

Reden ist Gold

KONTAKTFITNESS, EMPFEHLUNGS-MANAGEMENT, PATIENTENBINDUNG – ALL DAS LÄSST SICH DURCH **ÖFFENTLICHE VORTRÄGE** ERREICHEN.

- Sind Themenvorträge wirklich ein effizientes Instrument zur Patientenbindung?
- Lohnt sich der Aufwand hinsichtlich des späteren Nutzens?
- Wir haben doch schon genug zu tun – und jetzt auch noch das. Ist das wirklich notwendig? Was würden Sie, liebe *IGeL aktiv*-Leser, sagen?

Hauptgründe ist die Öffentlichkeitsarbeit und der Servicegedanke für Ihre Patienten. Indem Sie Vorträge durchführen, bieten Sie Ihren „Alt-Patienten“ einen tollen Service an:

- „Unser Arzt macht etwas für uns; er informiert uns sogar außerhalb der Sprechstunde.“
- „Nun weiß ich viel mehr über meine Krankheit.“
- „Seine Praxismanagerin hat einen tollen Vortrag über alternative Behandlungsmöglichkeiten bei meinem Asthma gehalten. Jetzt verstehe ich, warum ich auf die Tabletteneinnahme achten soll.“

Solche oder ähnliche Aussagen und Empfindungen stärken die Bindung an Ihre Praxis, steigern das „Wir-Gefühl“ und fördern das Empfehlungsmanagement. Ihre zufriedenen „Alt-Patienten“ reden mit potenziellen „Neu-Patienten“ über die Vorträge. Und diese „Neu-Patienten“ haben bei den Veranstaltungen eine unverbindliche Möglichkeit, Sie und Ihre Praxis kennen zu lernen.

Zusammengefasst:

- Ihre „Alt-Patienten“ werden in einer größeren Gruppe über bestimmte Krankheitsbilder und Therapiemöglichkeiten besser informiert.
- Die Mitwirkung Ihrer Patienten am Behandlungsziel wird durch die Aufklärung verbessert.
- Ein engeres Wir-Gefühl entsteht.
- Der Patient wird wertgeschätzt über diesen speziellen Service.
- Er identifiziert sich stärker mit Ihrer Praxis.
- Themenvorträge erhöhen das Empfehlungsmanagement.
- Sie sind präsent in der öffentlichen Wahrnehmung, es wird am Ort positiv über Sie geredet, Sie gewinnen neue Patienten.

Gut, nun haben Sie sich für die regelmäßigen Vorträge entschieden – nun geht es an die Umsetzung. Diese fünf Schritte werden Ihnen helfen:

1. KREATIVITÄT

Setzen Sie ein Teamtreffen an und planen Sie mit Ihrem Team die Vortragsreihe. Zuerst arbeiten Sie die möglichen Themen aus. Fragen Sie sich selbst und Ihre Mitarbeiterinnen: Welche Themen interessieren unsere Patienten? Von welchen Themen haben unsere Patienten und wir einen Nutzen? Wie können wir diese Themen interessant aufbereiten? Denken Sie dabei an die spezielle Ausrichtung



„Schon gehört? Unser Doktor hält am Mittwoch einen Vortrag ...“ Regelmäßige Veranstaltungen sorgen dafür, dass Sie im Gespräch bleiben.

Ich sage: Ja, es lohnt sich, Themenvorträge in die Zukunftsstrategie Ihres Unternehmens zu integrieren. Sicher: Nur einmal einen Vortrag zu planen, zu dem anfangs fünf Patienten kommen und deshalb gleich wieder damit aufzuhören – das bringt in der Tat nichts. Solche Serviceaktionen benötigen etwas Anlaufzeit.

Um relativ schnell erfolgreich zu sein, sollten Sie auf einige Punkte achten: Fragen Sie sich zuerst: Warum machen wir das überhaupt? Einer der

Ihrer Praxis, Schwerpunkte, mögliche Therapieformen und Alternativen.

2. STRUKTURPLAN

Wenn Sie alle Anregungen gesammelt haben, strukturieren Sie die Themen jahreszeitlich. Heißt: Das Thema Osteoporose-Prophylaxe wird auf den Welt-Osteoporosetag (20. Oktober) gelegt. Am Frauentag (8. März) gibt es einen Vortrag über „Life-Work-Balance“, am Nichtraucherstag (31. Mai) reden Sie über Raucherentwöhnung. Eine regelmäßige Vortragsreihe im Abstand von 6 bis 8 Wochen oder einmal im Quartal ist empfehlenswert.

3. PROJEKTPLAN

Nun geht es an die Planung, wer welchen Vortrag vorbereitet und hält. Anfangs werden die meisten Vorträge an Ihnen „hängen“ bleiben – um dies zu ändern, lassen Sie sich doch mit einigen Helferinnen im Bereich der Präsentation coachen. Sie werden sehen, wie viel Spaß ein Vortrag machen kann – und dass auch eine zuerst etwas schüchterne Arzthelferin künftig lebhaftere Vorträge halten wird. Ein Vortrag sollte nicht länger als anderthalb bis zwei Stunden dauern, davon sind rund 30 Minuten für eine offene Fragenrunde einzuplanen.

Wenn Sie in Ihrer Praxis keine geeigneten Räumlichkeiten haben, fragen Sie Kollegen aus Ihrem Netzwerk (Win-Win: gleich zwei Praxen werden dadurch bekannt). Auch einige Apotheken bieten Schulungen für Ihre Kunden an und haben Räume (Win-Win: Gute Bindung zur Apotheke, außerdem werden Neu-Patienten dort leichter aufmerksam). Eventuell haben Sie auch ein Gesundheitszentrum in der Nähe, das sich über eine Vortragsreihe von Ihnen freut.

Wenn Sie die Räume, Bestuhlung (bitte bequeme! Stühle) und die Präsentationstechnik geklärt haben, steht noch das Thema Catering zur Debatte: Wer kümmert sich um Getränke, was wollen Sie überhaupt anbieten und in welchem Umfang? Stellen Sie mit Ihrem Team einen Aktivitätenplan („To-Do-Liste“) auf und delegieren Sie die einzelnen Aufgaben.

4. MARKETING

Nun wissen Sie und Ihr Team, was Sie machen wollen, alles ist schon auf dem Papier geplant und in acht Wochen soll der erste Vortrag stattfinden. Wie erfahren das nun Ihre Patienten?

- Stellen Sie eine Patienteninformation her, z.B. DIN-A5-Informationsblätter, Postkarten, Einlegeblätter für Ihre vorhandenen Patientenbroschüren u.ä. Bitte achten Sie dabei immer auf die Optik und die Sprache – passt diese zu Ihrer Praxis?
- Händigen Sie diese Infos vier Wochen im Voraus an Ihre Patienten aus.
- Veröffentlichen Sie die Ankündigung des Vortrags in Ihrer Praxiszeitung und auf Ihrer Website.
- Stellen Sie ein Flipchart mit der aktuellen Ankündigung in das Wartezimmer oder in die Anmeldung.
- Informieren Sie Ihren Apotheker und sein Personal über die Veranstaltung.
- Informieren Sie Ihre Kollegen aus dem Netzwerk.
- Informieren Sie Selbsthilfegruppen über den Vortrag (z.B. Diabetiker, Rheumatiker ...).
- Informieren Sie Ihre Patienten im örtlichen Seniorenheim über die Veranstaltungen.
- Schicken Sie eine Pressemitteilung an die regionale Zeitung (sachliche Information in Medien ist erlaubt).

5. LETZTE PHASE

Der Tag X ist gekommen. Es sitzen 20 Teilnehmer da, Getränke werden ausgeschenkt, und in einigen Minuten beginnt der Vortrag. Nehmen Sie sich Lao Tses Worte zu Herzen:

**„Sage es mir, und ich werde es vergessen;
zeige es mir, und ich werde mich erinnern;
beteilige mich, und ich werde es verstehen.“**

Das bedeutet für Sie in der Umsetzung:

- Sprechen Sie die Sprache Ihrer Zuhörer.
- Führen Sie keine Folienschlacht (egal ob Overhead-Projektor oder Beamer).
- Notieren Sie auf Ihren Folien nur Stichpunkte, vorgelesene Sätze können auf Dauer sehr langweilig sein.
- Visualisieren Sie Gesagtes mit Bildern und Symbolen.
- Arbeiten Sie mit Beispielen und Geschichten.
- Erwecken Sie innere Bilder bei den Zuhörern.
- Integrieren Sie die Zuhörer durch Fragen in das Geschehen.
- Vergessen Sie nicht den roten Faden durch den Vortrag.
- Achten Sie auf Geschwindigkeit und Melodie der Stimme.

Wenn Sie nur einige der Punkte beachten, werden Ihre Zuhörer begeistert sein. Viel Spaß und Erfolg bei Ihren zukünftigen Themenvorträgen! *Caroline Beil*



Caroline Beil
- Personal- und Praxismanagement -
Ditmar-Koel-Str. 23 a
20459 Hamburg
Tel: 040 - 31 79 05 16
Fax: 040 - 31 79 25 15
Mobil: 0163 - 31 79 05 1
E-Mail: pm@carolinebeil.info
Internet:
www.carolinebeil.com