

Vorwort

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

herzlich willkommen bei einem wichtigen Thema, dem Marketing für Ihre Praxis. Wissen Sie, wie und warum Ihr Patient zu Ihnen kommt? Welche Schritte er unternommen hat, bis er bei Ihnen in der Praxis steht? An welchen Stellen er Kontakt mit Ihrer Praxis bzw. mit Ihrem Team hatte? Wo Sie ihn abholen und zu sich „geleiten“ sollten?

Patienten von heute sind informierter, anspruchsvoller, wechselbereiter und fordernder als noch vor zehn Jahren. Sie kommen mit veränderten Erwartungen und Wünschen in Ihre Praxis.

Das liegt auch daran, dass die Investition in die eigene Zahngesundheit höher geworden ist und zugleich die Möglichkeiten, z.B. bei Implantaten und kosmetischen Zahnbehandlungen, weitaus größer sind. Wer für zahnärztliche Leistungen selbst in die Tasche greifen muss, wird Sie als Dienstleister infrage stellen und vergleichen.

Gleichzeitig leben wir in einer digitalen und mobilen Informationsgesellschaft, die aus dem Patienten einen informierten, mündigen Kunden auf Augenhöhe macht. Das Internet mit seinen Informationen, Plattformen und sozialen Medien macht dies möglich und das Rad lässt sich nicht zurückdrehen. Sie müssen sich darauf einstellen und mehr noch, dies in Ihren Praxisalltag integrieren. Nur so können Sie den Vergleich mit anderen Dienstleistern auf Dauer und zukünftig gewinnen.

Das Unternehmen Zahnarztpraxis muss deswegen nicht kommerzialisiert werden, sondern im Gegenteil. Es muss als patientenfreundlicher Dienstleister mit einem individuellen, marktgerechten Leistungsspektrum und einer offenen, klaren Kommunikation die erste Wahl sein und höchste Wertschätzung am Markt genießen.

„Um der Konkurrenz voraus zu sein, müssen Sie den Kunden nicht nur zufriedenstellen, sondern ihn mit Ihrer Leistung begeistern.“ (Philip Kotler, US-amerikanischer Marketingexperte)

Um Patienten mit Ihren Leistungen begeistern zu können, müssen sie durch Marketingmaßnahmen die Leistungen erst einmal kennenlernen. Ohne die Trommel zu rühren, wird man nicht gehört. Trotzdem, wenn es um das Thema

Praxismarketing geht, gibt es unter Ihren Kolleginnen und Kollegen unterschiedliche Ansichten und Meinungen.

Die einen nutzen Marketingmaßnahmen seit längerer Zeit und haben es zum unverzichtbaren Bestandteil ihres Praxismanagements gemacht. Die anderen stehen Marketingaktivitäten eher skeptisch bis kritisch gegenüber. Bei ihnen überwiegen die Bedenken, durch Marketing könnte der Zahnarzt seine Patienten verschrecken, sie könnten unseriös wirken, sodass sie der Praxis vielleicht sogar fernbleiben. Werbung hat für sie einen schlechten Beigeschmack.

Aber – Marketing ist weit mehr als Werbung!

Wir meinen mit Marketing nicht die plumpen Werbeversprechen und -botschaften. Im Gegenteil, wir möchten Sie zu einer zeitgemäßen Betrachtungsweise des Praxismarketings führen. Das hat nichts mit „aufschwätzen“ oder zweifelhaften, patientenverscheuchenden Verkaufs- oder Vertriebsmanövern zu tun.

Sensibel umgesetztes Praxismarketing, das auf Information, Aufklärung und Transparenz basiert, wird von den meisten Patienten akzeptiert und als Service empfunden, der den Patienten in den Mittelpunkt stellt.

So verstehen wir Marketing als Haltung bzw. als Einstellung zu Ihrer Arzt-Patienten-Beziehung. Es geht immer um den systematischen Aufbau und die Pflege der Patientenbeziehung, umgesetzt von motivierten Mitarbeitern, die im Dienst des Patienten täglich ihr Bestes geben.

Marketing ist aber auch eine betriebswirtschaftliche Unternehmensfunktion, mit deren zentralen Elementen der Planung, Steuerung und Kontrolle Sie Ihre Marketingkonzepte und -ziele erfolgreich umsetzen und langfristig am Markt bestehen.

Letztendlich konzentrieren sich alle Ihre Marketingmaßnahmen auf ein Ziel, nämlich in den Köpfen Ihrer Patienten und potenziellen Patienten ein Bild – die Vorstellung Ihrer Zahnarztpraxis – zu gestalten und zu verankern. Dieses Bild ist Ihre Marke, unterlegt mit Fakten und Daten, getragen von einem guten Gefühl, Vertrauen und Wertschätzung. So wird Ihre Marke gleichsam ein Versprechen, mit welchem Leistungsspektrum Sie Ihre Patienten zufriedenstellen möchten.

Dieses Versprechen muss eingehalten werden, um erfolgreich am Markt zu agieren und sich abzugrenzen. Wie Sie es einhalten wollen und müssen, haben Sie in Ihrem Qualitätsmanagementsystem festgelegt – ebenso wie die Spielregeln Ihres einzigartigen, unverwechselbaren Praxismarketings!

So wird Ihr Marketing zu einem stabilen Fundament für den Erfolg Ihrer Praxis:

Mit erfolgreichem Marketing steigen Ihr Selbstbewusstsein und Ihr Selbstvertrauen. Ihre Leistungen und die des Teams werden wertgeschätzt, Ihre Mitarbeiter sind loyal und motiviert, die Patienten sind begeistert und zeigen dies auch, neue Patienten kommen gezielt zu Ihnen – das alles führt zu mehr Arbeitsfreude!

Dieser Ratgeber beinhaltet für Sie, liebe Leserinnen und Leser, geballtes Fachwissen und viele Jahrzehnte Erfahrung. Wir haben die unterschiedlichen Blickwinkel und Kompetenzen zusammengetragen, Hintergrundwissen mit praxistauglichen Umsetzungstipps kombiniert und anschaulich beschrieben. Altes, bewährtes Basiswissen rund um das Marketing haben wir ergänzt und neu kombiniert mit aktuellen Trends und Entwicklungen, insbesondere mit Online-Marketingmaßnahmen und Social Media. Mit Fallbeispielen verdeutlichen wir die verschiedenen Möglichkeiten, damit die Umsetzung für Ihre Praxis leichtfällt.

Wir freuen uns, dass Sie sich Zeit für die Lektüre nehmen und die Wichtigkeit des Themas für sich und Ihre Praxis erkannt haben. Gern sind wir bei Fragen für Sie da und wünschen Ihnen viel Spaß und Erfolg bei der Umsetzung.

Ihr Autorenteam