

Dipl.-Betriebswirt Frank Jähnel Ärzte-Finanz-Consulting

Existenzgründungsberater für
Zahnmediziner
Zertifizierter Versicherungsmakler
Zertifizierter Finanzanlagenvermittler

Büro: Office Center
Niermannsweg 11-15
40699 Erkrath-Unterfeldhaus

Marketing für die Zahnarztpraxis Teil 1



Agenda

- Praxismarketing und Erfolgsfaktoren
- Der Wettbewerb
- Strategisches Marketingmanagement
- Werbung
- Praxisberatung durch Ärzte-Finanz-Consulting



Praxismarketing und Erfolgsfaktoren

Wissen Sie....

- ...wie viele Patienten Sie im letzten Jahr gewonnen haben?
- ...wie viele Patienten Sie im letzten Jahr verloren haben?
- ... wie viele Patienten „schlummern“?
- ...von wie vielen Patienten Sie weiterempfohlen wurden?
- ...wer Sie weiterempfohlen hat?
- ...welche Patientengruppe (Alter, Beruf, Einkommen) Sie am häufigsten empfiehlt?



Praxismarketing und Erfolgsfaktoren

Wissen Sie....

- ...welche Patientengruppe die lukrativste war?
- ...welche Patientengruppe die treueste war?
- ... wie oft die Kette Treue-Umsatz-Empfehlung funktioniert?
- ...an wen Sie Patienten verloren haben?
- ...von wem Sie Patienten gewonnen haben?
- ...warum Sie empfohlen wurden?



Ziele des Praxismarketing - Der Marketingbegriff in der Betriebswirtschaft

- Gewinn erwirtschaften und erhalten.
- Gewinn steigern.
- Eigene Arbeitszufriedenheit steigern.
- Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter steigern.
- Patientenzufriedenheit steigern.
- Praxiswert erhalten.



Ziele des Praxismarketing – Voraussetzungen Für wirtschaftlichen Praxiserfolg

Früher:

- Summe der Absatzinstrumente
- Die Praxis auslasten
- Anforderungen erfüllen

Heute:

- Marktorientierte Unternehmensführung
- Die richtigen Zielgruppen umfassend versorgen
- Patientenerwartungen erfüllen und übertreffen
-
- Alle Marketingkanäle nutzen

Hauptziel des Praxismarketing ist, durch stetig wachsende Patientenzufriedenheit den wirtschaftlichen Ertrag der Praxis zu erhalten und zu steigern.



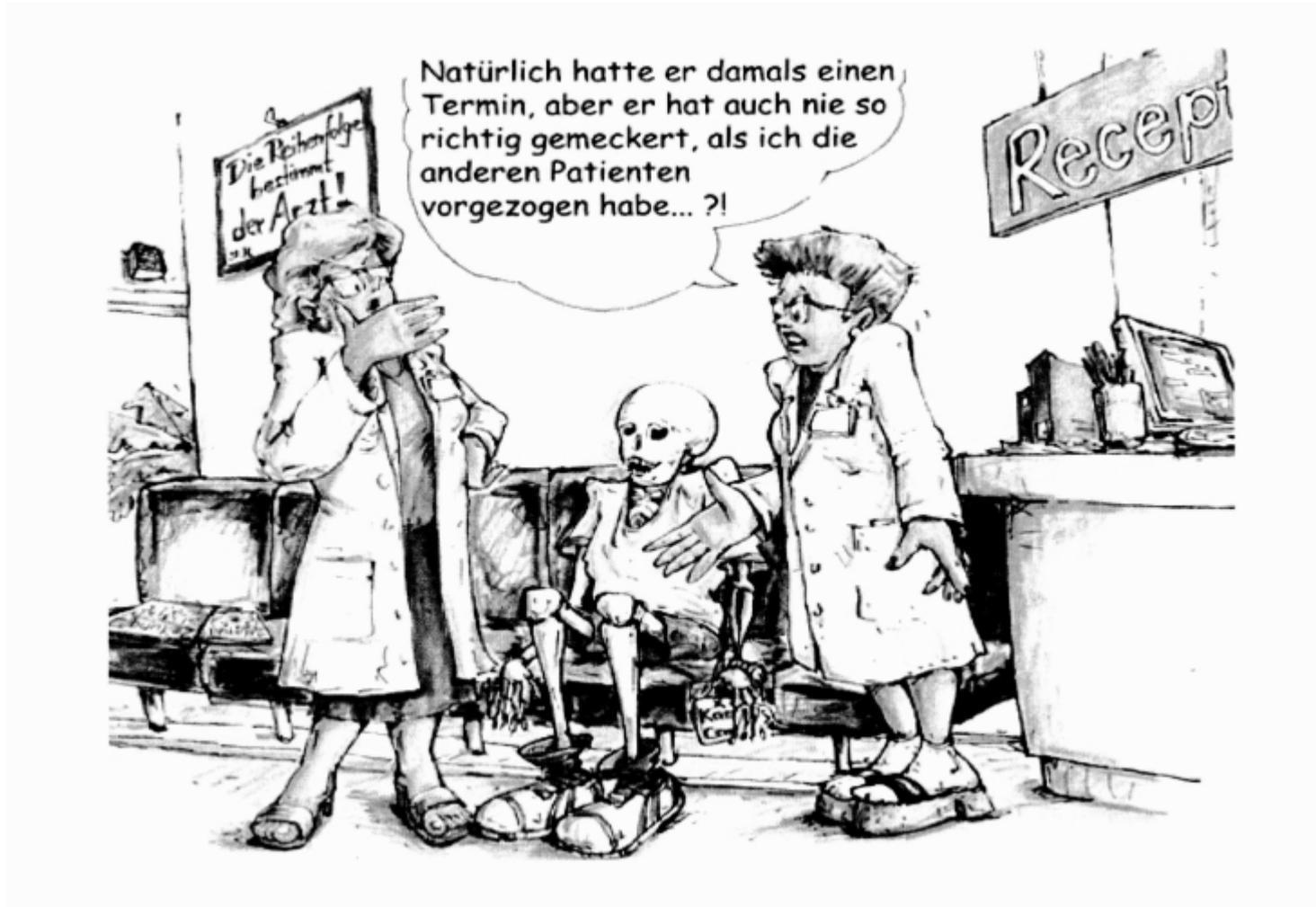
Ziele des Praxismarketing – Kostenziele

Kosten:

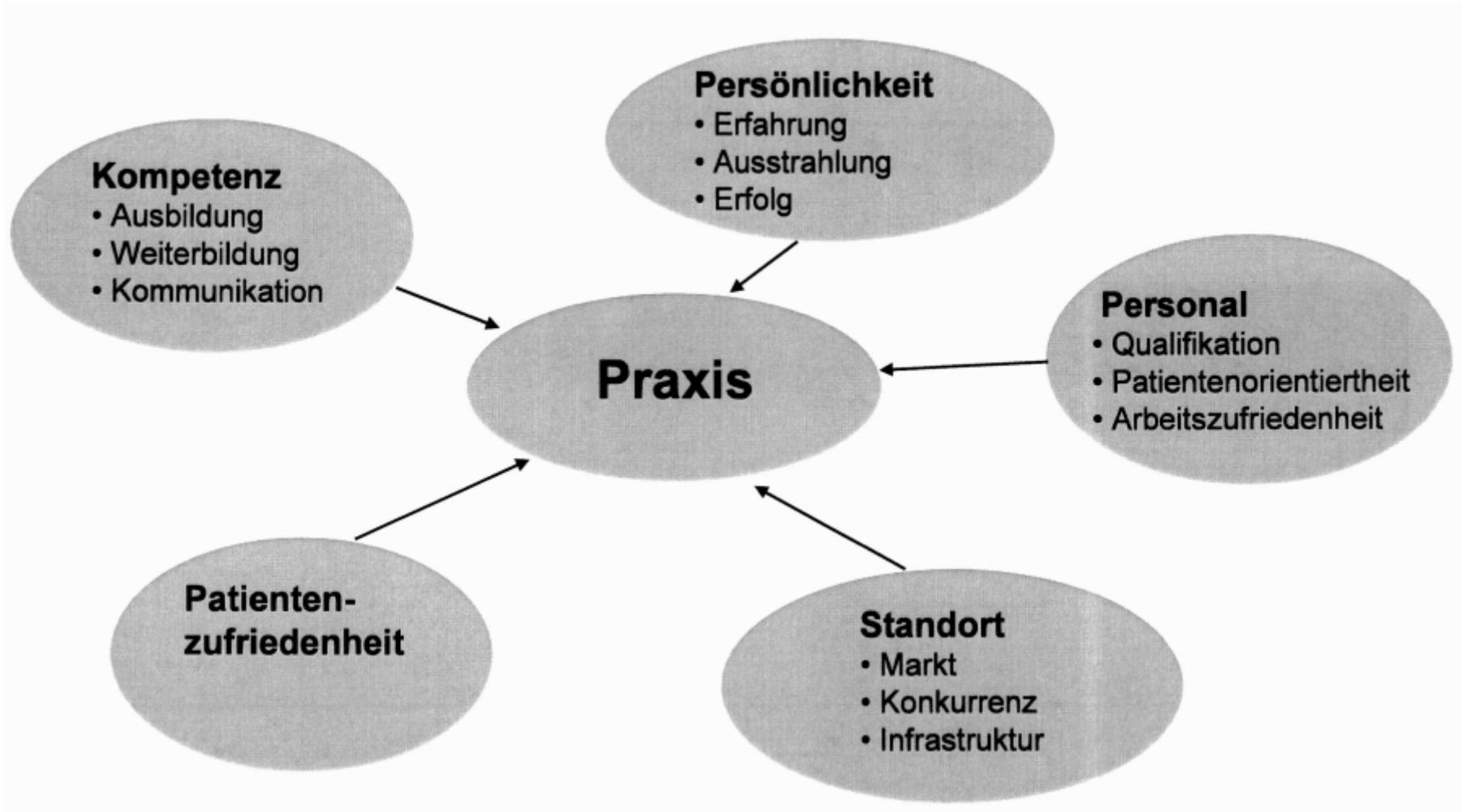
-
- Direkte Kostenziele:
- Investitionsrahmen für Ihr Praxismarketing (z.B. Webseite, Anzeigen, Zielgruppenwerbung, etc.)
-
- Indirekte Kostenziele:
- Steigerung der Effektivität (z.B. Reduzierung der eigenen Arbeitszeit, etc.)



Warum patientenorientiertes Management?



Wichtige Erfolgsfaktoren



Kennzeichen erfolgreicher Praxen

Erfolgsfaktoren:

- Zielgruppenorientierte Positionierung
- Deutliche Alleinstellungsmerkmale
- Hohe Empfehlungsquote
- Professionelle Organisation
- Totales Engagement Aller Mitarbeiter statt Toll, ein anderer macht´s.
- Marketing als Lebensphilosophie



Managementaufgaben des Zahnarztes – Heutige Anforderungen und zukünftige Anforderungen

- Visionen und Ziele für die Zukunft der Praxis entwickeln.
- Strategisches Management einführen.
- Veränderungen im Gesundheitswesen aktiv annehmen.
- Ausrichten aller Aktivitäten am Patientennutzen.
- Beherrschen der betriebswirtschaftlichen Instrumente.
- Umsetzung von Ideen, Zielen und Visionen vor dem Hintergrund der Ökonomie.



Heutige und zukünftige Anforderungen – Was ist Praxismanagement?

- Marketing = marktorientierte Unternehmensführung
- Benötigt ein strategisch abgestimmtes Konzept an Maßnahmen
- 3-gliedriges Marketingkonzept:
Zielfestsetzung – Maßnahmenplanung – Implementierung und Kontrolle
- Nicht Druck, sondern Motivation, freiwillig die Dienstleistungen der Praxis annehmen.
- Marketing heißt immer: Bedürfnisbefriedigung einer klar umrissenen Zielgruppe.



Anforderungen an das Unternehmen „ Zahnarztpraxis“

- **Praxis-Marketing**
Positionierung der Dienstleistung im Markt.
- **Controlling**
Unternehmensführung auf Zahlenbasis
- **Prozessmanagement**
Qualitätsmanagement

Aufwand versus Nutzen



Aufwand versus Nutzen – Erfolgreiche Praxisführung

- Untersuchung anhand der „Patienten-Kontakt-Phasen“
- Betriebswirtschaftliches Ergebnis der Marketing Praxen um 25% höher.
- Höhere Arbeitszufriedenheit der Praxisinhaber: 1,6 vs. 3,8
- Höhere Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter: 1,9 vs. 3,5
- Höhere Patientenzufriedenheit: 1,8 vs 2,9
- ca. 42% der Praxen betreiben konsequent Marketing Aktivitäten.
- Nur 18% haben konkreten Marketingplan.



Zyklus der Emotionen

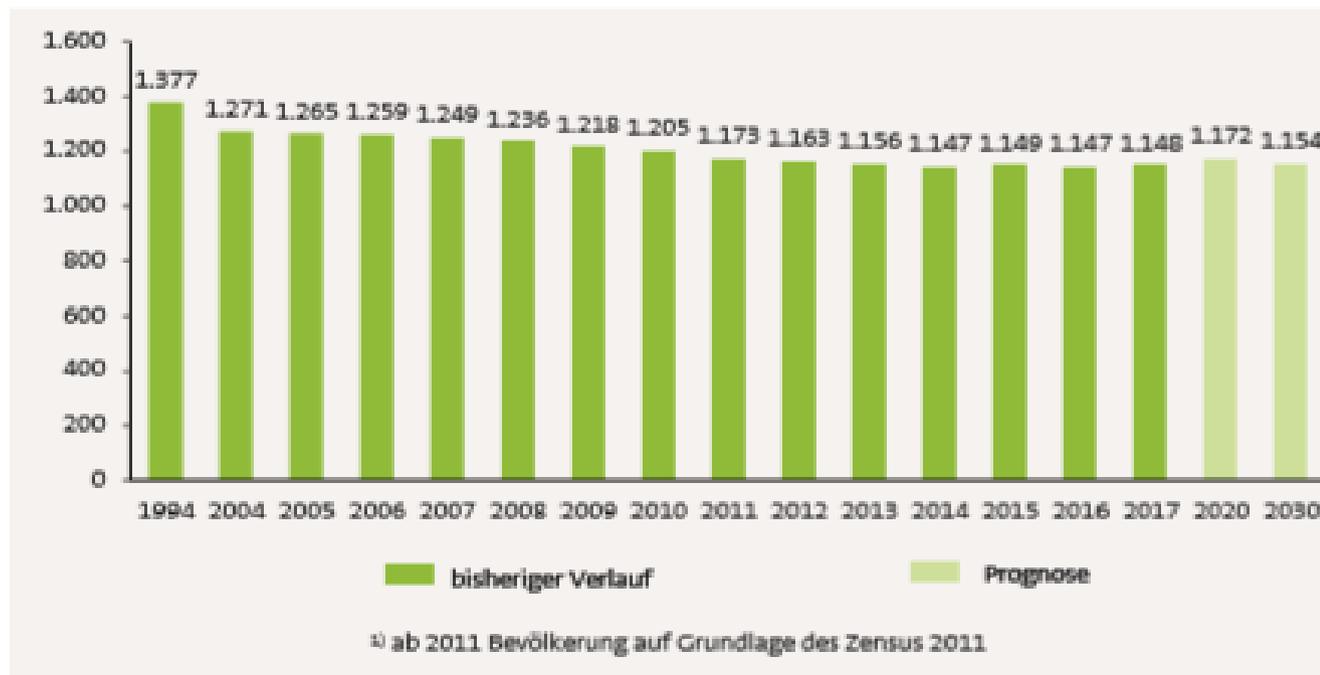


- Praxismarketing und Erfolgsfaktoren
- **Der Wettbewerb**
-
- Strategisches Marketingmanagement
-
- Werbung
-
- Praxisberatung durch Ärzte-Finanz-Consulting



Zahnärztedichte

6B Einwohner je behandelnd tätigen Zahnarzt ¹⁾

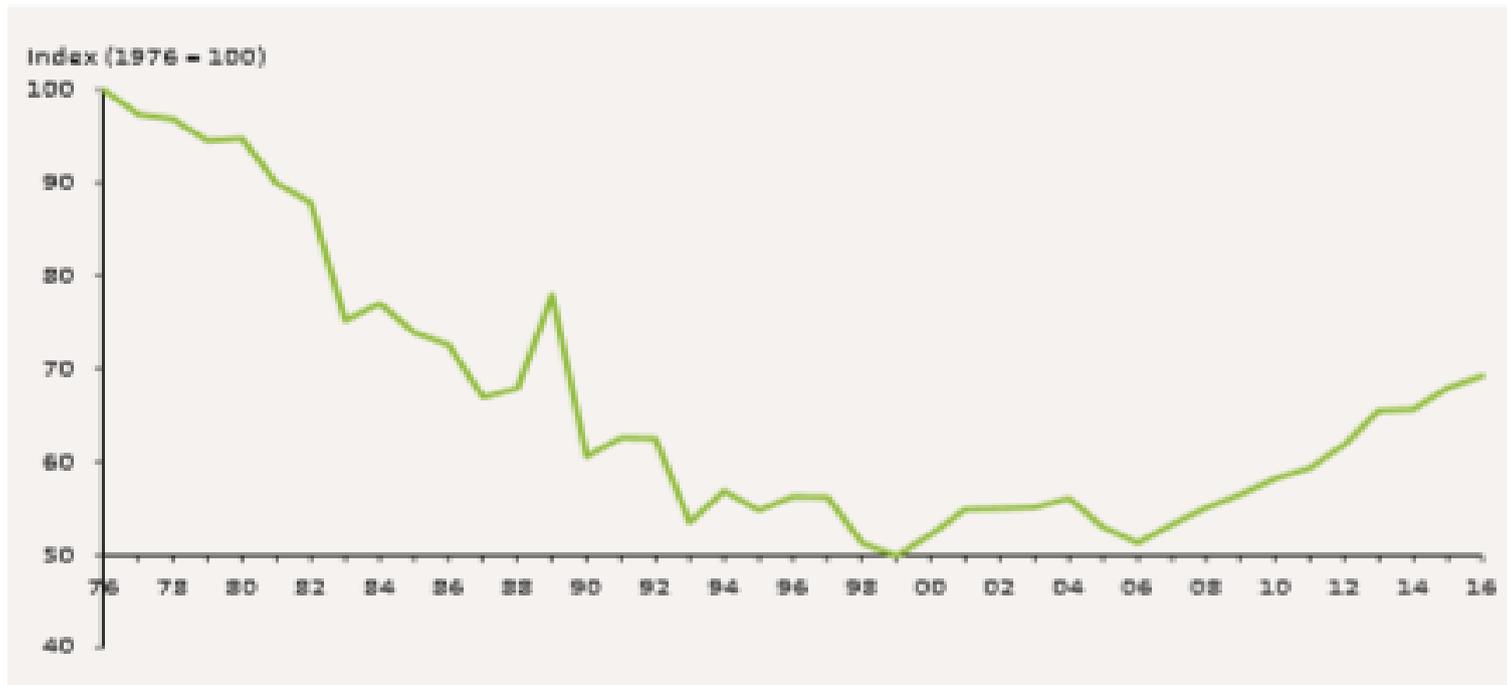


Quelle: KZB Jahrbuch 2018



Realwertentwicklung des zahnärztlichen Einnahmen-Überschusses

5A Realwertentwicklung des Einnahmen-Überschusses je Praxisinhaber 1976 - 2016 – Alte Bundesländer



Quelle: KZB Jahrbuch 2018

- Praxismarketing und Erfolgsfaktoren
- Der Wettbewerb
- **Strategisches Marketingmanagement**
- Werbung
- Praxisberatung durch Ärzte-Finanz-Consulting



Heutiger Standard – Elemente eines professionellen Praxismarketings

- Die Kunst einen Patienten wie einen Partner zu behandeln
- Kontaktpflege zur bestehenden Kunden / Patienten
- Gestaltung und Atmosphäre der Praxisräume / Wartebereich
- Verhalten am Telefon und im direkten Patientenkontakt
- Öffnungszeiten und Barrierefreiheit
- Weiterbildung und Informationsmanagement
- Teambildung und Mitarbeiterführung/Motivation



Heutiger Standard – Elemente eines professionellen Praxismarketings

Praxismarketing – was heißt das?

Input vs. Output

Wir verbringen 80% unserer Zeit damit, 20% unseres Einkommens zu erwirtschaften und umgekehrt.



Prognostizierter parodontaler Behandlungsbedarf durch demographischen Wandel

6G Prognostizierter parodontaler Behandlungsbedarf durch demographischen Wandel

