

PRAXIS-BENCHMARKING

Ungenutzte Potenziale für Ihre Praxis entdecken und entwickeln

Die Straumann-Initiativen „Center of Excellence Implantologie“ und „Im Spezialistenteam zum Erfolg“

Implantatversorgungen stellen einen großen Zukunftsmarkt im zahnärztlichen Bereich dar.¹ Wer als implantologisch tätiger Zahnarzt seinen Patienten eine perfekte implantologische Behandlung bieten und sich in diesem Zukunftsmarkt dauerhaft und langfristig erfolgreich etablieren möchte, muss sich daher Gedanken über die eigene fachliche und materielle Weiterentwicklung machen. Diesen Prozess möchte Straumann mit einer Exzellenz-Initiative unterstützen.

Maßgebende Qualitätsmerkmale ermitteln

Die beiden für Anfang 2010 international geplanten Straumann-Initiativen „Center of Excellence Implantologie“ (mit Fokus auf Patienten) und „Im Spezialistenteam zum Erfolg“ (mit Fokus auf Überweisern) soll den teilnehmenden Straumann-Kunden zu neuen Erkenntnissen

über ungenutzte Potenziale und damit zusammenhängenden, zukunftsorientierten Praxisstrategien verhelfen. Durchgeführt werden die Umfragen vom namhaften „Institut für Management im Gesundheitsdienst“ in Augsburg unter Professor Dr. Gerhard F. Riegl (siehe Kasten). Die Umfragen werden mit unter Wahrung des Datenschutzes für alle Beteiligten eingesetzt und

professionell ausgewertet. Ziel der Befragung ist es nicht, alle Wünsche der zuweisenden Kollegen oder Patienten zu erfragen und anschließend zu erfüllen, sondern die maßgebenden Qualitätsmerkmale der Kooperation zu ermitteln und diese Informationen anschließend gewinnbringend für die eigene Praxis einzusetzen.

¹Siehe „Dentalimplantatdurchdringung in führenden Märkten“, Straumann Geschäftsbericht 2008 S. 21. www.straumann.com/gb2008

Aufbau der Benchmarking-Initiativen: Durch den Einbezug von Praxisteam, Patienten und Mitbewerbern und den Abgleich der verschiedenen Perspektiven entsteht eine 360°-Ansicht der individuellen Situation.





Freundlichkeit und Atmosphäre – zwei wichtige Faktoren für die Patientenzufriedenheit.

„Im Spezialistenteam zum Erfolg“: wie man von den Überweisern wahrgenommen wird

Ein partnerschaftlicher Austausch über Kooperationswünsche und Zufriedenheit der überweisenden Zahnärzte liefert dem implantologisch tätigen Chirurgen wertvolle Hinweise auf Optimierungspotenziale. Dieses Wissen kann ein wesentlicher Schlüsselfaktor für den Praxiserfolg sein. Dabei geht es nicht nur ausschließlich um eine quantitative Erhöhung der überwiesenen Patienten, sondern auch um den Aufbau von langfristigen Beziehungen zu den zuweisenden Kollegen und die Ausdehnung dieses Netzwerks, legt doch gerade die Zuweisung geeigneter und anspruchsvoller Behandlungsfälle den Grundstein für den Erfolg in der Implantologie.

„Im Spezialistenteam zum Erfolg“: Haben Sie sich als implantologisch tätiger Spezialist schon einmal gefragt...

- ... weshalb die zuweisenden Zahnärzte gerade Ihnen ihre Fälle anvertrauen?
- ... ob Sie die Bedürfnisse und Erwartungen Ihres Überweiser kennen?
- ... wie Sie Ihren Zuweisern mit kleinen Veränderungen mehr Nutzen bieten können?
- ... wie die grundsätzliche Zufriedenheit der Zuweiser zur bestehenden Kooperation aussieht?
- ... wie und mit welchen Massnahmen Sie sich mit Ihrer Praxis von anderen Mitbewerbern abheben können?
- ... wo Sie selber bereits hervorragend sind oder wo Verbesserungen angebracht wären?
- ... was Sie bei den Zuweisern so erfolgreich werden ließ und was Sie tun können, um diesen Erfolg dauerhaft weiterzuentwickeln?

„Center of Excellence Implantologie“: wie man von den Patienten wahrgenommen wird

Einer der Schlüssel zur Ermittlung des praxisindividuellen Erfolgsrezepts ist die professionelle Patienten-

befragung. Für die Analyse des Ist-Zustands ist es sehr aufschlussreich, die subjektiven Empfindungen der Patienten mit der Perspektive des Praxisinhabers zu vergleichen. Eine der daraus hervorgehenden Erkenntnisse könnte etwa sein,

dass es wirtschaftlich nicht sinnvoll ist, Veränderungen herbeizuführen (sprich Zeit und Geld einzusetzen), die vom Patienten gar nicht wahrgenommen oder als nebensächlich eingestuft werden. Ziel dieser Initiative ist es, aufgrund der erarbeiteten Daten konkrete Massnahmen in die Wege leiten zu können, die die Zufriedenheit der Patienten steigern und sowohl das Interesse als auch das Wissen über die Möglichkeiten der modernen Implantatversorgung bei den Patienten fördern.

„Center of Excellence Implantologie“: Haben Sie sich als implantologisch tätiger Spezialist schon einmal gefragt...

... aufgrund welcher Kriterien Ihre Patienten Ihre Praxis ausgewählt haben?

... ob Ihre Patienten zufrieden sind und Sie an Andere weiterempfehlen würden?

... welchen Informationsbedarf Ihre Patienten haben?

... ob Ihr Praxisteam die Bedürfnisse der Kunden richtig kennt?

... welche Wichtigkeit Ihre Patienten insbesondere auch den nicht behandlungsrelevanten Rahmenbedingungen Ihrer Praxis beimessen (wie etwa Service, Terminmanagement, Freundlichkeit, Atmosphäre, Erscheinungsbild)?

... wie hoch unter Ihren Patienten die Bereitschaft für höherwertige Versorgung mit Selbstbehalt ist?



Das „Institut für Management im Gesundheitsdienst“ von Prof. Dr. rer. pol. Gerhard F. Riegl

Straumanns Kooperationspartner, das Augsburger „Institut für Management im Gesundheitsdienst“ von Professor Gerhard Riegl verfügt über die Expertise von über 1 Mio. Patientenbefragungen in über 10 000 Praxen. Allein im zahnmedizinischen Bereich wurden bereits in über 700 Praxen mehr als 40 000 Patienten befragt. Damit ist das Institut von Prof. Riegl Marktführer führend im Bereich der Befragung von Zahnarztpatienten und für Straumann der optimale Partner. Prof. Riegl gilt in Deutschland als der „Fachmann für Qualitätssicherung in der Medizin“. Er ist Herausgeber und Autor der ersten großen Image- und Marketingstudie als Bestseller für Zahnärzte und Dentallabors im deutschsprachigen Raum mit dem Titel: „Zahnarztpraxis als Center of Excellence“. www.prof-riegl.de

Benchmarking: Wie kann man sich am Besten differenzieren?

Die beiden Straumann-Initiativen stellen gleichzeitig auch eine einfach durchzuführende regionale Marktforschung dar, deren Ergebnisse sich für weitergehende Qualifizierungsüberlegungen nutzen lassen. Durch den anonymen Vergleich mit anderen Kollegen aus derselben Region erfahren die Teilnehmer, was Kollegen erfolgreich werden liess und wie sie sich im Vergleich zu diesen verhalten.

Eine Win/Win-Situation für alle Beteiligten

Die hier beschriebene Exzellenzinitiative wurde in dieser Form von Strau-

mann bereits erfolgreich 2008 in einem Markt durchgeführt (Deutschland), mit durchwegs positiven Rückmeldungen aller involvierten Zielgruppen. Von einer solchen Umfrage profitieren schlussendlich alle: Der zuweisende Zahnarzt, dessen Wünsche systematisch aufgenommen und gegebenenfalls umgesetzt werden. Der Chirurg, der durch zielgerichtete Veränderungen auf vermehrte Zuweisungen und eine höhere Zufriedenheit des Zahnarztes hinarbeiten kann. Und der Patient, der durch das abgestimmte Zusammenspiel zwischen Zuweiser und Chirurg eine optimale Behandlung erhält. Als Erfolgsrezept für die chirurgische Zahnarztpraxis kann somit gelten: „Wer Zuweiser und Patienten zu Gewinnern macht, gewinnt selbst“.