



Online-Terminvereinbarung: Für eine Breiten-Vermarktung müssen Anbieter Arztpraxen Komplettlösungen offerieren

Von IFABS

Erstellt am 21 Nov 2016 - 07:30

Quelle und weiterführende Informationen: <http://bit.ly/2g9QjPB> [1]

Termine aus dem Netz erfreuen sich steigender Beliebtheit

Die Anzahl der Patienten, die von Praxis-Teams erwarten, dass die Terminvereinbarung auch online möglich ist, steigt kontinuierlich an. Äußerten vor einem Jahr knapp 10% der Praxisbesucher in den Verbesserungsvorschlägen von Valetudo Check-up©-Zufriedenheitsbefragungen den Wunsch, Arztbesuche auch über die Homepage der untersuchten Praxen vereinbaren zu können, sind es aktuell mehr als 30%.

Die Barriere für eine Breiten-Akzeptanz

Auf diesem Weg entsteht – parallel zu der direkten Ansprache der Ärzte durch die System-Anbieter – ein starker Druck auf die Praxisinhaber, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Doch insgesamt reicht das noch nicht für eine Breitenvermarktung aus, da ein entscheidender Aspekt nicht berücksichtigt wird: die Qualität der Organisation, die der Terminvereinbarung in den Praxisbetrieben folgt.

Auf die Qualität der Umsetzung kommt es an

Bucht ein Patient über das Netz, ist seine Erwartungshaltung an die Pünktlichkeit der Behandlung in der Praxis – wie eine Exploration unter Nutzern zeigt – deutlich ausgeprägter als bei telefonischer Vereinbarung. Aber auf die Organisations-Prozesse in den Praxen haben die Terminsysteme keinen Einfluß, sie besitzen nur eine Gatekeeper-Funktion, sind aber gleichzeitig indirekt in ihrer Akzeptanz damit verbunden, da folgender Zusammenhang greift: in Deutschland werden, wie repräsentativ in der Valetudo Arzt-Community© ermittelt werden konnte, durchschnittlich nur 46,8% der für eine reibungslos funktionierende Praxisorganisation notwendigen Regelungen und Instrumente eingesetzt. Gleichzeitig erfüllt die hieraus resultierende Patientenzufriedenheit lediglich 58,3% der Anforderungen und Wünsche. Doch die meisten Praxis-Teams erkennen diese Situation nicht und tendieren dazu, bei Komplikationen die Ursache im Außenbereich der Praxis zu suchen. Reagieren die Online-Patienten aufgrund ihrer höheren Erwartung schneller unzufrieden, wird das der Online-Vereinbarungsoption zugerechnet. Gleichzeitig greift der Recollection-Effekt (vgl. morgigen Beitrag) und die Nutzung der Online-System sinkt. Hierüber entsteht insgesamt eine negative Meinungsbildung (“...das klappt doch gar nicht richtig...“) zur Methode und damit ein deutliches Marktdiffusions-Hindernis.

Komplettlösungen wie im B2B-Bereich

Anbieter sind folglich gut beraten, ihren potenziellen Kunden Komplettlösungen an die Hand zu geben, die diese in die Lage versetzen, mit der Online-Vereinbarung auch nach der Buchung organisatorisch erfolgreich zu sein. Die Auswahl der Instrumente ist dabei groß, das Spektrum reicht von Analysen zur Optimierung der Abläufe über Fortbildungen bis hin zu Manuals und Checklisten.

Lesen Sie am 23.11.2016, wie zufrieden Patienten derzeit mit Online-Terminvereinbarungen sind und was unter dem Recollection-Effekt zu verstehen ist.

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)



Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 02:08): <http://medkom24.eu/node/21928>

Links:

[1] <http://bit.ly/2g9QjPB>