

27. Oktober 2005

Praxiskompetenz in Worte gegossen

Gut verständliche und ansprechend gestaltete schriftliche Kommunikationsmittel bleiben im Gedächtnis der Kollegen haften

Ganz gleich, ob eine Praxis auf Zuweisungen von Kollegen angewiesen ist oder nicht – für ein möglichst gutes Image sollte alles getan werden. Beim Austausch von Informationen beeinflussen Form und Inhalt nachhaltig den Eindruck von der gebotenen Leistung.

Bei der schriftlichen Kommunikation mit Kolleginnen und Kollegen sind zahlreiche Regeln zu beachten. „Je mehr davon eingehalten werden und je professioneller das Erscheinungsbild eines Arztes dadurch wird, desto kompetenter wirken er und seine Praxis auf die Kollegenschaft“, ist Viktoria Hausegger, Spezialistin für Ärztemarketing in Wien, überzeugt.

Das Layout der übermittelten Informationen sollte immer einheitlich und unverwechselbar sein. Ein klares Konzept für praxiseigene Vordrucke, Informationsblätter und Stempel unterstützt die Aufmerksamkeit in der Kollegenschaft.

Als eines der wichtigsten Kommunikationsinstrumente gilt pro-

fessionell erarbeitetes Corporate Design. Diese „visualisierte Persönlichkeit einer Ordination“ hinterlässt einerseits einen professionelleren Eindruck, andererseits wird durch die konsequente Verwendung festgelegter Gestaltungselemente ein Schriftstück immer mit einem Arzt und seiner Praxis assoziativ in Verbindung gebracht.

„Der gewünschte Ansprechpartner sollte immer persönlich adressiert werden“, rät Hausegger. „Anrede, Name sowie Titel müssen unbedingt richtig geschrieben sein.“ Der Name ist ein wichtiger, fester Bestandteil der Persönlichkeit. Deshalb stört es jeden Menschen, wenn sein Name nicht richtig geschrieben wird.

Wer es versteht, sich aufmerksam und liebenswürdig zu bedanken, hat eine große Chance, sich von den anderen Mitgliedern seines Berufsstandes auf beeindruckende Weise abzuheben. „Bedanken Sie sich beispielsweise für erfolgreiche Zusammenarbeit, entgegen gebrachtes Vertrauen und Verständnis“, präzisiert Hausegger. „Bedanken Sie sich selbst, wenn jemand an

CHECKLISTE

Kernfragen für die schriftliche Kommunikation mit Kollegen:

- Layout einheitlich und unverwechselbar?
- Ansprechpartner persönlich adressiert?
- Anrede, Name, Titel richtig geschrieben?
- Text prägnant und kurz gefasst?
- Aufmerksam und liebenswürdig bedankt?
- Wunsch nach Kooperation bekräftigt?
- Möglichkeit für Rückfragen angeboten?
- Persönlich unterschrieben?

>> Je kürzer und klarer ein Text, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass er gelesen und auch verstanden wird. <<<



Viktoria Hausegger
mehr.wert. für Ärzte und Apotheker. Tel. 0664/460-16-35
www.mehrwertmarketing.at

Ihnen mehr oder weniger konstruktive Kritik geübt hat, bedanken Sie sich in einem solchen Fall für die Offenheit.“ Umgekehrt macht es Sinn, zuweisende Kollegen einmal nach ihrer Zufriedenheit bzw. Verbesserungsvorschlägen zu fragen. „Daraus lassen sich meist notwendige Veränderungen ableiten“, so Hausegger. Schließlich freut sich jeder über Lob oder positive Bemerkungen von Patienten, die von Kollegen weitergegeben werden.

Von vornherein sollte jeder Praxisinhaber darauf achten, dass Schreiben so prägnant wie möglich verfasst werden. Je kürzer und klarer ein Text, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass er gelesen und auch verstanden wird. Ebenfalls besonders wichtig sind

Inhalt und Aktualität. Hausegger: „Kollegen möchten in erster Linie schnell wissen, was eine Untersuchung ergeben hat.“

Am Ende eines Briefes sollte auch auf den Wunsch nach einer anhaltenden erfolgreichen Kooperation verwiesen werden. „Persönliche Unterschrift und direkte Rückfragemöglichkeit gehören selbstverständlich dazu“, betont die Marketingspezialistin. MD ■

AKTION

Aktion: Marketing-Check für Ihre Praxis

Expertenanalyse sichert wirtschaftlichen Erfolg

Zu wissen, weshalb Patienten ausgerechnet in Ihre Ordination kommen (sollen), ist Voraussetzung zur erfolgreichen Führung des „Unternehmens-Arztpraxis“:

- Haben Sie die Patienten, die Sie sich wünschen?
- Wie oft werden Sie weiterempfohlen?
- Wie hoch ist Ihr Bekanntheitsgrad?
- Sind Sie als Spezialist bekannt?
- Wie und wo unterscheiden Sie sich von Kollegen?
- Was vermittelt Ihr Außenauftritt?

Die Kooperation der ÄRZTE WOCHE mit der Ärzte-Marketing-Agentur mehr.wert. für ärzte und apotheker ermöglicht es Ihnen, rasch Klarheit auf diese Fragen zu finden!

Der umfassende mehr.-wert.-Marketing-Check© gibt Antwort auf diese und viele anderen Fragen und zeigt Ihnen rasch Potenziale und Verbesserungsmöglichkeiten. Gleichzeitig erhalten Sie mit dem Ergebnis die Basis für die Etablierung eines maßgeschneiderten und wirkungsvollen Praxismarketings zur nachhaltigen Sicherung Ihres wirtschaftlichen Erfolgs.

So einfach geht's:

- Wir schicken Ihnen einen umfangreichen Fragebogen zu.
- Anschließend erhalten Sie eine telefonische „Bedienungsanleitung“.
- Sie füllen den Fragebogen aus und senden ihn retour.
- Die Spezialisten von mehr.wert.-marketing werten Ihre Antworten aus und kommentieren die Ergebnisse eingehend.
- Das Ergebnis der Analyse wird an Sie retourniert.
- Im ausführlichen Abschlusstelefonat erläutern Ihnen die mehr.wert.-Spezialisten das Ergebnis detailliert.

Nützen Sie unsere Aktion und melden Sie sich rasch an!
Der Preis für dieses Komplettpaket beträgt Euro 490,- exkl. Umsatzsteuer.
Infos und Anmeldung unter 0664/460-16-35.