

Fragen kostet nichts ...

... bringt aber viel, wenn Patienten professionell interviewt werden.

■ Um Patientenbefragungen erfolgreich und effektiv in der Praxis einzusetzen, müssen einige wichtige Aspekte beachtet werden.

Patientenbefragungen spiegeln die derzeitige „Ist“-Situation Ihrer Praxis wider. Konkret: Wie zufrieden sind Ihre Patienten? Welche Wünsche und Bedürfnisse haben sie? Wie und in welchem Bereich sind Optimierungen in der Praxis notwendig?

Diese „Ist“-Situation gibt Ihnen die Möglichkeit, Ihre Praxis aus neuen Blickwinkeln zu sehen und bei Bedarf Ihr Unternehmen in eine andere Richtung zu lenken. Außerdem steigt die Patientenzufriedenheit und dadurch das Empfehlungsmanagement.

Und so geht's: Entwickeln Sie den Patientenbefragungs-Bogen immer selbst und individuell für Ihre Praxis. Sie können sich natürlich an Beispielen orientieren. Be-

schaffen Sie sich zwei bis drei unterschiedliche Fragebögen als kreative und visuelle Anregung: Welche Formularoptik passt zu Ihrer Praxis? Welche Analysebereiche?

Die Fragen:

- Stellen Sie nur Fragen, deren Ergebnisse Sie wirklich interessieren und wichtig für Ihr Unternehmen sind. Wenn Sie bei negativen Ergebnissen nichts verändern können oder wollen, dann lassen Sie den Punkt lieber weg.
- Die Fragen können auch in verschiedene Oberbegriffe unterteilt werden wie etwa Empfang, Kommunikation, Service, Praxisausstattung, Organisation, Atmosphäre, Betreuung, Information, Leistungsangebot usw.
- Stellen Sie am Schluss maximal eine offene Frage, zum Beispiel: „Welche Anregungen haben Sie zusätzlich für unsere Praxis?“ Das erlaubt dem Patienten, sich

persönlich zu äußern und gibt ihm das Gefühl von Wertschätzung seitens der Praxis.

Die Durchführung:

- Führen Sie die Patientenbefragung über einen begrenzten Zeitraum (maximal vier bis sechs Wochen) durch.
- Schulen Sie Ihre Arzthelferinnen dahingehend, dass diese Ihre Patienten direkt ansprechen.
- Informieren Sie Ihre Patienten über die Ergebnisse der Befragung oder über nachfolgende Veränderungen.
- Führen Sie die Patientenbefragung einmal jährlich oder alle zwei Jahre durch. Anhand der Analyse können Sie die positiven Veränderungen darstellen und sich und Ihr Unternehmen mithilfe Ihrer Patienten weiterentwickeln. *Caroline Beil*

Caroline Beil ist Personal- und Praxistrainerin und berät mit ihrer Firma Arztpraxen.