

Masterplan zur idealen KFO-Praxis

Titel

*Wie Benchmarking eine Säule
in Ihrem Kommunikations-Mix und noch mehr sein kann*

von Prof. Dr. Gerhard F. Riegl



Die Kommunikation in der KFO-Praxis kennt viele unterschiedliche Wege. Die Patienten nach ihrer Meinung zu fragen, ist sicher nicht der schlechteste...

Jede kieferorthopädische Praxis ist unverwechselbar und Ihre Praxis sollte für Patienten einzigartig, unaustauschbar und unverzichtbar sein. Dank dieser Profilierung entstehen treue, begeisterte, weiterempfehlende, motivierende und investitionswillige Patienten oder Patienteneltern in kieferorthopädischen Praxen.

Wissen ist Macht... und wer fragt, der gewinnt Pluspunkte bei Patienten

Der individuelle Weg zur idealen KFO-Praxis beginnt mit dem motivierenden Patientendialog – eben mit Kommunikation. Natürlich stehen alle Behandlerinnen und Behandler in der Praxis täglich auf Atemnähe am Patienten und kommunizieren fleißig, aber es wäre der größte Irrtum, wenn man vermuten würde, damit schon genug für den

Informationsaustausch getan zu haben und alles nötige über den Patienten zu wissen.

Nicht ohne Grund spricht man heute im Zeitalter von Google und Wikipedia von der neuen Generation der „Empowered Patients“, dies sind eigenverantwortlichere, angeblich mündigere Bürger, die Wert auf partizipative Entschei-

dungsfindung legen. Die Kritik an fehlender Kommunikation in der Zahnmedizin und Kieferorthopädie nimmt zu. Den rein behandlungsorientierten Spezialisten, die nur an Bögen und Brackets denken, wird vorgeworfen: „Der Patient ist schließlich kein Gebiss auf zwei Beinen“.

Der „Vergleichs-Falle“ entkommen

„Wer nicht vergleicht ist blöd“ pfeifen selbstberufene Verbraucherschützer von den Dächern und die Medien propagieren: Jeder Patient versteht seine Interessen in eigener Sache am besten selbst zu vertreten. Von den Krankenkassen werden in Kooperation mit einer Medienstiftungsgesellschaft die Versicherten eingeladen, in den Internetportalen alle Ärzte und Zahnärzte nach allen Regeln der Kunst zu bewer-

ten. In Suchprogrammen und Bewertungsportalen wimmelt es vor ungefertiger Schmähkritik an Ärzten und Zahnärzten.

Es steht fest: in unserer Meinungsgesellschaft sind sprachlose Kieferorthopäden die ersten Verlierer. Nur wer proaktiv Kommunikation mit seinen Patienten praktiziert, kann sich von Pfuschen unterscheiden und die Schmähkritik von einzelnen, unrepräsentativen Unzufriedenen kompensieren. Die freiwillige Durchführung von professionell organisierten und validierten Befragungen in der eigenen Praxis ist eine sinnvolle und wirkungsvolle Prävention zu asymmetrischer Kommunikation.

Wer die richtigen Fragen stellt...

Fortschrittliche Kommunikation heißt: genau zuhören, was der Patient zu sagen hat und intelligent den Patienten fragen. Das persönliche Gespräch kann dafür nicht immer die effizienteste Kommunikationsart sein. Neue Forschungen in der Verhaltensökonomie fanden heraus, wie man mit schriftlichen Feedbacklösungen (= Zuhören) und klugen Befragungen nicht nur Patientenauskünfte bekommt, sondern auch Patienten führt, sie zu ihrem Patientenschutz positiv beeinflusst, Patienten nach wichtigen Typologien analysiert und bei Patienten effiziente Lerneffekte im Sinne der KFO-Praxis auslöst.

Insoweit ist nach Erfahrungen auf dem Gebiet der Patientenforschung ein perfekter und attraktiv gestalteter Pati-

enten-Fragebogen noch kommunikationswirksamer als eine rein werbliche Selbstdarstellung und Aufklärung, weil er vor allem genauer gelesen wird als gewöhnliche Werbung. Es handelt sich dennoch um ein intelligentes, lehrreiches Aufklärungsprogramm in der Praxis für die Wertschätzung professioneller KFO-Behandlungen und um eine Methode zur Entschlüsselung der eigenen Praxisverehrer, vor allem aber um eine Qualitätsmessmethode zur Bestimmung der entscheidenden Outcome-Qualitäten der Praxis aus Patientensicht. Besonders wertvoll ist die Gelegenüberstellung von Beurteilungs-Vorhersagen der Behandler und Teammit-

glieder zu den tatsächlichen Patientenaussagen.

Kommunikation mit System

Eine systematische Möglichkeit, den Dialog mit den Patienten auf wissenschaftlich fundierte Beine zu stellen – und den Erfolg messbar zu machen – wäre beispielsweise das „Best-Practice-Modell“.

Kommunikation mit datengeschützten schriftlichen Befragungen ermutigt Patienten zur Abgabe aufrichtiger Antworten, zeigt unbeeinflusst von Auto-

ritätpersonen Meinungen, Verbesserungsvorschläge, Zufriedenheiten, Bereitschaften oder Geheimnisse der Patienteneinstellung. Keine Praxis muss alles erfüllen, was sich Patienten, unter Umständen fehlgeleitet, wünschen, aber jede Praxis sollte aus reiner Management-„Prophylaxe“ wissen, wie die eigenen Patienten heute ticken, um sie besser aufklären und womöglich vor sich selbst besser schützen zu können.

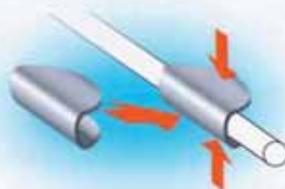
Ideal ist natürlich, wenn man auch noch herausfindet, ob Patienten überall so gelagert sind oder nur in der eigenen Praxis. Eine Spiegelung der eigenen

ORTH-IDEE CRIMPABLE STOPS & CLIPS



ORTH-IDEE HÜLSEN

KLEIN Für alle runden Drähte.
Ab € 0,23
GROß Für alle rechteckigen Drähte.
Ab € 0,22



ORTH-IDEE STOP CLIP

Einfach gesichert ohne Ausligieren.
Für alle runden und
rechteckigen Drähte.
Ab € 0,26



ORTH-IDEE COIL REAKTIVIERUNGS-CLIP

Eine effektive und preisgünstige
Lösung zur reaktivierung
wirkungslos gewordener Push-Coils.
Ab € 0,68

INNOVATIVES, HOCHWERTIG UND PREISGÜNSTIG

FÜR INFORMATIONEN, PREISE UND BESTELLUNGEN
WWW.ORTH-IDEE.COM

KFO-Praxis mit drei bis fünf teilnehmenden Nachbar-Praxen der Region jeweils aus Sicht der Patienten ist im Rahmen eines vertraulichen Benchmarking die Lösung dafür.

Wunderwaffe Benchmarking für KFO-Praxisteam

Ein attraktiv gestalteter Dialog mit Fragen- und Antwortkatalog zum Selbstausfüllen ist folglich weit mehr als eine simple Patientenbefragung. So können Fehleinschätzungen ganz einfach und schnell aufgedeckt werden.

Seit vielen Jahren rufen Kieferorthopäden nach einer für sie fachgebietsspezifischen Erfolgsmethode. Aber bisher wurde das Benchmarking im Dentalbereich vom Institut Prof. Riegl nur bei Zahnärzten, Implantologen, Prophylaxe-Praxen, Dentallaboren und Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgen europaweit in 7 Sprachen angeboten. Unser renommiertes Institut bietet nun erstmals eine bundesweite, wissenschaftlich abgesicherte KFO-Benchmarking-Initiative mit praxisindividuellem Patientenmanagement an.

So können KFO-Praxen ihre Erfolgsfaktoren der Kommunikation entschlüsseln

Die Teilnahme an diesem praxis-individuellen Analyse- und Beratungsprojekt ist bequem und denkbar einfach. Sie können praktisch nichts falsch machen und Datenschutz sowie Anonymität sind für alle Beteiligten garantiert. Es werden keine betriebswirtschaftlichen Zahlen der Vergangenheit oder Gegenwart abgefragt.

Aufgezeigt werden Stärken und Chancen der Praxis bei Patienten, das Vertrauens-Image der Praxis, die Weiterempfehlungen über die Praxis im Umfeld, die Fangemeinde der Praxis, die Lotsen und Patientenbringer zur Praxis, die arbeitsmotivierenden Feedbacks der Patienten, die Effizienz- und Organisationsreserven beim Umgang mit Patienten und vieles mehr. Das sind

die wahren Schätze einer Praxis, wie sie in den Köpfen und Herzen, quasi wie in einem Tresor, sicher gespeichert sind.

Was bringt ein Kommunikationsdialog mit Patienten und Selbstanalyse für die Praxis?

Gegenstand der Praxis-Analysen und des praxisindividuellen Super-Gutachtens sind rund 100 Schlüssel-Erfolgsindikatoren für Ihre Standortsicherung und Praxis-Zukunft:

- Sind Ihre Termine und Wartezeiten im Vergleich zu Anderen in der Region wettbewerbsfähig?
- Wirkt Ihr Team auf Patienten so beeindruckend wie erwartet oder sogar noch besser?
- Worauf legen Ihre Patienten bei der Aufklärung, Ansprache und beim Informationsmaterial den größten Wert?
- Was könnte noch verstärkt werden, damit Behandler entlastet oder aus der Sicht der Patienten aufgewertet oder als Zugpferd der Praxis erkannt und besonders gewürdigt werden?
- Wie lässt sich Finanzielles bei Pa-

tienten noch harmonischer, bedarfsgerechter und nutzenvorteilhafter regeln und zu welchen Eigenleistungen sind Patienten eigentlich bereit?

- Welche Rolle spielt die regionale Selbst- und Außendarstellung der eigenen Praxis heute im Internetzeitalter und bei Social Media wirklich?
- Welche Erfolgsgeheimnisse besitzt Ihre KFO-Praxis bei Patienten und wie lassen sich diese noch bewusster nutzen?
- Wie kann aus einer fachlich guten KFO-Praxis eine Markenqualitäts-Praxis mit besonders gutem Ruf und möglichst vielen Praxisverehrern werden?
- Auf welchem Weg funktioniert der Zustrom neuer, idealer Patienten am besten?
- Was können Sie von den besten Kieferorthopäden der Region noch lernen oder erkennen Sie, wo Sie bereits die Besten sind?

Kurz: Es soll für Sie an Ihrem Standort herausgefunden werden, wie aus einer fachlich kompetenten KFO-Praxis auf kürzestem Weg eine nachhaltig erfolgreiche KFO-Praxis wird. **.kfo**

Prof. Dr. rer. pol. Gerhard F. Riegl

ist mit seinem Augsburger Institut seit 30 Jahren wegbereitend für die systematische Entwicklung und Anwendung eines ethisch verantwortlichen Marketing im ärztlichen und vor allem im zahnärztlichen Bereich bekannt. Viele kennen ihn aus seinen grundlegenden Veröffentlichungen und aus seinen motivierenden Vorträgen. Mit seinem Institut hat er bislang über eine Million Patientenevaluationen im Gesundheitsektor ausgewertet, davon 60 000 Patienten aus dem Dentalbereich. 10 000 Praxen wurden bisher mit Benchmarking-Methoden analysiert und individuell beraten. Alle Benchmarking-Programme des Prof-Riegl-Instituts sind ausgerichtet auf Qualitätsmanagement, Wertschöpfungen für Patienten und ethisch motivierten Leistungswettbewerb.



Weitere Infos unter www.prof-riegl.de oder telefonisch unter 0821/567 14 40.