

Viktoria Hausegger, Wien

Serie Praxismarketing

Fachliche Kompetenz allein genügt nicht – Mitarbeiterführung ist Teil des Praxismarketings

Personalmarketing ist ein wichtiger Baustein zu nachhaltigem Erfolg und gesteigerter Lebensqualität; besonders für das „Unternehmen Zahnarztpraxis.“ Ihre Mitarbeiter sind der „wertvollste“, kreativste und heikelste Dienstleistungsfaktor im Unternehmen Arztpraxis. Führungskompetenz spiegelt sich maßgeblich am Leistungsertrag der Mitarbeiter.

Der Chef & sein Team

Ist der „Chef“ in der Lage, Prioritäten zu setzen, klare Ziele zu definieren, einlösbare Vereinbarungen zu treffen? Nutzt er das kreative Potenzial seines Teams? Erkennt er wo es bei seinen Mitarbeitern „hakt“ – ob an äußeren Hindernissen, an der fachlichen Kompetenz oder an der Motivation?

Deshalb sind alle Themen rund um das Personal auch für Sie als Zahnarzt von großer Bedeutung, die Mitarbeiter sind ein unumstritten wichtiger Baustein im Marketing erfolgreicher Praxen.

Vielleicht sagen Sie sich jetzt: „Nun soll ich mich auf noch auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter konzentrieren? Als Arzt habe ich mich um Patienten zu kümmern!“

Und damit haben Sie recht, genau das ist der springende Punkt!

Denn in einer Praxis, in der die Patienten schon von einer motivierten Mitarbeiterin aufmerksam begrüßt werden, freundlichen Gesichtern begegnen, kompetente Auskünfte erhalten, spüren dass „alles reibungslos läuft“, fühlen sie sich gut aufgehoben.

Personalmarketing

Personalmarketing trägt dazu bei, die Wertschöpfung zu optimieren. Attraktive und effiziente Gestaltung der Arbeitsbedingungen und be-

wusste Entwicklung lässt Ihre Mitarbeiter geistig zu „Mitunternehmern des Unternehmens Arztpraxis“ werden.

Was versteht man genau unter Personalmarketing?

Im Personalmarketing wird ziel(gruppen)-bezogen auf die Instrumente und Inhalte aller *personalwirtschaftlichen* Funktionen zurückgegriffen. Hauptziel ist es, Arbeitsumfeld und -bedingungen so zu gestalten, dass die Zusammenarbeit mit qualifizierten und motivierten Mitarbeitern langfristig sichergestellt ist. Die Maßnahmen richten sich an vorhandene und potentielle Mitarbeiter bzw. Bewerber.

Das *interne Personalmarketing* bezieht sich auf bereits vorhandene Mitarbeiter, und kann durch folgende Elemente beschrieben bzw. unterstützt werden:

- Leitbild der Praxis (Image, Sinn des Tuns)

- Weiter- und Fortbildungsmöglichkeiten – Personalentwicklung
- gerechte Vergütung
- Leistungsanreize
- soziale Leistungen des Unternehmens (Altersfürsorge)
- Job Rotation/Job Enrichment/Job Enlargement

Das *externe Personalmarketing* bezieht sich auf „neu zu gewinnende“ Mitarbeiter und kann durch folgende Elemente beschrieben bzw. unterstützt werden:

- Vergabe von Praktika und Diplomen
- Bekanntheit/Image der Praxis
- Anbieten einer interessanten Ausbildung
- Artikel/Annoncen in Fachzeitschriften
- Jobangebote
- marktübliche Vergütung + X (Incentives, Boni, Benefits)
- Bewerbermanagement



© <http://office.microsoft.com>

Ein individuelles Herangehen an den Menschen ist der Schlüssel zu einer erfolgreichen Interaktion, sowohl mit Mitarbeitern, als auch mit Patienten



© <http://office.microsoft.com>

Die Mitarbeiter sind ein unumstritten wichtiger Baustein im Marketing erfolgreicher Praxen

Ihre Mitarbeiter sind Marketingfaktor Nr. 1.

Von ihren Mitarbeitern hängt der Erfolg der Praxis, das „Ankommen“ bei den Patienten zumeist noch stärker ab als von Ihnen – so mancher Ihrer Kollegen hat das schon lange verstanden:

In einer Ordination wurde bei einer Praxisanalyse ermittelt, dass eine Helferin zu viel beschäftigt war, dass eine Mitarbeiterin auch ausreichen würde. Als das dem Arzt mitgeteilt wurde, sagte er nur:

„Weiß ich. Ich weiß auch, wer zu viel ist. Das ist Frau Gruber beim Empfang. Unter uns gesagt, sie ist nicht die schnellste oder vißte. Aber: Sie ist die Liebenswürdige in Person, bringt mir meine Patienten bereits an der Anmeldung in die denkbar beste Stimmung. Außerdem hat sie eine riesige Familie, ist in jedem Verein und kennt Hinz und Kunz. Wenn ich die nicht hätte, hätte ich 600 Patienten weniger im Quartal!“

Das Beispiel zeigt noch mehr auf, als es auf den ersten Blick scheint. Es macht klar, wie fatal es sein kann, eine ältere Helferin loswerden zu wollen, weil sie Probleme mit EDV und anderer moderner Technik hat. Unter Umständen ist man zwar nachher eventuell ein kleines Ärgernis los, doch vielleicht auch einen

wichtigen Positivfaktor, einen Experten im „menscheln“. Schon mancher musste erkennen, wie teuer so etwas unter dem Strich sein kann.

Angenehme Atmosphäre

Sie sollten eine angenehme, zwischenmenschlich unbeschwerte Atmosphäre in Ihrer Praxis schaffen, nicht nur aus marketingtaktischen

Gründen. Sie sollten es für sich selbst tun. Bauen Sie sich ein Umfeld der Lebensfreude auf, in dem Bereich, in dem Sie den größten Teil Ihres Lebens verbringen werden. Sie sollten es sich wert sein.

Eine positive, menschliche Ausstrahlung der Praxis kann allerdings nur entstehen, wenn auch innerhalb des Teams das Klima stimmt. Dabei kommt Ihnen als Chef und Arbeitgeber eine besondere Verantwortung zu.

Ihre Helfer sind Ihre Partner

Sie sollten versuchen, unbedingt partnerschaftlich zu handeln. Übertragen Sie Ihren Helferinnen Verantwortung, beziehen Sie Ihre Mitarbeiter in praxisrelevante Entscheidungsprozesse mit ein. Das ist immer Ausdruck von Wertschätzung und die beste Motivation zugleich.

Insbesondere dem Praxismarketing kommt es direkt zugute, wenn Sie Helferinnen weiterbilden lassen, z.B. in Bereichen der sog. Soft-Skills, wie z.B. Kommunikation.

Denken Sie vor allem immer an das „Gesetz von der überproportionalen Weitergabe eingesteckter Demütigungen“. Das, was Sie Ihren Helferinnen „antun“, landet in noch stärkerer Form bei den Patienten – so oder so.



Jeder trägt seinen Teil zum Erfolg bei

© <http://office.microsoft.com>

ACHTUNG AKTION – ACHTUNG AKTION – ACHTUNG AKTION – ACHTUNG AKTION

Blatt einfach abtrennen und faxen – Blatt einfach abtrennen und faxen – Blatt einfach abtrennen und faxen ...



www.mehrwertmarketing.at

mehr.wert.
für ärzte und
apotheker
marketing, das gezielt bewegt

- Professionelles Marketing für die Arztpraxis – gezielt und effektiv
- Seminare, Workshops und Schulungen für das erfolgreiche Unternehmen Arztpraxis

Geförderter Kompaktlehrgang „Die professionelle Arzt-Assistentin“

Die Erfolgskompetenz des Praxisteam wird immer mehr zum Wettbewerbsfaktor!

Die Förderung für Ihren Arbeitgeber beträgt im Rahmen der Qualifizierungsmaßnahmen für Beschäftigte 2/3 der Kurskosten; bei Mitarbeiterinnen über 45 Jahren sogar 3/4 der anerkannten Kurskosten!

Lehgangsinhalte des 5teiligen Kompakttrainings:

- Das Telefon – Visitenkarte Ihrer Ordination; der erste Eindruck zählt (2teilig)
- Der erfolgreiche Umgang mit schwierigen Patienten
- Zeit und Persönlichkeit: Typgerechtes Selbstmanagement im Alltag
- Souveränes Auftreten – mit Patienten richtig gut umgehen

Termine 2009:

Wels, Oberösterreich, Hypo Vorarlberg

Fr. 27.02., Sa. 28.02. u. Sa. 21.03.2009

Graz, Steiermark, STAFAM – Steirische Akademie für Allgemeinmedizin

Fr. 24.04., Sa. 25.04. u. Sa. 16.05.2009

Klagenfurt, Ärztekammer Klagenfurt

Fr. 19.06., Sa. 20.06. u. Sa. 04.07.2009

Wien, Herbst 2009

Förderung nützen und rasch anmelden – die Teilnehmerzahl ist auf 14 Personen begrenzt! Wir helfen Ihnen bei den Fördermodalitäten.

Kosten ohne Förderung:

Euro 995,- exkl. Ust/TeilnehmerIn, inkl. ausführlichen Unterlagen und Verpflegung.

Unverbindliche Informationen und/oder Anmeldung:

Tel: + 43 (0) 664 – 460 16 35 – Viktoria Hausegger

oder www.mehrwertmarketing.at