



Foto: photos.com / Ärzte-Woche-Montage

Gut aufgehoben

Service wird als Faktor für nachhaltigen Erfolg einer Arztpraxis unterschätzt. Von Viktoria Hausegger

Gehen Sie etwa gern immer wieder dort einkaufen, wo man Sie nicht grüßt und Sie das Gefühl beschleicht, dass Sie die Mitarbeiter bei einer interessanten Unterhaltung stören?

Wir alle erleben es oft genug: Eine freundliche Stimme, ein aufmerksamer Mitarbeiter, rasche Hilfe und eine klare Botschaft: Dann ist klar, hierher kommen wir wieder und zwar gerne. Dies gilt ganz besonders auch für das Unternehmen Arztpraxis, denn kranke Menschen brauchen besonders viel Zuwendung und Aufmerksamkeit. Fehlt diese, dann wechseln Patienten. Die Gründe dafür sind wie fehlende Wertschätzung das Gefühl, dass „sie stören“. Oder sie fühlen sich nicht ernst genommen, werden unfreundlich behandelt oder erhalten mangelnde Aufmerksamkeit.

In erster Linie suchen Ihre Patienten die Lösung „eines Problems“. Diese Probleme werden nicht allein durch die medizinische Versorgung gelöst, sondern auch durch begleitende Serviceleistungen. Das sind Dienstleis-

tungen, die Sie anbieten, damit Ihre Patienten einen größeren Nutzen Ihrer Kernleistung haben oder Hilfe bei der Lösung ihrer Probleme erhalten.

Servicequalität setzt sich aus mehreren Dimensionen zusammen:

1. das Umfeld in der Ordination, der Umgang mit Mitarbeitern;
2. Zuverlässigkeit, mit der die versprochenen Leistungen erbracht werden;

3. Reaktionsfähigkeit auf Anforderungen und Wünsche des Patienten. Sie zeigt, ob Wünsche verstanden werden und wie kompetent und schnell darauf eingegangen wird;
4. Kompetenz, die sich in der Qualifikation der Mitarbeiter und in den Dienstleistungen ausdrückt, die klar kommuniziert werden;
5. Einfühlungsvermögen, mit dem die Mitarbeiter auf ihre Arbeits-

situation und den Patienten reagieren können.

Damit vermitteln Sie Ihren Patienten Wertschätzung, Sicherheit und das Gefühl, gut aufgehoben zu sein.

Um die geplanten Maßnahmen realisieren zu können und sicherzustellen, dass sie im Praxisalltag erfolgreich umgesetzt werden, empfiehlt es sich, eine „Servicestrategie“ für Ihre Praxis zu entwickeln. Diese Strategie muss alle Aufgaben berücksichtigen, die für den Aufbau, die Entwicklung und die Pflege sämtlicher Serviceaktivitäten für Ihren Patienten notwendig sind. Mitarbeiter miteinzubeziehen ist ratsam. Prüfen Sie die aktuelle Situation, beantworten Sie die Fragen:

- Welche Serviceleistungen bietet Ihre Ordination für Ihre Patienten?
- Wie empfinden Ihre Patienten diese Serviceleistungen?
- Auf welche Probleme Ihrer Patienten sind diese ausgerichtet?
- Welchen Nutzen bringen diese Serviceleistungen für Ihre Patienten?
- Mit wie vielen Patienten pflegen Sie regelmäßig Kontakte im Bereich des „Service“?

Ein konkretes Serviceangebot entwickeln

- Sie müssen sich klar machen, was Sie mit dem Service erreichen wollen. Wollen Sie Ihre Patienten enger an sich binden? Neue Patienten gewinnen? Wollen Sie Ihren Bekanntheitsgrad erhöhen? Wollen Sie die Vorteile einer neuen Behandlungsmethode bekannt machen?
- Die Serviceleistungen müssen zu Ihrer Praxis passen.
- Das Angebot muss exakt auf die Wünsche der Patienten ausgerichtet sein. Die Patienten müssen über den Service sagen können: „Ja, das hilft mir weiter“ oder „Das erleichtert mir das Leben“.
- Es muss Ihnen und Ihren Mitarbeitern möglich sein, die geplanten Serviceleistungen professionell umzusetzen. Die Rahmenbedingungen müssen stimmen. Wenn erforderlich, sind organisatorische Abläufe im Praxisalltag zu ändern.

Zur Person

Viktoria Hausegger

Diplomierte strategische Marketingmanagerin, Business-Trainerin, Wirtschaftsmoderatorin sowie Expertin für Dienstleistungsmarketing berät Ärzte und Berufe im Gesundheitswesen.

*mehr.wert.
für ärzte und apotheker
marketing, das gezielt bewegt*
+ 43(0)664 460 16 35
office@mehrwertmarketing.at
www.mehrwertmarketing.at

Überlegen Sie, mit welchen zusätzlichen Dienstleistungen Ihre Praxis die Patienten begeistern kann:

- Machen Sie den Dialog mit dem Patienten zu einem festen Bestandteil Ihres Praxisleitbildes.
- Arbeiten Sie regelmäßig an eigenen Ideen für Serviceleistungen. Planen Sie dafür Zeit ein.
- Nutzen Sie die Serviceleistungen auch dafür, um die eigentlichen Kernleistungen laufend zu verbessern; einige Serviceleistungen können fester Bestandteil des Praxisalltages werden.

Im Rahmen einer Patientenbefragung lassen sich die Wahrnehmung dazu gut erheben, ebenso wie Wünsche und ungelöste Probleme Ihrer Patienten. Nachdem Sie die oben angeführten Fragen beantwortet haben, können Sie ein konkretes Serviceangebot entwickeln. Sammeln Sie mit Ihrem Team Ideen für mögliche Angebote. Sprechen Sie mit ausgewählten Patienten über diese Ideen. Alle Maßnahmen, die Sie ergreifen, damit der Patient sofort von Ihrem Service begeistert ist, steigern die Servicequalität. Folgende Aspekte sind wichtig:

- **Servicekultur:** Die Praxis muss nach innen und außen eine explizite Servicekultur leben und ausstrahlen. Insbesondere die Führungskräfte müssen mit gutem Beispiel vorangehen und die Servicekultur vorleben.
- **Servicementalität:** Alle Mitarbeiter des Unternehmens „Zahnarztpraxis“ müssen über eine Servicementalität verfügen.
- **Servicezuverlässigkeit:** Die Prozesse und Leistungen müssen gemäß den Erwartungen des Patienten ablaufen und funktionieren.
- **Qualifikation:** Die Mitarbeiter, die den Service erbringen, müssen kompetent sein. Dies gilt in Bezug auf ihr fachliches Know-how sowie in Bezug auf ihren persönlichen Umgang mit dem Patienten.
- **Richtiges Verständnis bezüglich Beschwerden:** Sie sind eine Quelle zur Verbesserung.

Wichtig ist, dass Sie in Ihrer Praxis ein innovatives Klima fördern, das Ihre Mitarbeiter dazu animiert und ermutigt, neue Ideen zu entwickeln. Nutzen Sie dazu alle Möglichkeiten – und sprechen Sie viel mit Ihren Mitarbeitern! ■