

# Patienten! Unser wichtigster Faktor gegen die Wirtschaftskrise.



Die Nachrichten sind voller Hiobsbotschaften über die wirtschaftliche Lage und deren Aussichten für 2009. Das Wort der „Marktbereinigung“ macht die Runde. Da kann es schon beruhigend wirken, wenn das Patientenaufkommen nicht plötzlich abnimmt. **In der Krise gewinnen stets die Besten**, wer austauschbar ist und sich nicht durch die vom Patienten gewünschten Leistungen differenziert, kann nur verlieren. Selbstzahlerleistungen und die richtige Praxisstrategie erhalten in schwierigen Zeiten einen umso höheren Stellenwert. Auf Grund schwieriger gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen in Aktivismus zu verfallen wäre allerdings

genauso unangebracht wie ein Verharren in Lethargie. Vielmehr ist jetzt eine gute Zeit für die Aufnahme eines „Status Quo“ Ihres Unternehmens, Ihrer Praxis.

Straumann möchte Ihnen hierbei als der gewohnt verlässliche Partner zur Seite stehen. In gemeinsamer Kooperation mit dem unabhängigen Institut für Management im Gesundheitsdienst von Prof. Riegl & Partner können Sie ohne großen Aufwand eine professionelle Patientenbefragung durchführen. Selbstverständlich unter Berücksichtigung aller formeller Voraussetzungen wie Anonymität und Datenschutz.

Zusätzlicher wesentlicher Benefit dieser professionellen Zufriedenheitsevaluation ist die Form des Benchmarking-Reports: Sie erfahren neben den eigenen Patientenzufriedenheiten auch die Ergebnisse regionaler Kollegen. Die Resultate Ihrer Praxis werden hierzu den Ergebnissen anderer Teilnehmer (anonyme Regionalanalyse) gegenübergestellt. Ihre individuellen Stärken und Patientenvorteile werden auf einen Blick ersichtlich.



## Führen Sie Ihr Unternehmen gestärkt aus der Wirtschaftskrise!

### Befragen Sie Ihre Patienten

Wenn Sie Interesse an einer professionellen Zufriedenheitsbewertung Ihrer Patienten und dem Blick in Ihre Region haben oder weitere Informationen zu diesem Projekt wünschen, nehmen Sie unverbindlich Kontakt zu Ihrem Straumann-Kundenbetreuer auf. Oder rufen Sie uns an, Stichwort Patientenbefragung 0761-4501 450. Wir beraten Sie gerne!

### Straumann – Ihr verlässlicher Partner

#### Wenn Sie wissen...

- warum Ihre Patienten gerade zu Ihnen zur Behandlung kommen,
- wo Ihre Patienten die Stärken Ihrer Praxis (also Differenzierungspotenziale) sehen,
- welche Informationen Ihre Patienten in Ihre Praxis gebracht haben (Stichwort Mundpropaganda),
- wie hoch die Bereitschaft für höherwertige Versorgungen mit Selbstbehalt unter Ihren Patienten ist,
- welche Wichtigkeit Ihre Patienten insbesondere auch den nicht behandlungsrelevanten Rahmenbedingungen Ihrer Praxis wie beispielsweise Service, Terminmanagement, Freundlichkeit, Atmosphäre, Sauberkeit, etc. zuordnen und wie gut Sie in diesen Bereichen abschneiden,
- ob Ihre Patienten Ihre Praxis weiterempfehlen,
- wie sich Ihre Ergebnisse im Vergleich zu regionalen Kollegen verhalten,

... wird es Ihnen wesentlich leichter fallen, die wesentlichen, richtigen

und vor allem patientenrelevanten Dinge noch weiter zu optimieren. Also Differenzierung zu betreiben.

In der Medizin erfolgt vor der Behandlung stets die Befundaufnahme. Gleiches gilt auch bei der Führung eines Unternehmens. Vor jeder Investition (unabhängig davon ob Zeit oder ggf. auch Geld investiert werden soll) erscheint eine Analyse des Ist-Zustands ratsam. Es empfiehlt sich zudem die eigene Einschätzung der Ist-Situation durch die subjektiven Empfindungen der Patienten zu ergänzen. Erst eine Zusammenschau aus der Patientenwahrnehmung und der Auffassung des Praxisinhabers enthalten alle notwendigen Informationen zur Entscheidungsfindung. Es erscheint wirtschaftlich nicht sinnvoll Veränderungen herbeizuführen (also Zeit und evtl. Geld einzusetzen), die letztlich vom Patienten nicht wahrgenommen oder als unwichtig eingestuft werden.

#### Patienten sind somit in zweierlei Form für jede Praxis wertvoll:

- aus medizinischer- und unternehmerischer Sicht (als Patient an sich)
- als Informationsträger und (im Falle einer repräsentativen Befragung) anonymer Unternehmensberater.

Erfahren Sie mehr über Ihre Stärken und bauen Sie diese aus! Dieses verspricht stets schnellen und nachhaltigen Erfolg. Ein Gesetz der Wirtschaft ist, dass ein Unternehmen dann am besten funktionieren wird, wenn jeder Mitarbeiter dort eingesetzt wird, wo er seine Stärken hat.