



## Strategisches Marketing: Sui Generis-Positionierungen für Zahnärzte

Von *IFABS*

Erstellt am 30 Jun 2016 - 06:46

Quelle: <http://bit.ly/295ZKvm> [1]

Wenn Unterschiede zur Gemeinsamkeit werden

Zahnärzte waren im Marketing-Bereich schon immer ihren humanmedizinisch tätigen Kollegen einen, wenn nicht gleich mehrere Entwicklungs- und Anwendungs-Schritte voraus. Die letzten drei Jahre hat sich die Berufsgruppe vor allem darauf konzentriert, unikale Praxis-Positionierungen zu entwickeln. Die Themen: Ästhetik, Wellness und Lifestyle. Das hat aber insgesamt zu dem Phänomen geführt, dass der angestrebte Einzigartigkeits-Anspruch inzwischen zu einem Standard geworden ist und Praxen durch den Versuch, sich abzugrenzen, genau das Gegenteil bewirken: die zur Differenzierung gedachten Leistungsmerkmale haben sich zu einem „zahnärztlichen Allgemeingut“ entwickelt.

Die Leistungsprozeß-Qualität als Alleinstellungsmerkmal-Merkmal

Doch es existiert auch vor diesem Hintergrund durchaus einen Sui Generis-Option: sie besteht in der Schaffung einer individuellen Betreuungsqualität im Sinne eines Patient Experience Managements (PEM). Die Positionierung basiert dabei nicht in der Herausstellung von Leistungsmerkmalen, sondern der Leistungsprozeß-Qualität. Analysen in Zahnarztpraxen zeigen, dass der Patient Care Quality Score (PCQS), das Verhältnis aus der erzielten Patientenzufriedenheit zu den Anforderungen, an den einzelnen Touchpoints der Leistungskette – von der telefonischen oder Internet-basierten Terminvereinbarung bis zur Verabschiedung, über alle Praxis-Patient-Kontakte betrachtet – sehr unterschiedliche Werte aufweist, die zu einem insgesamt zerrissenen Eindruck führen. Eine systematische Optimierung dieses Zustandes führt fast automatisch zu einer Alleinstellung, die vor allem auf dem Empfehlungsweg kommuniziert wird und sowohl Patienten-Bindung und als auch -Gewinnung intensiviert.

Optimierung der Patientenkommunikation

Ein elementarer Positionierungs-Baustein ist dabei die Kommunikation am Zahnarzt-Patienten-Touchpoint. Trotz modernster Präsentationshilfen existieren hier extreme Verbesserungs-Möglichkeiten, z. B. in der Form, dass Zahnärzte sich Zeit nehmen und individuell auf Fragen der Patienten eingehen (hier beklagen viele Praxisbesucher eine starke Standardisierung), Nutzen statt Vorteile ansprechen, verständlich und vollständig erklären und – ganz wichtig – eine Adhärenz-zentrierte Beratung „auf Augenhöhe“ zu praktizieren.

- [Arzt, Praxis und Qualifikationen](#)

**Quellen URL (aufgerufen am 31 Dez 2020 - 01:45):** <http://medkom24.eu/node/21546>

**Links:**

[1] <http://bit.ly/295ZKvm>