

# „Wir wollen die Besten sein“

**Axel Rückert ist auf die Beratung von Zahnarztpraxen spezialisiert – Patientengewinnung mit Garantie**

Manche Zahnarztpraxis wundert sich, dass die Nachbarpraxis immer wieder neue Patienten gewinnt, aber eigene Patienten zunehmend verlorengehen. Möglicherweise hat die andere Praxis ja deshalb den großen Erfolg, weil sie gezielt eines der wichtigsten Marketing-Instrumente einsetzt: die Patienten-Orientierung.

„Hinter jedem Patienten stecken sicher eine Vielzahl weiterer Patienten“: Patientengewinnung beginnt bei Patientenbindung. Wer dieses Potenzial ausschöpft, sichert sich langfristigen Markterfolg. In der Wirtschaft ist Kundenorientierung schon lange zur Selbstverständlichkeit geworden. „Bei Gleichstand entscheidet die bessere Kundenbeziehung“. Gerade diese Aussage ist bezeichnend in vielen Bereichen, in denen Vorsprung mit Produkten und Qualitäten kaum zu erzielen ist. Ausgeklügelte Kundenbindungsprogramme dienen hier als effiziente Instrumente zur Neukunden-Akquise. Denn Kunden kaufen gerne da, wo sie großen Nutzen erwarten können, wo man ihnen zuhört, wo man sich für ihre Sorgen und Probleme interessiert, wo man wirklich zum „König Kunden“ wird. Von „exzellenten“ Unternehmen kann man lernen.

Auch die Zahnarztpraxis kann durch dieses unternehmerische Handeln viel erfolgreicher sein und permanent ihre Bekanntheit, die Anzahl der Patienten und die Gewinne steigern. Beziehungs-

marketing heißt das Zauberwort. Ein Beziehungsmarketing-Programm stellt sowohl Patientennähe sowie Patientennutzen in den Mittelpunkt und beantwortet die Fragen: Wie und womit können wir dem Patienten Nutzen beziehungsweise mehr Nutzen bieten als bisher und mehr als der Wettbewerb? Wie können wir vorhandene Kundenbeziehungen festigen und intensivieren? Welche Leistungen bieten wir bereits, welche attraktiven Angebote, Services und Leistungen können beziehungsweise müssen ergänzt werden?

Anzeige

Warum nicht mal  
**gut & günstig**

[www.zahnersatz-mueller.de](http://www.zahnersatz-mueller.de)  
02102-100 49 80

„Wir wollen die Besten sein!“ – So oder so ähnlich könnte die Startphase lauten, wenn die Zahnarztpraxis über ihr Programm nachdenkt. Patienten-Orientierung beginnt im Kopf, ist zuerst Bewusstseinsbildung in der Praxis selbst und erfordert, sich intern fit zu machen. Und das betrifft alle Mitarbeiter. Deshalb erfordert die erste Phase der Planung und Konzeption, die eigenen Mitarbeiter ein-

zubeziehen, sie zu informieren, zu sensibilisieren, zu motivieren, zu trainieren.

Die Erfahrungen der vergangenen Jahre zeigen, dass es den Zahnarztpraxen häufig schwer fällt, den Anfang zu finden für ein gezieltes „Patienten-Wunschlos-Glücklich-Programm“. Wichtig ist gerade die Basis und dann folgend, das gesamte Praxismarketing darauf abzustimmen.

Bewährt hat sich beispielsweise das Einsetzen eines Innovationsteams. Gemeinsam werden Ideen entwickelt, permanent Maß-

nahmen mit verschiedensten Zielsetzungen konkretisiert. In der Umsetzung und Realisation gibt es einen „Torwächter“, beteiligt und verantwortlich sind aber unbedingt alle. Auf die Praxis zugeschnitten entsteht sukzessive ein individuelles Programm, das ein Mix aus „harten“ und „weichen“ Leistungen darstellt, die teilweise Investitionen erfordern oder Arbeitsaufwand. Und die in der Ge-

samtheit immer die gleichen Generalzielsetzungen verfolgen: mehr Patientennähe – mehr Patientenutzen.

Daneben ist jetzt der richtige Zeitpunkt, über die derzeitige oder zukünftige Praxisausrichtung und Positionierung nachzudenken. Gibt es Besonderheiten oder sollte es diese zukünftig geben? Hat oder will man Stärken in der Prophylaxe, will man Schwerpunkte in der Zielgruppe Kinder und Familien, sucht man Zukunft in der Prothetik, zum Beispiel mit preiswertem Zahnersatz. „Wir machen alles“ – das sagt eigentlich gar nichts aus. Sicher ist eine Zahnarztpraxis Ansprechpartner für alle Probleme rund um die Zahngesundheit, aber: Spezialitäten stärken das Praxisprofil, und das lässt sich leicht sowie mit kurzen Worten perfekt weiterempfehlen.

Patientenbindungs- und -gewinnungsprogramme kann jede Praxis selbst initiieren. Alternativen kann man professionelle Unterstützung nutzen. Die kostet zwar Geld, hat aber den Vorteil, dass man vom Start an gezielt vorgeht und unnötigen (Personal- und Kosten-)Aufwand vermeidet.

„Wir sind die Besten!“ Wo zu Beginn möglicherweise noch das notwendige Verständnis fehlte, wo es anfangs Startschwierigkeiten gab: Schritt für Schritt entsteht ein neues Bewusst- und Selbstbewusstsein in der Praxis – zum Nutzen des gesamten Praxisteam. Das gilt für die Einbehandler-Praxis genauso wie für Gemeinschaftspraxen und Zahnkliniken.

Wer Patientennähe, -bindung und -nutzen zu fundamentalen Zielen seiner Praxispolitik erklärt, hat am Ende selbst den größten Nutzen: Eine hohe Patienten-Fre-

quenz und hohe Reaktivierungsraten bei verlorengegangenen Patienten, Weiterempfehlungen und regelmäßig neue Patienten, Stei-

gerung von Marktanteilen, Umsätzen und Gewinnen.

**Axel Rückert, Remscheid**

**Präzisionsöfen für Y-Zirkon sowie Dentalkeramiken bis 1800°C**

**Elevatoröfen** ab 10.799,- € zzgl. 19% MwSt.

**Muffelöfen** zum Veraschen, Vorwärmen, Brennen oder zum Sintern von elektrophoretisch hergestellten Keramiken bis 1100°C. ab 980,- € zzgl. 19% MwSt.

**Arnold Schröder**  
Industrieöfen GmbH  
Hafenstraße 10 | Tel. 0 61 45/60 05 | info@schroeder-industrieofen.de  
65439 Flörsheim | Fax 0 61 45/5 25 14 | www.schroeder-industrieofen.de

**Axel Rückert** ist Marketingprofi, Spezialist für Kundenbindung und -gewinnung und er bringt Vertriebs-Know-how mit. Seine berufliche Karriere begann er bei der Unternehmensberatung McKinsey. Es folgten verschiedene Stationen in Marketingagenturen. Seit fast 20 Jahren unterstützt er Unternehmen, Verbände und Institutionen aus unterschiedlichsten Branchen als Berater und bietet breites Know-how, das jederzeit auch über den Tellerrand und die Betriebsblindheit einer Branche hinausblickt. Seit 2005 hat sich Rückert zunehmend spezialisiert. Heute ist er Ansprechpartner für das Dentallabor wie für die Zahnarztpraxis. Weitere Informationen im Internet unter [www.a-rueckert.de](http://www.a-rueckert.de).

quenz und hohe Reaktivierungsraten bei verlorengegangenen Patienten, Weiterempfehlungen und regelmäßig neue Patienten, Stei-

**HAHNENKRATT**  
HAHNENKRATT.COM

**EXATEC+CYTEC+CONTEC:**  
DIE BASIS FÜR EINEN HÖCHST STABILEN WURZELAUFBAU

● INFO-MATERIAL

TEST-SETS je EUR 19,95 (zzgl. MwSt.)

- Contec blanco
- Cytec blanco
- Exatec blanco

Inhalt der Test Sets: Instrumente + 3 Wurzelstifte. Preis frei Haus.

**E. HAHNENKRATT GmbH**  
DE-75203 Königsbach-Stein | Fon +49 (0)7232/3029-0  
Fax +49 (0)7232/3029-99 | info@hahnenkratt.com

Fax 07232/3029-99

# Implantate und Meer – von Kiel nach Oslo und zurück

**ProLab-Fachkongress für Implantatprothetik vom 3. bis 5. Juni 2011**

Ab sofort können sich Zahntechniker und Zahnmediziner zum ProLab-Fachkongress für Implantatprothetik anmelden. An Bord der Color Line auf dem Weg von Kiel nach Oslo und zurück verspricht die bundesweite zahntechnische Vereinigung für Implantatprothetik e.V. ProLab ein Event der Superlative. Mit Top-Themen und Top-Referenten, einem abwechslungsreichen Unterhaltungsprogramm und jeder Menge Anregungen für die Arbeit in Praxis und Dentallabor.

„Die Entwicklungen im zahnmedizinischen und zahntechnischen Bereich schreiten rasant voran. Moderne Zahnarztpraxen und Dentallabore müssen informiert sein“, sagt ProLab-Vorsitzender Uwe Kanzler. Denn nicht alles, was neu ist, sei auch automatisch gut. Nur wer Bescheid wisse, könne verantwortungsvoll aus der Vielfalt an Angeboten die für die eigene Arbeit interessanten Leistungen auswählen. „Wie der Trend der vergangenen Jahre zeigt, ist die Anzahl der gesetzten Zahnimplantate kontinuierlich gestiegen. Das wird auch so bleiben. Immer mehr Patienten möchten nicht nur ir-



Tagen und genießen: Die Color Line (hier mit Blick aus dem Restaurant auf den Kieler Hafen) ist Veranstaltungsort des ProLab-Kongresses vom 3. bis 5. Juni 2011. Foto: Pressestelle ProLab

gendeine, sondern eine komfortable Lösung bei Zahnverlust“, so Kanzler weiter.

Ob innovative Planungs- und Behandlungsmethoden, Zahnästhetik, CAD/CAM-Technik oder Funktionalität von Zahnersatz: Hochkarätige Referenten wie etwa der Implantologie-Spezialist und Facharzt für Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgie mit Zusatzbezeichnung Plastische Operationen Prof. Hendrik Terheyden werden zeigen, wohin die Zukunft geht. Als Chefarzt der Klinik für Mund-, Kiefer- und Gesichtschirurgie am Roten-Kreuz-Krankenhaus Kassel und Präsident der Deutschen Gesellschaft für Implantologie e.V. (DGI) ist er stets über die neuesten Entwicklungen im Bilde.

Wie man mit Leistung und Fairplay zu noch mehr Erfolg kommt, verrät der Zahnmediziner und Ex-Bundesliga-Schiedsrichter Markus Merk an Bord der Color Line. Parallel zum Fachkongress informieren außerdem namhafte Hersteller über ihre neuesten Produkte und Dienstleistungen. Außerhalb der Tagungszeiten können sich Kongressteilnehmer und ihre Begleiter bei Fitness, Spiel, Entspannung, Showprogramm oder einer Stadtrundfahrt durch Oslo erholen und inspirieren lassen. Für die Teilnahme am ProLab-Fachkongress werden neun Fortbildungspunkte vergeben. Nähere Informationen und Anmeldung unter [www.prolab.net](http://www.prolab.net).