



VIKTORIA
HAUSEGGER

Neuerungen erfolgreich starten

PROJEKTUMSETZUNG: Ein gezieltes internes Marketing ist Voraussetzung für ein erfolgreiches externes Marketing.

VIELEN ORDINATIONSSINHABERN ist heute klar, dass Patienten vielfach laufende Verbesserungen des Angebots und der Serviceleistungen erwarten. Oft arbeitet das gesamte Praxisteam lange an entsprechenden Projekten. Endlich ist alles abgeschlossen, die Neuerungen eingeführt und die Patienten werden über diverse Aktionen informiert. Und dann: Statt die erhoffte Anerkennung zu ernten, stellen Sie fest, dass die Neuerungen weder bemerkt noch genutzt werden.

Nun wird analysiert: Was ist schiefgelaufen? Liegt es an schlechter Leistung oder haben Sie sich inhaltlich geirrt und die falschen Ideen und Serviceleistungen entwickelt? Meist liegt der Fehler aber ganz woanders. Häufig wird einfach unterschätzt, dass jede Veränderung zunächst intern auf Widerstände stößt und bei Neuerungen gegen die Trägheit des Gewohnten angeknüpft werden muss. Für den Erfolg Ihrer Verbesserungsprojekte ist es also wichtig, sich von Anfang an auf mögliche Akzeptanzprobleme innerhalb des Teams vorzubereiten.

DAS TEAM AN BORD HOLEN

Um letztendlich positive Resonanz von den Patienten zu erhalten, müssen Sie zunächst bei Ihren Mitarbeitern die Freude an der Umsetzung wachrufen. Dazu ist internes Marketing nötig. Was Sie kommunizieren müssen, ist: Welcher Nutzen wird für wen durch das Projekt erreicht? Ihrem Team muss klar sein, welchen Nutzen die Änderungen oder Neuerungen für jeden

einzelnen Mitarbeiter haben. Für den Erfolg ist es entscheidend, Ihren Mitarbeitern das Projekt gut zu „verkaufen“. Dieser Nutzen sollte immer wieder explizit benannt werden, da Projekte dazu tendieren, ein Eigenleben zu entwickeln. Auch Ihnen hilft es bei Diskussionen, die Argumente für das Projekt stets präsent zu haben.

Zur Projektentwicklung gehört also bereits frühzeitig die Ausarbeitung eines Kommunikationsplans. Legen Sie zuerst fest, wem Sie was kommunizieren wollen. Die Adressaten sind in erster Linie die Nutznießer des Projektes, also Ihre Patienten. Zu oft wird jedoch vergessen, dass auch Ihre MitarbeiterInnen zu informieren sind – besonders jene, für die neue Aufgaben dazukommen oder die mit Kommunikationsprozessen zu tun haben. Aber auch alle, die von Veränderungen der Arbeitsprozesse betroffen sind wie Lieferanten oder EDV-Firmen, sollten rechtzeitig informiert werden. Planen Sie für alle Adressaten geeignete Kommunikationsmaßnahmen.

RECHTZEITIG MIT DER INFORMATION STARTEN

Starten Sie mit der Kommunikation nicht erst kurz vor der Einführung der Neuerung oder gar danach. In diese Falle tappt man leicht, da nicht selten der Eindruck entsteht, alle betroffenen Personen seien durch die Projektarbeit an sich ausreichend informiert. Das ist aber ein Trugschluss. Ohne einen Plan für die Einfüh-

Erfolgsfa

Schulungen stärken das Selbstbewusstsein und verbessern das Auftreten.

DER ERFOLG in der modernen Praxis hängt auch wesentlich vom Auftreten des Praxisteams ab. Der professionelle Umgang mit den PatientInnen gewinnt zunehmend an Bedeutung. Untersuchungen zeigen, dass gut 70% der Entscheidungen der PatientInnen für – oder gegen – eine Praxis vom Umfeld und den MitarbeiterInnen bestimmt werden, nur ca. 30% von der Ärztin oder dem

Lehrgang „Die pro

Die Fortbildungsreihe umfasst 5 Workshops (zu je 4 Stunden) zu folgenden Themen:

Das Telefon – Visitenkarte Ihrer Ordination

Teil 1 & 2

- Grundlagen der Kommunikation, Telefonregeln
- Verhalten in schwierigen Gesprächssituationen, Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern
- Übungen und Checklisten zu Telefonsituationen aus der Praxis

zung und ohne aktive Kommunikation der Änderungen und/oder neuen Serviceleistungen tendieren die Mitarbeiter im Praxisalltag dazu, darauf zu vergessen. Holen Sie spätestens nach Ablauf von zwei Drittel des Projektes die Meinung des gesamten Praxisteams zur endgültigen Ausgestaltung der Neuerungen ein. Es empfiehlt sich auch, mit dem gesamten Team zu planen, wie die Einführung am erfolgreichsten umgesetzt und die neuen Angebote in die Abläufe des Praxisalltags eingebaut werden können.

MACHEN SIE AUSREICHEND „TAMTAM“

Häufig sind Praxisinhaber der Meinung, eine „Anweisung“ würde hier ausreichen – so einfach ist es aber nicht. Sie brauchen das Engagement Ihres Teams.

Machen Sie bei der Einführung auch gegenüber den Mitarbeitern ausreichend „Tamtam“. Die Liste der möglichen Aktionen für die Einführungsphase ist lang. Wählen Sie Aktionen aus, die zu Ihrer Praxisphilosophie und der Art des Projekts passen (z.B. Pralinen und ein paar nette

Wünsche zum Projektstart), aber belassen Sie es auf keinen Fall nur bei einer „Anweisung“ oder einer E-Mail. Schüren Sie die Begeisterung der „Umsetzer“ in Ihrer Praxis.

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

office@mehrwertmarketing.at
www.mehrwertmarketing.at

ktor Arzt-Assistentin

Arzt selbst. Die Erwartungen und Anforderungen an MitarbeiterInnen in Arztpraxen sind gestiegen: ArztassistentInnen sind oft TelefonistIn, OfficemanagerIn, Kommunikationsschnittstelle zwischen Arzt und Patient, Anlaufstelle für kleinere und größere Probleme und Profi in Sachen Konfliktmanagement in einer Person. Neben hoher Flexibilität sind souveränes Zeit- und Selbstmanagement gefragt.

QUALIFIKATION NICHT DEM ZUFALL ÜBERLASSEN

Daher sollte weder dem Zufall überlassen bleiben, wie gut Ihre MitarbeiterInnen bei Telefonkontakten sind, noch, wie sie auch mit schwierigen Patienten umgehen. Auch

der Umgang mit Konfliktsituationen und Beschwerden will gelernt sein. Souveränes Auftreten und ein geschickter Umgang mit PatientInnen erfordert ebenfalls ein hohes Maß an Wissen und Fachkenntnis und ein positives Selbstwertgefühl. Souveränes Auftreten ist gerade in Arztpraxen ein wichtiges Thema. Denn einem unsicher wirkenden, hektischen oder gar unfreundlichen Ordinationsmitarbeiter wird kein Vertrauen geschenkt, hier fühlen sich Patienten nicht gut aufgehoben.

MASSGESCHNEIDERTE LEHRGANG

Das auf Praxis- und Personalmarketing spezialisierte Unternehmen mehrwertmarketing hat einen fünfteiligen Lehrgang

für Arzt-AssistentInnen entwickelt, um MitarbeiterInnen in den Schlüsselqualifikationen zu schulen. Aufgrund des überaus positiven Echos auf die bereits durchgeführten Lehrgänge startet die nächste Schulungsreihe mit 11. Jänner 2008 in Wien. Im Rahmen des Förderprogramms „Qualifizierungsförderung für Beschäftigte“ übernehmen das AMS und der Europäische Sozialfonds bis zu 75% der anerkannten Kurskosten für die Schulung Ihrer MitarbeiterInnen. Die Höhe der Förderung hängt von Kriterien wie Alter und Ausbildungsstand der Mitarbeiterin ab. Wichtig: Der Antrag zur Förderung muss vor Beginn des Lehrgangs eingereicht werden. Der Veranstalter unterstützt Sie gerne dabei.

fessionelle Arzt-Assistentin“ – Start 11. 1. 2008

Der erfolgreiche Umgang mit schwierigen Patienten: Konflikte meistern – Konflikte nutzen!

- Probleme im Gespräch lösen
- souveränes Agieren in schwierigen Gesprächssituationen
- Konfliktpotenzial erkennen und durch verständnisorientierte Kommunikation vorbeugen

Zeit und Persönlichkeit: typgerechtes Selbstmanagement im Alltag

- Erkennen der eigenen Stärken und Engpässe
- persönliches Zeit- und Selbstmanagement kennen, um auch kritische Situationen ruhig und souverän zu meistern

Souveränes Auftreten – mit Patienten richtig umgehen

- Kleidung, Kommunikation und Kontaktpflege
- Schärfung der eigenen Wahrnehmung im Umgang mit Patienten
- Übung angemessener Verhaltensweisen

Die Teilnehmerzahl ist auf 14 Personen beschränkt. Start ist der 11. 1. 2008, die Folgetermine werden flexibel vereinbart. Das letzte Modul findet spätestens Ende Juni statt. Detailinformationen zu den Inhalten finden Sie unter

www.mehrwertmarketing.at

Zusätzlich
10% Ermäßigung auf die Kurskosten für LeserInnen der Ärzte Krone*

Ärzte Krone

* Bei der Buchung angeben!

Unverbindliche Information und Anmeldung:

Viktoria Hausegger
mehr.wert. für ärzte und apotheker
marketing, das gezielt bewegt
Tel. 0664/460 16 35
Fax 01/768 54 44-20
office@mehrwertmarketing.at