

Warten auf den Doktor

Wenn Wartezeiten nicht vermeidbar sind, sollten sie wenigstens angenehm gestaltet werden.

MEISTENS können Sie dem Patienten das Warten leider nicht ersparen. Muss der Patient warten, möchte er wissen, wie lange es dauern wird. Das sollten ihm Ihre Mitarbeiter offen und ehrlich sagen, und zwar von sich aus.

Die Aussage: „Es dauert nur noch einen Moment!“ lässt den Patienten annehmen, er käme gleich dran. Nach ca. 10 Minuten beginnt dann der innere Kampf. Der Patient schaut erfahrungsgemäß auf die Uhr. Ab jetzt ist ihm langweilig. Er sucht sich eine Zeitschrift und beginnt zu lesen. Muss er die zweite Zeitschrift beginnen, dauert es eindeutig zu lange. Er fragt sich: Aufstehen und nachfragen? Zum Empfang gehen und meinen Ärger loswerden? Oder doch noch einen weiteren Moment warten?

Irgendwann reicht es auch dem geduldigsten Patienten, und er beschwert sich aufgeregt am Empfang: „Ich glaube, Sie haben mich vergessen?!“ Sobald es also für Ihre Mitarbeiter absehbar ist, müssen sie den Patienten informieren, dass es noch länger dauern wird als angenommen. Machen Sie diese Vorgangsweise zur festen Regel. Kommen Notfälle dazwischen, die die Wartezeiten verlängern, dann müssen Ihre Mitarbeiter – am besten Sie persönlich – kurz in das volle Wartezimmer gehen und die Patienten informieren – auch wenn Ihnen das richtig unangenehm ist.

TIPPS FÜR DAS WARTEZIMMER

Erinnern Sie sich und Ihr Team immer wieder daran: Für kranke Menschen, die eventuell unter Schmerzen leiden, Ängste haben und verunsichert sind, sind lange Wartezeiten anstrengend und unangenehm. Länger als maximal 20 Minuten sollte die Wartezeit daher nicht dauern. Um den Wartenden die dennoch unvermeidbare Überbrückungszeit so angenehm wie möglich zu gestalten, können Sie einiges tun. Im Wartezimmer sollte der Patient eine gemütliche, heimelige, aber zugleich saubere und ordentliche Atmosphäre vorfinden, in der er sich wohl

fühlen und entspannen kann – und in der Ängste verschwinden.

Die Gestaltung muss natürlich zu Ihrer Praxis und Ihrem Corporate Design passen, aber überlegen Sie – am besten gemeinsam mit Ihrem Team – wie Sie Ihren Patienten den Aufenthalt angenehmer gestalten können. Sie können auch Ihre Patienten dazu befragen – immerhin sie sind ja die Betroffenen!

PATIENTEN BEI LAUNE HALTEN

„Wer seine Patienten bei Laune halten will“ – heißt es in der Studie „Future Health“ des Zukunftsinstitutes, der verwandelt sein Wartezimmer in eine Wohlfühlounge. Wartezimmer können sich zu Entspannungsräumen entwickeln; vor und nach der Behandlung. Dies hilft, unangenehme Wartezeiten zu überbrücken. Stellen Sie aktuelles und interessantes Lesematerial für Ihre Patienten zur Verfügung. Aussortierte Zeitschriften aus dem Privatgebrauch haben in der Praxis nichts zu suchen! Stellen Sie eine interessante Auswahl für Ihre Patienten zusammen. Berücksichtigen Sie hier, wer Ihre Patienten sind (ältere, gebildete, anderssprachige oder sehr junge Menschen), behandeln Sie vielleicht hauptsächlich Frauen oder Männer?

WARTEZIMMERFERNSEHEN GUT PLATZIERT

Was macht mehr Sinn? Dass dem Patienten klassische Werbung präsentiert wird oder dass er über Ihr Leistungsspektrum, neue Behandlungsmethoden, das Team und die Praxisphilosophie informiert wird? Die Antwort liegt klar auf der Hand! Achten Sie auch darauf, dass eine Wartezimmerpräsentation nicht eine handgestrickte Power-



© Monkey Business – Fotolia.de

point-Variante, sondern ein individuell und professionell umgesetzter Auftritt Ihrer Praxis ist. Holen Sie sich dazu einen Marketingprofi – die Investition lohnt sich auf jeden Fall!

Stellen Sie einen ansprechenden Plexiglasständer ins Wartezimmer, mit dem Sie Ihre Info-Folder gut sichtbar platzieren! Auch eine Wartezimmer-Mappe mit allgemeinen und aktuellen Informationen kommt sehr gut an. Hier können Sie das gesamte Team vorstellen, Leistungen detailliert beschreiben, ausführlich über Behandlungsmethoden informieren, Gesundheitstipps geben und anderes mehr.

VIKTORIA HAUSEGGER
mehr.wert.
für ärzte und apotheker
marketing, das gezielt bewegt
Tel. 0664/460 16 35
office@mehrwertmarketing.at
www.mehrwertmarketing.at



In der nächsten Ausgabe
der Ärzte Krone lesen Sie

SERVICE MIT HERZ

Patienten wollen begeistert werden

ZAHLUNGSFLUSS ZUM JAHRESENDE

Sinn und Unsinn von Vorauszahlungen beim Einnahmen-Ausgaben-Rechner

DER FREMDWÄHRUNGSKREDIT

Banken entdecken ihre Seriosität!

HAUSAPOTHEKER OHNE KONZESSION?

Wettbewerbsrechtliche Schranken der Medikamentenabgabe