

## Service ist eine mächtige Dimension im Portfolio der strategischen Positionierung

Warum wechseln Patienten den Zahnarzt? Die meisten fühlten sich nicht gut aufgehoben – nicht aufmerksam genug betreut ... Der Großteil der Patienten, der wechselt, wechselt wegen „Kleinigkeiten“:

- fehlende Wertschätzung,
- das Gefühl „Ich störe“,
- nicht ernst genommen zu werden,
- zu wenig Information,
- unfreundliches Verhalten,
- mangelnde Aufmerksamkeit.

In erster Linie suchen Ihre Patienten die Lösung „eines Problems“. Diese Probleme werden nicht – wie allzu oft angenommen – allein durch die medizinische Versorgung gelöst, sondern auch durch „begleitende Serviceleistungen“. Das sind Dienstleistungen, die Sie Ihren Patienten anbieten, damit diese einen größeren Nutzen Ihrer Kernleistung haben oder Hilfe bei Lösung ihrer Probleme erhalten.

Dadurch vermitteln Sie Ihren Patienten Wertschätzung, Sicherheit, das Gefühl „gut aufgehoben“ zu sein. Möchten Sie Ihre Patienten auf Dauer begeistern, ist „Service“ also auch für Sie als Arzt ein wichtiges Thema.

Um die geplanten Maßnahmen realisierbar zu machen, und sicherzustellen, dass sie im Praxisalltag erfolgreich umgesetzt werden können, 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. Auch hier empfiehlt es sich die Mitarbeiter mit einzubeziehen.

Wichtige Schritte sind dabei:

### Schritt 1

Prüfen Sie die aktuelle Situation, beantworten Sie sich ein paar einfache 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“?

### Schritt 2

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 sich dafür Zeit ein.

Nutzen Sie die Serviceleistungen auch dafür, um die eigentlichen

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“ „Das erleichtert mir das Leben“...
- Es muss Ihnen und Ihren Mitarbeitern möglich sein, die geplanten Serviceleistungen professionell umzusetzen. Die Rahmenbedingungen müssen



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

[www.mehrwertmarketing.at](http://www.mehrwertmarketing.at)

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

Kernleistungen laufend zu verbessern – einige Serviceleistungen können fester Bestandteil des Praxisalltages werden.

### Tipp

Befragen Sie auch Ihre Patienten zu diesem Thema. Im Rahmen einer Patientenbefragung lassen sich die Wahrnehmung dazu ebenso gut erheben, wie Wünsche und ungelöste Probleme Ihrer Patienten.

### Ein konkretes Serviceangebot entwickeln

Nachdem Sie die oben angeführten Fragen beantwortet haben, können Sie daran gehen, ein konkrete Serviceangebot für Ihre Patienten zu entwickeln. Das Angebot muss folgende Anforderungen erfüllen:

- Sie müssen sich klar machen, was Sie mit dem Service erreichen wollen. Wollen Sie Ihre

stimmen. Wenn erforderlich, sind organisatorische Abläufe im Praxisalltag zu ändern.

Sammeln sie mit Ihrem Team Ideen für mögliche Serviceangebote. Sprechen mit ausgewählten Patienten über diese Ideen. Wahrscheinlich sind einige Einfälle notwendig, ehe Sie darauf eine gute Serviceleistung entwickeln können.

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!

**Korrespondenz:**  
Viktoria Hausegger  
mehr.wert. für ärzte und apotheker  
marketing, das gezielt bewegt  
Tel. +43 664 460 16 35  
E-mail: [office@mehrwertmarketing.at](mailto:office@mehrwertmarketing.at)  
Internet: [www.mehrwertmarketing.at](http://www.mehrwertmarketing.at)