

Praxis



Wer den Sprechrhythmus des Gesprächspartners spiegelt, wirkt sympathischer.

Foto: Biene Dasiphotics.com

Der gute Telefon-Ton

Harsche Bemerkungen haben schon so manchen Patienten abgeschreckt. *Von Mag. Dietmar Schobel*

Das Verhalten der Mitarbeiter am Telefon kann darüber entscheiden, welches Bild sich Patienten von einer Praxis machen. Teil 2 der *Ärzte-Woche*-Serie über „Know-how für die Rezeption“ beschreibt, warum die Hotellerie in Sachen Telefon-Benimm ein tönendes Beispiel sein kann.

„Am Telefon entsteht meist der erste und damit entscheidende Eindruck, den eine Praxis bei potenziellen Patienten hinterlässt. In diesem Sinne ist es die Visitenkarte einer Ordination“, sagt die auf Ärzte und Apotheker spezialisierte Marketingspezialistin und Wirtschaftstrainerin Viktoria Hausegger. Deshalb sollte bei der Telefonorganisation nichts dem Zufall

überlassen, sondern es müssen feste Regeln geschaffen werden, an die sich jeder Mitarbeiter zu halten hat.

Rechtzeitig abheben

Solche Vorgaben für optimales Kommunikationsverhalten können beispielsweise umfassen, dass spätestens nach dem dritten Klingeln abgehoben wird. Falls die Arztassistentin gerade mit einem Patienten im Anmeldebereich spricht, während das Telefon zu klingeln beginnt, sollte sie diesen kurz bitten, abheben zu dürfen.

„Zudem ist es wichtig, die Reihenfolge der Gesprächspartner einzuhalten“, betont Expertin Hausegger. Das heißt, anschlie-



Arzthelferin

Know-how für die Rezeption

Teil 2

ßend sollte der Anrufer begrüßt und um Geduld gebeten werden – und dann das Gespräch in der Ordination wieder aufgenommen und rasch beendet werden. Wer sich professionell verhalten will, wendet sich erst jetzt eingehend dem Anrufer und dessen Anliegen zu.

Perfektes Telefonverhalten

Ein einheitliches Telefonprozedere in einer Ordination kann auch beinhalten, dass eine bestimmte, nicht allzu lange Begrüßungsformel festgelegt wird, etwa: „Guten Tag, Ordination Dr. Beispiel, Sie sprechen mit Wilma Wohlgemut, wie kann ich Ihnen helfen?“ Ein guter Tipp für alle, die noch Inspiration für den richtigen Ton und die richtigen Worte am Telefon suchen, sei auch, ein Top-Hotel in der Umgebung anzurufen, so Hausegger: „Mitarbeiter in guten Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben haben in aller Regel ein per-

fektes Telefonverhalten.“ Dazu gehört laut der Marketing-Fachfrau auch, auf den Anrufer einzugehen. Zum Beispiel indem versucht wird, seinen Sprechrhythmus zu „spiegeln“. Das kann bedeuten, Menschen, die bedächtig sprechen, auch langsam zu antworten.

Durchatmen – lächeln – abheben

„Bei einem Telefonat fallen im Gegensatz zu einem persönlichen Gespräch Gesten, Mimik und Körpersprache weg. Deshalb ist der Tonfall noch wichtiger als sonst. Er entscheidet zu 55 Prozent darüber, ob eine Kommunikation als positiv oder negativ wahrgenommen wird“, erklärt Hausegger, die auch einen fünfteiligen Lehrgang für „Die professionelle Arzt-Assistentin“ entwickelt hat und leitet. In diesem hat das Telefonverhalten besonderen Stellenwert. Der spezielle Tipp der Expertin, um auch im hektischen Ordinationsalltag am Fernsprengerät einen angenehmen Eindruck zu vermitteln: „Vor dem Abheben erst durchatmen und lächeln, dann hört sich die Stimme auf jeden Fall freundlich an.“

Störgeräusche vermeiden

Lärm von Bürogeräten und andere Hintergrundgeräusche vermitteln hingegen nicht unbedingt den Eindruck eines professionellen Telefonempfangs und sind natürlich zu vermeiden. Weil Zuhörer ebenfalls erheblich stören können, sorgen auch offene Wartezonen im Bereich der Anmeldung nicht unbedingt dafür, dass Telefongespräche optimal verlaufen.

Übrigens kann auch die schönste und höflichste telefonische Begrüßung eines Tages ihren Sinn verlieren, wenn sie von den Arzthelferinnen aufgrund allzu häufigen Gebrauchs nur noch rasch und nahezu unverstehend heruntergeleiert wird. „Das lässt sich verhindern, indem in regelmäßigen Abständen die Begrüßungsformel einer Praxis leicht abgeändert wird“, weiß Expertin Hausegger.

Literatur

Empfehlung der Redaktion

Erfolgreiches Marketing für die Arztpraxis

Viktoria Hausegger
158 Seiten, € 24,95
Springer WienNewYork, 2007
ISBN 978-3-211-69774-0



Alles, was den Gesamtauftritt einer Ordination positiv beeinflussen kann, wird in dem Sachbuch „Erfolgreiches

Marketing für die Arztpraxis“ beschrieben. Es beschäftigt sich im Speziellen mit Themen wie dem Telefonverhalten oder der Berufskleidung und im Allgemeinen unter anderem mit der Entwicklung eines Praxisleitbildes, Corporate Identity oder „Lernen von den Besten“ in Form von Benchmarking. Zahlreiche konkrete Tipps zu Fragen wie Mitarbeitersuche, Zeitmanagement oder auch Gestaltung einer Homepage machen das Werk zu einer sehr nützlichen Hilfe für jene Marketing-Anforderungen, denen jede Praxis gerecht werden muss.

Fakten

Souverän durch richtige Arbeitsbekleidung

Das Verhalten am Telefon ist ein wichtiger Faktor, der über den Eindruck entscheidet, den sich Patienten von einer Ordination machen. Ein weiterer ist das optische Erscheinungsbild der Mitarbeiter an der Rezeption. „Dabei spielt wiederum eine wesentliche Rolle, welche Arbeitskleidung getragen wird“, sagt Viktoria Hausegger, die sich in ihren geförderten Lehrgängen für Arztassistentinnen unter anderem auch mit diesem Thema beschäftigt. Patienten hätten eine bestimmte Vorstellung davon, wie ein Arzt oder eine Arztassistentin gekleidet sein sollte, und es sei günstig, diese auch zu erfüllen: „Konkret wird meist erwartet, dass weiße Kleidung oder eine Arbeitsuniform getragen wird, wobei es sich aber nicht unbedingt um einen Kittel handeln muss.“

Allzu modisches oder offenherziges Outfit oder gar bauchfreie Tops und Piercings seien hingegen nicht geeignet, einen professionellen Eindruck zu vermitteln. „Es spricht überhaupt nichts gegen einen modernen Bekleidungsstil. Nur hat er seinen Platz eben in der Freizeit und nicht in der Praxis“, meint Hausegger. „Das gilt gerade auch für junge Arzt-Assistentinnen, die im Umgang mit Patienten noch nicht so geübt sind. Wenn sie sich gediegen kleiden, fällt es ihnen meist auch leichter, souverän aufzutreten.“ DS ■