen auch für Zahnarztpraxen geben. Wo ordnen Sie Ihre Praxis ein? In welche Serviceklasse würden die Patienten Ihre Zahnarztpraxis einordnen? Vielleicht wollen Sie ja auch zu einer der anderen Serviceklassen aufsteigen?“

### **Economy Class:**

Eine gute Economy Class Praxis zeichnet sich dadurch aus, dass der Patient nicht lange warten muss, dass das Team sehr freundlich und hilfsbereit ist. Diskretion wird beachtet. Das Wartezimmer ist ansprechend eingerichtet, die Zeitschriften sind aktuell. Aktuelle Fahrpläne hängen aus. Die Rufnummer der Taxizentrale ist stets griffbereit. Sind das nicht Selbstverständlichkeiten? Darum: Die Economy Class Praxis ist eine Zahnarztpraxis wie viele andere. Da Patienten die Qualität der zahnärztlichen Leistungen selten beurteilen können werden in der Economy Class Weiterempfehlungen dann generiert, wenn Mediziner und seine Mitarbeiterinnen sehr sympathisch überkommen und zufriedene Patienten aktiv zu Weiterempfehlungen motivieren.

### **Premium Economy Class:**

Was bieten die Premium Economy Class Praxen mehr?

In der Premium Class erlebt der Patient weitere Leistungen ohne großen zusätzlichen Personaleinsatz nach dem Motto 10% mehr Dienstleistungen als die durchschnittliche Zahnarztpraxis. Ein Regenschirm der bei einem Regenschauer angeboten wird. Eine Parkgebührenregelung, wenn der eigene Parkplatz besetzt ist und öffentliche Parkplätze genutzt werden müssen. Ein Starterkabel, wenn ein Fahrzeug nicht anspringt. Das aktive Anbieten einer Tasse Kaffee oder eines kalten Getränkes. Das sofortige Reagieren bei Wartezeit-Verzögerungen. Bei all den möglichen zusätzlichen Leistungen sind Kreativität und Ideen jedes Einzelnen im Praxisteam gefragt. Viele dieser Zusatzleistungen schaffen

ein Treibhausklima für aktive Weiterempfehlungen. Darüber reden Patienten mehr als über die eigentlichen zahnärztlichen Leistungen.

- 2 -

## **Business Class:**

Was bieten die Business Class Praxen mehr?

Zahnarztpraxen mit Business Class Niveau ziehen ein attraktiveres Patienten Klientel an. Um diesem Anspruch gerecht zu werden spielt die Imagepflege eine noch größere Rolle als bei den Economy Class Praxen. Die Ausstattung der Praxis, der erkennbare Einsatz moderner Technik sowie die offensiv dargestellten hohen Hygienestandards müssen dem vom Patienten erwarteten Qualitätsniveau entsprechen. Ein Praxisflyer hilft das hohe Qualitätsniveau verstärkt darzustellen. Auch das deutliche Signalisieren der Dienstleistungsbereitschaft und die Qualität der Patientenkommunikation müssen den Erwartungen der Patienten entsprechen.

Zwei Beispiele:

1. *„In einer Business Class Praxis wird der Patient persönlich vom Arzt abgeholt. Der Smalltalk beginnt schon auf dem Weg in das Behandlungszimmer. Der Patient fühlt sich geachtet!“*
2. *„Nach einer implantologischen Operation erkundigt sich der Zahnarzt mit einem Telefonat am Abend persönlich nach dem Wohlergehen des Patienten.“*

Um die vom Patienten erwartete Dienstleistungsqualität leisten zu können müssen die entsprechenden Personalressourcen vorhanden sein. Praxen der Business Class haben in der Regel zwar höhere Personalkosten, aber dafür einen höheren Selbstzahleranteil und nach den Regelungen der GOZ die attraktiveren Patienten.

Patienten dieser Serviceklasse lassen sich nach überragenden Dienstleistungserlebnissen gut für Weiterempfehlungen motivieren. Außerdem führen diese Weiterempfehlungen zumeist zu ebenfalls attraktiven neuen Patienten.

Anders als bei der in der Folge beschriebenen First Class Kategorie ist die Business Class Stufe auch bei einem heterogenen Patientenstamm erreichbar.

## **First Class**

Was bietet die First Class Kategorie mehr? Ist sie überhaupt erstrebenswert? Es gibt nur sehr wenige Zahnarztpraxen, die zu dieser Kategorie gehören und auch gehören wollen.

Ich kann von einer MKG-Praxis mit angeschlossener plastischer Chirurgie berichten, die ausschließlich Selbstzahler und Privatpatienten hat:

„Ich kam in den Empfangsraum. Dort saß eine attraktive Mitarbeiterin an einem

- 3 -

Schreibtisch. Sie stand auf, kam auf mich zu begrüßte mich und stellte sich vor. Sie half mir aus dem Mantel, bot mir in einer bequemen Sitzecke Platz an und setzte sich zu mir. Ich wurde empfangen wie auf einem roten Teppich. Interessanter Weise gab es in dieser Praxis kein spezielles Wartezimmer.

In einem sehr angenehmen Vorgespräch fragte die Empfangsdame nach einem kurzen Smalltalk einige Dinge die normalerweise in einem Anamnesebogen stehen. Sie bot mir selbstverständlich etwas zu trinken an. Ich entschied mich für eine Tasse Kaffee. Es gab in dem Empfangsraum keine hektisch durchlaufenden Mitarbeiterinnen. Ich war absolut entspannt.

Plötzlich öffnete sich eine Tür und ein gut gekleideter Arzt kam lächelnd auf mich zu. Begrüßte mich, stellte sich mit Namen vor, bedankte sich bei seiner Mitarbeiterin und bat mich ihm in sein Besprechungszimmer zu folgen.“

Diese kurze Schilderung des Begrüßungsrituals macht deutlich, was eine First Class Praxis ausmacht. Anders als andere! Der einzelne Patient steht absolut im Mittelpunkt. Er hat geradezu VIP-Status. Besondere Aufmerksamkeiten im Laufe des Praxisaufenthaltes verstärken das Serviceerlebnis des Patienten.

Das Patienten Klientel für die First Class Praxis muss ausreichend vorhanden sein und zu so einer Praxis passen. Für die allermeisten Zahnarztpraxen ist der bereits vorhandene Patientenstamm für die First Class Klassifizierung zu heterogen.

[www.pulsiv-training.de/coaching-und-training-mit-dem-gesamten-praxisteam/](http://www.pulsiv-training.de/coaching-und-training-mit-dem-gesamten-praxisteam/)