



Patientenkommunikation und Praxismarketing – das neue Fachbuch von Spitta

Von Spitta Verlag

Erstellt am 5 Mai 2014 - 09:04

Warum Marketing eine Chance für jede Zahnarztpraxis ist, begründet Autor Daniel Izquierdo Hänni im neuen Spitta-Fachbuch anschaulich auf rund 220 Seiten und in 9 Kapiteln.

Zahnärzte machen gerne einen großen Bogen um das Thema Marketing. Warum es sich trotzdem lohnt und welche Potenziale in der Praxis zu entdecken sind, beschreibt der Autor gut lesbar im neuen Spitta-Praxisratgeber. Kurz und prägnant geht er in Kapitel eins auf Marktentwicklung und Statistik ein, behandelt Zeitphänomene wie Werbeflut und Medienüberdross und warum sich Zahnärzte hier positionieren sollen. Kapitel zwei widmet der Autor den Grundlagen und Fachbegriffen des Marketings, jedoch gut nachvollziehbar auf Zahnarztpraxen zugeschnitten. In Kapitel drei hinterfragt er die Notwendigkeit der Positionierung und warum es sich für Zahnärzte lohnt, mit Marketing über den dentalen Tellerrand hinwegzuschauen.

Marketing als Chance für jede Zahnarztpraxis

Der Patient und dessen subjektive Wahrnehmung in der Praxis ist Thema in Kapitel vier. Hier geht der Autor auf die Bedeutung der Patientenzufriedenheit ein, auf den Umgang mit Beschwerden sowie den Sinn und Unsinn von Fragebögen. Unterhaltsam und kurzweilig beleuchtet er in Kapitel fünf die Kommunikation mit dem Patienten und führt aus, warum Reden allein nicht zum Erfolg führt. Kapitel sechs beleuchtet das Potenzial von Direktmarketing in der Zahnarztpraxis. Hier verweist Izquierdo auf ungenutzte Patientendatenbanken und das Potenzial von Behandlungsplänen. Das Erlebnis Zahnarztpraxis und der Einfluss von unbewussten Vorgängen im Patienten sowie deren Bedeutung beschreibt er in Kapitel sieben. In Kapitel acht wird die Chronologie eines Praxisbesuches aufgeführt, von der Recall-Karte über den Erinnerungsanruf am Vortag über Parkplatz-Tipps bis hin zu Ersatzzahnbürsten und Notfallnummern. Im Schlusskapitel wiederholt Izquierdo die Inhalte des Fachbuchs durch Gedankenspiele und Fingerübungen, die als Anregungen und zum Entwickeln eigener Gedanken und Ideen als Download zur Verfügung stehen, und vertieft damit das Gelesene.

Über den Autor:

Daniel Izquierdo Hänni ist seit dreißig Jahren in der Marketing- und Kommunikationsbranche tätig. Zahnärzte und den Alltag in den Praxen kennt der schweizerisch-spanische Doppelbürger aus Mandaten mit deutschsprachigen Dentalfirmen. Seine Marketingkenntnisse und -erfahrungen vermittelt er Zahnärzten, Dentalprofis und Praxismitarbeitern theoretisch fundiert und praxisnah in seinem 2007 gegründeten Unternehmen „Swiss Dental Marketing“. Er schreibt Bücher und Fachartikelartikel in Spanien, Deutschland sowie der Schweiz und führt Referate und Workshops in deutscher, spanischer und französischer Sprache durch.

Patientenkommunikation und Praxismarketing

Erfolgsfaktoren für die Zahnarztpraxis

Novität 2014

von Daniel Izquierdo Hänni

Broschur, 216 Seiten, 53 Abbildungen

39,80 € (D), 40,90 € (A), 52,90 CHF inkl. MwSt.

ISBN 978-3-943996-33-3

Versandkostenfrei



Leseproben unter:

www.spitta.de/patientenkommunikation [1]

Zu beziehen bei:

Spitta Verlag GmbH & Co. KG

Ammonitenstr. 1

72336 Balingen

Tel: 07433 952-0

Fax: 07433 952-777

kundencenter@spitta.de [2]

www.spitta.de [3]

Presseanfragen bei:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Zahnmedizin

Susanne Döinghaus

Spitta Verlag GmbH & Co. KG

Fon: 07158 98 77 527

E-Mail: susanne.doeinghaus@spitta.de [4]

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

Quellen URL (aufgerufen am 30 Dez 2020 - 23:46): <http://medkom24.eu/node/19083>

Links:

[1] <http://www.spitta.de/patientenkommunikation>

[2] <mailto:kundencenter@spitta.de>

[3] <http://www.spitta.de>

[4] <mailto:susanne.doeinghaus@spitta.de>