

Kurzer Fragebogen für marketingskeptische Zahnärzte

Was ist der Sinn dieses Fragebogens?

Die nachfolgenden Fragen sollen dazu dienen, sich Gedanken über die Situation in der eigenen Zahnarztpraxis zu machen, bewusst einzelne Aspekte zu hinterfragen und sich möglichen Problemen anzunähern.

Vorgehen

Fragebogen ausdrucken, kopieren und allen Mitarbeiter/innen der Zahnarztpraxis aushändigen. 48 Stunden Zeit geben damit jeder für sich, und in Ruhe, die Fragen beantworten kann. Setzen Sie sich danach alle zusammen an einen Tisch und vergleichen Sie die Antworten. Wichtig bei dieser Teamsitzung ist, dass jede Meinung gleich wertgeschätzt wird. Nur so, mit einer offenen und ehrlichen Diskussion, werden Sie zu Erkenntnissen gelangen, die Sie weiterbringen werden.

1) Wie viele von Ihren Patienten, die für einfache Behandlungen kommen*, können Sie für zusätzliche, teurere Leistungen gewinnen? * D/A = Kassenpatienten

- max. 20% max. 40% max. 60% max. 80% 100 %

2) Ist dieser Prozentsatz für Sie genug? Oder dürften es durchaus etwas mehr Privatpatienten sein?

- Ja
 Nein

3) Überhaupt: Haben Sie das Gefühl es kämen genügend Neupatienten in Ihre Praxis? Oder sind Ihre Patienten langsam und leise daran zu überaltern?

- Ja Ich weiß es nicht. Ich muss zuerst
 Nein meine Patientenakten analysieren.

4) Wieviel Zahnarztpraxen gibt es in Ihrem näheren Umfeld? Im gleichen Dorf oder, wenn Sie in der Stadt tätig sind, im Umkreis von zwei Kilometern? Bei Spezialisten wie Implantologen, u.ä., darf dieser Umkreis durchaus etwas weiter gezogen werden.

Anzahl:

Kurzer Fragebogen für marketingskeptische Zahnärzte

5) Was bieten Sie in Ihrer Praxis für Leistungen, die von anderen Praxen nicht auch angeboten werden?

.....

.....

6) Aus welchem Grund finden die Neupatienten den Weg zu Ihnen?

- Überweisungen Gelbe Seiten Persönliche Empfehlung
 Internet-Vergleichsportale Eigene Homepage Anderes

7) Wie viele von den Erstpazienten kommen innerhalb von 18 Monaten wieder und werden so zu Stammpatienten?

- max. 20% max. 40% max. 60% max. 80% 100 %

8) Ist dieser Prozentsatz für Sie zufriedenstellend? Ja Nein

Zum Schluss

Das sind lediglich acht Fragen, es könnten jedoch weit mehr sein: Wissen Sie mit absoluter Sicherheit, welche Meinung Ihre Patienten von Ihrer Zahnarztpraxis haben? Wie viele Ihrer Patienten sind wirklich aktive Empfehler? Und welche sind nur gut erzogen und äußern ihre Meinung nicht? Sind Sie sicher, dass Ihre Webseite unverwechselbar ist und die Eigenheiten Ihrer Praxis optimal vermittelt werden? Und, und, und...

Vertiefende Informationen

Wer sich etwas mehr mit den Themen Praxismarketing und Patientenkommunikation auseinandersetzen möchte, der findet auf www.swissdentalmarketing.com Artikel, Übungen, Checklisten, Youtube-Videos und Bücherreferenzen.