

Aktion von Dental Tribune und Tafuro & Team:

Ist Ihre Praxis fit für die Zukunft?

Kriterien für erfolgreiche Praxisführung

von Dörte Kruse, Franco Tafuro

HAMBURG – „Betrachtet man das Entwicklungsprinzip vieler Praxen in der Vergangenheit, so war der Erfolg in der Zukunft oft eher zufällig“, so die Autoren des nachfolgenden Artikels. „Dies war früher vielleicht noch möglich – heute, bei veränderten Rahmenbedingungen, gelten die Gesetze des Marktes“. Die Dental Tribune will Ihnen gemeinsam mit der auf Zahnärzte spezialisierten Coaching-Agentur Tafuro & Team in einer Herbstaktion exklusiv Werkzeuge für Ihren Praxiserfolg an die Hand geben.

Die eine Praxis ist sehr gefragt und erfolgreich, gilt bei Patienten und Interessenten als attraktiv. Eine andere, ebenfalls langjährige Praxis im gleichen Stadtteil wirkt dagegen eher unauffällig, unscheinbar und durchschnittlich. Wieso? Und warum hatten knapp 20 Prozent aller etablierten Praxen 2007 ihr bestes Jahr seit 2003, während andere mit den harten Vorgaben der Banken kämpfen?

Dafür mag es sicher eine Vielzahl unterschiedlicher Gründe geben. Doch Fakt ist: heute liegt der größte Teil des Praxiserfolges klar in der Hand des Unternehmers bzw. Zahnmediziners, der eine (realistische) Strategie definieren und ein individuelles Image schaffen muss.

Es haben sich im Wesentlichen die folgenden 7 Bausteine

herauskristallisiert, die den unterschiedlichen Erfolg von Zahnarztpraxen definieren:

1. Klare Ziele für das Privat- und Praxisleben

In unserer langjährigen Tätigkeit als Berater und Coach haben wir oft festgestellt, dass von vielen Zahnärzten und Zahnärztinnen der Sommerurlaub vorausschauender und konsequenter geplant wird als der Erfolg der eigenen Praxis.

Klare Ziele sind wesentlich, wenngleich diese nicht vom Himmel fallen. Gehen Sie einmal mit sich „in Klausur“ und fragen Sie sich, wie zufrieden Sie – auf einer Skala von 0 = gar nicht zufrieden bis 10 = sehr zufrieden – mit Ihrem Privat- und Praxisleben sind? Was wollen Sie konkret erreichen? Zu welchem Zeitpunkt? Und wie verfolgen Sie deren Umsetzung? Setzen Sie sich Meilensteine als Privatperson und als Behandler, denn nur, wenn die Koordinaten klar sind, kann Ihr persönliches Navigationssystem Sie ans richtige Ziel führen.

Planen Sie einen Strategietag, um den Erfolg für Ihr Praxisjahr 2009 frühzeitig zu planen und berücksichtigen Sie dabei auch Ihre privaten Rollen als z.B. Ehemann/Ehefrau, Mutter/Vater oder auch Sportler.

2. Das Praxiskonzept

Fakt ist: Patienten können Ihre medizinische Leistung nur



schwer beurteilen. Sie bemerken lediglich angenehme oder unangenehme Auswirkungen einer Behandlung. Dennoch muss Ihre Leistung stimmen. Sie und Ihr Team müssen sich fortbilden, moderne Behandlungskonzepte und Materialien kennen und so die Sicherheit in Ihrer Diagnose und Therapie garantieren. In der heutigen Flut flüchtiger und vielseitiger Informationen ist eine kontinuierliche Weiterentwicklung essenziell.*

Unsere Erfahrung zeigt: Fortbilden kostet. Nicht nur Kurs- und Reisekosten, sondern vor allem wertvolle Behandlungszeit. Dieser Ausfall zum einen sowie die dann notwendige Implementierung der neuen Erkenntnisse zum anderen müssen für Sie und Ihr gesamtes Team geplant und kalkuliert werden.

3. Interne Kommunikation stärkt das Team

TEAM = Toll-Ein-Anderer-Machts? Nein! Nehmen Sie sich bewusst die Zeit, Ihre Strategie und die Ziele an das Team zu kommunizieren. Bedenken Sie, dass Ihr Team einen eigenen Nutzen in Ihren Zielen sehen muss. Beziehen Sie Ihr Team deshalb aktiv in die Umsetzung ein und berücksichtigen Sie dessen Meinungen und Ideen zur Optimierung ebenfalls, denn sie tragen erheblich zum Gesamterfolg der Praxis bei. Auch hier ist ein Externer hilfreich, aber nicht unbedingt notwendig, sofern Sie folgende Tipps beachten:

→ Berufen Sie Teammeetings ein. Definieren Sie gemeinsam Ziele bis zur nächsten Sitzung und kontrollieren Sie dieses anhand eines Protokolls zu Beginn des nächsten Meetings. Prüfen Sie, ob nicht auch ein tägliches Morgenbriefing sinnvoll ist, um wesentliche Behandlungen und Beratungen optimal vorzubereiten.

→ Prüfen Sie, wie realistisch die angesetzten Ziele waren. Entwickeln Sie ein Gespür für pro-

fessionelles Projekt- und Zeitmanagement, denn besser sind klare und stetige Schritte als drei Schritte vor und zwei zurück.

→ Führen Sie eine Gemeinschaftspraxis, so empfiehlt sich zur besseren Abstimmung mindestens ein fester Strategietag pro Jahr. Idealerweise findet dieser außerhalb der Praxis, vielleicht sogar im Rahmen einer externen Fortbildung statt. Außerdem empfehlen wir regelmäßige Sitzungen mit Ihrem Partner, so zum Beispiel zum Quartalsabschluss, wo Sie ein Resümee aus dem abgeschlossenen Quartal ziehen und diese Er-

kenntnisse in die Planung des Neuen einbeziehen können.

→ Achten Sie darauf, sich und Ihr Team an festen Bürotagen zu kontrollieren. Werden die Arbeitsabläufe und Ziele optimal umgesetzt? Wie ist die Stimmung? Wo sehen Sie eventuell Verbesserungspotenzial?

Sehr häufig stellen wir fest, dass die Praxisleitung keinen klaren Führungsstil praktiziert. Lernen Sie Ihre Mitarbeiterinnen kennen. Technisch vielleicht durch ein Personalprofil wie z.B. von persolog (DISG) oder mithilfe von Myers Briggs Type Indicator (MBTI) bzw. durch das Struktogramm. Auf

Ihr Mehrwert durch die Herbstaktion von Dental Tribune und Tafuro & Team

Vielleicht haben Sie auch schon einmal bemerkt, dass sich im Laufe der Praxistätigkeit eine gewisse „Betriebsblindheit“ einstellt? Auch hören wir oft, dass der Arbeitseinsatz immer größer wird und zudem die persönliche Zufriedenheit sukzessive abnimmt.

Gemeinsam mit der Dental Tribune haben wir deshalb für Sie die Aktion „Erfolgreiche Praxisführung“ gestartet mit dem Ziel, Ihnen aktive Instrumente in der Praxisführung an die Hand zu geben. Sie erhalten zudem einmal die Möglichkeit, professionelles PraxisCoaching persönlich kennenzulernen.

Wir haben in den letzten Jahren rund 1.000 Praxen beraten und gecoacht und haben mit ca. 3.000 weiteren Praxisinhabern auf Seminaren, Messen und sonstigen Veranstaltungen intensive Gespräche geführt. Diese Erfahrungen und die unseres vielseitigen Netzwerks fließen intensiv in die Aktion ein. Gemeinsam analysieren wir anhand Ihrer Informationen Ihre Praxis, Ihre Zahlen, Ihr Führungsverhalten und die Arbeitsabläufe im Team. Ihre privaten und beruflichen Ziele be-

rücksichtigen wir dabei ebenso wie die Einschätzungen Ihres Teams.

Diese Informationen werten wir intern aus und händigen sie Ihnen mit Ihren Vergleichszahlen sowie als Exposé aus. Das persönliche Zielgespräch findet mit einem Coach von Tafuro & Team in Hamburg oder in Ihrer Praxis statt. Aufgrund der Herbstaktion mit der Dental Tribune erhalten Sie diesen Kurz-Check-up inklusive einem ca. 90-minütigen Coaching- und Auswertungsgespräch gegen einen Sonderpreis von 490,-€ zzgl. MwSt (ohne Auswertungsgespräch: 550,-€ zzgl. MwSt.) in unserem Büro in Hamburg (eine Auswertung in Ihrer Praxis ist gegen Aufpreis möglich).

Ergreifen Sie Ihre Chance für eine erfolgreiche Zukunft für sich als Behandler, für Ihre Praxis und auch für Ihr Team. Wir freuen uns darauf, Sie auf diesem Weg begleiten zu können.

Kontakt:

Francesco Tafuro –
Tafuro & Team
info@tafuro-und-team.de
www.tafuro-und-team.de

ANZEIGE



Coaching Consulting Controlling
für Zahnärzte und Ärzte

Herbstaktion 2008: Wie fit ist Ihre Praxis?

Beantwortet werden u.a. die folgenden Fragen:

- Wie sehr leben Sie bereits die einzelnen 7 Bausteine des Praxiserfolges?
- Was ist in Zukunft notwendig zur Erreichung Ihrer Ziele?
- Was verdienen Sie pro Stunde?
- Was sollten Sie verdienen, um die gewünschte monatliche Privatentnahme zu tätigen?
- Wie steht Ihre Praxis im Vergleich dar?
- Wie ist Ihr Führungsstil? Und wie können Sie diesen verbessern?
- Wie wird Ihre Praxis von Ihrem Team gesehen? Wo deckt sich deren Bild mit Ihrem?

Melden Sie sich bitte direkt telefonisch, per Fax oder Mail bei Tafuro & Team in Hamburg an. Sie erhalten dann den ausführlichen Fragebogen, der innerhalb von 2-3 Wochen individuell ausgewertet wird.
Ihr Kurz-Checkup wird dann mit zusammen Ihnen in einem persönlichen Coaching (ca. 90 Minuten) in unserer Agentur in Hamburg ausgewertet und besprochen.

Ihr Preis: 490 € zzgl. MwSt, incl. einem Auswertungs- und Coachinggespräch (ca. 90 Min.) in HH (zzgl. MwSt)

Wichtig: Diese Aktion ist gültig bis zum 15. 11. 2008

Grelckstraße 36 | 22529 Hamburg
Telefon 040 - 76 97 39 67
Fax 040 - 76 97 39 66
E-mail. tafuro@tafuro-und-team.de

www.tafuro-und-team.de



* Idealerweise werden die fachlichen Schulungsmaßnahmen gemeinsam mit dem Coach geplant.

persönlicher Ebene empfehlen wir zusätzlich regelmäßige Personalgespräche. Setzen Sie gemeinsam eine Stellenbeschreibung fest und berücksichtigen Sie die persönlichen Qualifikationen und Ziele des einzelnen Mitarbeiters. Das schafft Vertrauen, Loyalität und Zufriedenheit. Erkundigen Sie sich nach dem Stimmungsbild und reagieren Sie ggf. mit zeitnahen Lösungen. Überprüfen Sie hierbei auch immer, ob die Aufgaben gerecht verteilt sind. Lernen Sie mit Ihrem Team zusätzlich auch die Spielregeln effektiver Meetings kennen und setzen diese gemeinsam um.

4. Das Kommunikations- und Aufklärungskonzept: Ohne Kommunikation ist (fast) alles nichts

Wie bereits beschrieben, kann der Patient die Qualität einer Behandlung kaum wirklich beurteilen. Ermuss sich also – bewusst und unbewusst – Kriterien suchen, die auf Kompetenz und Vertrauenswürdigkeit schließen lassen. Hier werden dann jene Verhaltensmuster und Werte wichtig, die im direkten Kontakt mit dem Patienten vermittelt werden.

Telefon und Terminmanagement: Der erste Eindruck zählt

In unserer Funktion als Analytiker betrachten wir immer wieder, wie (potenzielle) Patienten auf eine Zahnarztpraxis aufmerksam werden und wie dann der erste Kontakt verläuft. Nicht ohne Grund wird das Telefon als „Visitenkarte einer Praxis“ bezeichnet, denn es spielt in der direkten Patientenkommunikation eine wesentliche Rolle. Welchen Eindruck vermittelt Ihre Praxis nach außen? Und wie werden in Ihrer Praxis die meist attraktiven und von daher „kostbaren“ Früh- oder Abendtermine vermittelt?

Effektive Beratung

Effektiv kommunizieren bedeutet, ein Beratungskonzept zu entwickeln, das zwei Gewinner ermöglicht – den Patienten und Ihre Praxis. Als Grundgerüst hat sich hier das **AIDA-Prinzip** bewährt. Nach Wikipedia versteht sich darunter:

1. **Attention**
Die Aufmerksamkeit des Patienten wird angeregt.
2. **Interest**
Er interessiert sich für Ihre Leistungen.
3. **Desire**
Der Wunsch nach Ihrer Leistung wird geweckt.
4. **Action**
Der Patient kauft Ihre Privatleistung möglicherweise.

In Ihren Bereich übertragen bedeutet dies:

- Vergewissern Sie sich, dass alles vorbereitet ist: Kostenplan, Modelle zum Visualisieren, freier, gelüfteter und ordentlicher Raum, ausreichend Zeit (10 bis 20 Minuten sind für eine Erstberatung oft ausreichend, dann ist Ihr Team an der Reihe).
- Achten Sie zu Beginn darauf, Ihren Patienten persönlich ab-

zuholen. Beachten Sie die gleiche Sitzhöhe und die Möglichkeit zum Blickkontakt.

- Sprechen Sie ihn mit Namen an. Stellen Sie viele Fragen (möglichst offene W-Fragen) und hören Sie dem Patienten aufmerksam zu. Erkundigen Sie sich nach seiner persönlichen Situation und seinen Vorstellungen und Wünschen.
- Zeigen Sie ihm – falls möglich – via Hand- und Mundspiegel oder noch besser mit Ihrer intraoralen Kamera seine persönliche Mundsituation bzw. seine Probleme. In der Medizin gilt: Ihre Patienten kaufen Ihre Leistungen, um Probleme (u.a. Schmerz, wiederholende Termine, Zahnverlust) zu beseitigen oder die Ästhetik zu verbessern. Bedenken Sie dies bei Ihrer Argumentation.
- Bieten Sie ihm, nach der Aufnahme und Auswertung der Informationen, das aus Ihrer Sicht geeignete Behandlungsangebot an. Zeigen Sie ihm die Lösungen an einem Bild oder noch besser am Modell. So kann er das Behandlungsergebnis „sehen“ und „begreifen“.
- Nennen Sie ihm den Preis klar und mit festem Blick und fassen Sie nach der Preisnennung nochmals die Leistungen und Vorteile für den Patienten zusammen.
- Überlassen Sie Ihrem Patienten die Entscheidung – aber führen Sie bzw. Ihr Team ihn gezielt dorthin. Fragen Sie ihn nach seiner Meinung zu Ihrem Angebot und lassen Sie ihn in Ruhe antworten. Machen Sie eine Pause und schaffen Sie ihm so Zeit und Raum für eine Entscheidung (hier hilft oft das innerliche Zählen für eine Sprechpause: 21, 22, 23).
- Geben Sie ihm anschauliches Informationsmaterial mit, das die besprochene Behandlung

und Lösung verständlich erklärt. Vereinbaren Sie einen neuen Termin zur weiteren Besprechung oder Behandlung.

- Seien Sie bzw. Ihre Mitarbeiterinnen sich immer bewusst: der Patient möchte auch nach seiner Entscheidung nochmals bestätigt werden, um sicher zu gehen, dass er die richtige Wahl getroffen hat.

5. Der Duft des Erfolges – wie vermitteln Sie Ihren Erfolg nach außen?

In diesem Zusammenhang gilt es auch klar zu machen, welche Vorzüge es auch für eine Zahnarztpraxis hat über eine eigene Corporate Identity zu verfügen. Definieren Sie also die „Persönlichkeit Ihrer Praxis“ und schaffen Sie sich professionelle Elemente wie ein eigenes Logo und ein einheitliches Erscheinungsbild. So können Sie Ihre Wirkung nach außen gezielt steuern.

Lassen Sie auch Ihr Praxiserscheinungsbild einmal kritisch überprüfen: vermittelt es die Modernität und Aktualität Ihrer Medizin? Wirkt Ihre Praxis bereits aktiv nach außen mittels Patienteninformationen, Internetauftritt sowie der PR- und Öffentlichkeitsarbeit? Veranstalten Sie Informationsabende für Patienten oder einen Tag der offenen Tür. Oder Sie verfassen als Autor patientengerechte Zeitungsberichte oder Anwenderberichte für die Fachpresse. Unser Spezialistennetzwerk unterstützt Sie dabei mit qualifizierten und branchenerfahrenen Experten.

6. Interne Organisation und Abläufe

Häufige Ansatzpunkte für ein Praxiscoaching sind unklare, evtl. auch chaotische Praxisorganisationen – kein Wunder bei



den sich häufenden Vorschriften und Regeln und der wachsenden Komplexität. Die Probleme werden meist in den Bereichen Terminmanagement, Materialbestellung oder auch Hygiene spürbar. Die Ursachen finden sich oft in nicht optimalen Arbeitsabläufen und mangelndem Mitdenken. Werden in Ihrer Praxis Missstände offen kommuniziert? Seien Sie sich über die verschiedenen Abläufe und deren Vor- und Nachteile bewusst, denn oft bekommen Sie nur die Spitze des Eisbergs zu sehen. Doch nur, wenn die Basis stimmt und der Alltag reibungslos funktioniert, können Sie als Praxis erfolgreich und professionell nach innen und außen wirken.

7. Verdienen Sie, was Sie wert sind? – Controlling in der Zahnarztpraxis

Um (auch) in Zukunft erfolgreich zu praktizieren, müssen Sie den Praxisbetrieb effizient und wirtschaftlich gestalten. Dafür müssen Sie zunächst den notwen-

digen Stundensatz kennen, mit dem Sie erst einmal die Kosten decken können. Haben Sie eine Ausgabentransparenz? Wie setzt sich Ihre Privatentnahme zusammen? Wie planen Sie Ihre Entnahmen? Wie gestaltet sich die Liquidität Ihrer Praxis? Arbeiten Sie mit einem Factoringunternehmen zusammen? Und gibt es für das (Führungs-)Team eine zumindest partielle Transparenz, z.B. in Form von notwendigen Tagesumsätzen bzw. Prophylaxebehandlungen je Woche?

Zugegeben: diese Optionen sind vielfältig und können unterschiedlich gehandhabt werden. Wesentlich ist jedoch, dass Sie sich als Unternehmer bzw. Unternehmerin damit aktiv auseinandersetzen, sie analysieren und verstehen und somit agieren können, statt reagieren zu müssen. Gemeinsam mit der Dental Tribune möchte Tafuro & Team Sie beim ersten Schritt der kritischen Selbstanalyse unterstützen. **DT**

ANZEIGE

**18. - 20. September 2008
Salzburg, Austria**



9TH BIENNIAL CONGRESS OF THE
**EUROPEAN ASSOCIATION
OF ORAL MEDICINE (EAOM)**

Local Organizing Committee:
office@eaom2008.at

Foto © Tourismus Salzburg GmbH · Mirabell gardens with Hohensalzburg Fortress

www.eaom2008.at

Raiffeisen
Die Salzburger Bank



Topexperten aus Europa und den USA referieren u.a. über die „Genetische Basis von Mund- und Kiefererkrankungen“ und „Zungenbrennen“. Zusätzlich werden „Updates in Oral Medicine“, eine „Clinicopathological Conference“ sowie zahlreiche freie Vorträge und Poster angeboten. Am Samstag den 20.09. findet ein ganztägiges deutsches Programm mit aktuellen Übersichtsvorträgen zur Oralen Medizin statt.

**Information und Anmeldung: www.eaom2008.at, oder
EAOM 2008 Congress Office, z.H. Fr. Katharina Tschernutter
Strubergasse 21, A-5020 Salzburg, Tel. +43-662-4420021271, Fax +43-662-4420021209, Mailto: office@eaom2008.at**