

Inhalt Baustein I : Das Praxismarketing:

Welche Möglichkeiten der Werbung haben Sie?

- Definition und Stellenwert der Praxis
- Rechtliche Grundlagen

Wie können Sie die Werbemaßnahmen in der Praxis umsetzen?

- Was wünscht sich Ihr Patient?
- Vorstellung verschiedener Marketingstrategien – von der Wohlfühlpraxis auf dem Land bis zur High Tech Praxis in der Stadt!

Umsetzung in Ihrer Praxis

- Patientenbindungsinstrumente als Weiterempfehlung nutzen
- Individuelle Umsetzung auf das Praxisprofil zugeschnitten
- Externe Kommunikation

Inhalt Baustein II : Zeit- und Terminmanagement:

Wie sieht ein optimales Terminmanagement aus?

- Terminkomplexe sinnvoll gestalten
- Keine Lücken mehr in Ihrem Bestellbuch: Ideen aus der Praxis!
- Weniger Wartezeit für Ihre Patienten
- Weniger „No Shows“ in Ihrer Praxis

Zeitmanagement für das ganze Team

- Optimale Vor- und Nachbereitung der Behandlungen durch das Team
- Zeitplan für die Praxismanagerin
- Verteilung von Ämtern in der Praxis
- Sinn & Zweck von Maßnahmenplänen
- Erstellen von Listen, Tabellen zur direkten Umsetzung

Inhalt Baustein III : Mitarbeiterführung:

Welche Aufgaben sind zu erfüllen?

- Zielvereinbarungsgespräche
- Erstellen eines Wertschöpfungsindex
- Individuelle interne Schulungspläne für neue Mitglieder des Teams
- Stärken – und Schwächenanalyse
- Minihandbooks für Auszubildende
- Einführung und Umsetzung von „Ideenblättern“

Kommunikation und Rhetorik

- Stellenwert der Praxismanagerin innerhalb des Teams
- „Stilregeln als Spielregeln“
- Positive Gesprächsführung

Baustein IV : Patientenmanagement:

Telefontraining

- Verkaufsrhetorik am Telefon
- Gegenseitige Gesprächsanalysen

Die goldenen Regeln in der Patientenkommunikation

- „Fest im Sattel“ bei Einwänden
- Umgang mit verschiedenen Patiententypen:
 1. „Die Sabbeltasche“
 2. „Der Schweiger“
 3. „Der verärgerte Patient“
 4. „Mr. V.I.P“

„Verkaufsgespräche“

- Nutzenargumentation
- Mehrwertkonzept für Ihre Patienten
- Repräsentationssysteme

Inhalt Baustein V : Fehler- und Beschwerdemanagement:

Patientenzufriedenheit

- Einsetzen und umsetzen von Ereignisprotokollen
- Messen der Patientenzufriedenheit
- Was wünscht sich Ihr Patient?
- Erstellen von Statistiken

Mitarbeiterzufriedenheit

- Schwächen aufdecken und in Stärken umwandeln!
- Stellenprofile und Arbeitsplatzbeschreibungen
- „Belohnungskonzepte“ aus der Praxis

Praxisinhabierzufriedenheit

- Erfolgt eine 100% Umsetzung der Kostenpläne? Wie kann die Umsetzung optimiert werden?
- Optimierung des Praxisablaufs an Hand von Checklisten