

Wer braucht eine Praxismanagerin?

Ein Beitrag von Axel Thüne, Kieselbronn

Sie ist mittlerweile en vogue – die Praxismanagerin. Je mehr es davon gibt, umso stärker scheiden sich die Geister. Die einen Behandler berichten von einer enormen Entlastung, die durch solche Mitarbeiter entsteht, andere berichten von großer Unruhe im Team und Kompetenzproblemen. Lassen Sie uns gemeinsam betrachten, was es braucht, um eine kraftvolle Konstellation zu erreichen.

Zunächst sollten Sie als Behandler für sich konkret klären, was in Ihrer Praxis gut läuft und was Ihnen Freude bereitet. Danach schreiben Sie bitte auf, was weniger gut läuft, was Sie immer wieder stört und wo Sie kostbare Zeit und Energie verschwenden.

Möglicherweise entdecken Sie Frust- und Entwicklungspotenziale in den Bereichen Verwaltung, Mitarbeiterführung, Qualitätsmanagement und Marketing. Betrifft es mindestens einen oder mehrere Bereiche, bietet Ihre Praxis ein gutes Anforderungsprofil für den Einsatz einer Praxismanagerin.

Erstellen Sie ein konkretes Mitarbeiterprofil

Was muss für Sie konkret erfüllt werden, wenn diese Position geschaffen werden soll? „Backen“ Sie sich Ihre Wunschmitarbeiterin. Möglicherweise fragen Sie sich, was das soll. Es ist ein elementarer Schritt in der Auswahl der passenden Mitarbeiter. Sehr oft beobachten wir, dass in Unternehmen eine Position neu besetzt werden soll und eine klassische Suchanzeige aufgesetzt wird. Mit viel Glück melden sich auch ein paar Kandidaten und man „probiert es einmal miteinander“. Damit sind die Enttäuschungen meist vorprogrammiert.

Sie benötigen gute, aber auch die richtigen Mitarbeiter. Deshalb sollten Sie Ihre Wünsche hinsichtlich der Fähigkeiten und Kompetenzen Ihrer Wunschmitarbeiterin vorab klar formulieren, sowohl in fachlicher als auch in menschlicher Hinsicht. Daraus entsteht eine ansprechende Annonce für die gewünschte Zielgruppe. In einem ausführlichen Bewerbungsgespräch erkennen Sie schnell, ob es „passt“.

Weiterbildung mit hohem Praxisnutzen

Sofern die Kandidaten in den eigenen Reihen zu finden sind, gilt das gleiche Vorgehen. Legen Sie zunächst fest,



was Sie erwarten und führen dann erste Gespräche. Damit verringert sich die „Enttäuschungsquote“ massiv. Darauf gilt es gemeinsam zu prüfen, wo die Ausbildung stattfinden soll. Bitte klären Sie vorher gemeinsam ab, ob es nur um den Erwerb eines Zertifikats geht oder ob eine fundierte Entwicklung angestrebt wird. Als Beispiel soll hier die Akademie für Zahnärztliche Fortbildung Karlsruhe genannt sein. Im Rahmen der strukturierten Fortbildung werden die Teilnehmer von Lehrern mit langjähriger Erfahrung in der Schulung von Persönlichkeiten mit besonderem Verantwortungsbereich ausgebildet. Die Lehrer sind an der Konzeption der Fortbildungsreihe beteiligt, so entsteht die größtmögliche Entwicklungsplattform für die Teilnehmer.

Ihre Mitarbeiter erhalten eine fundierte Ausbildung in den Bereichen Unternehmensführung, Mitarbeitermanagement, Marketing und Betriebswirtschaft, Qualitäts- und Patientenmanagement. Neben der Ausbildung erleben Praxen in diesen Formaten einen zusätzlichen Nutzen. Die Prüfungsaufgabe wird in der Regel in den Praxen umgesetzt. Wird zum Beispiel mit dem Team ein Ziel angestrebt und innerhalb eines bestimmten Zeitraums umgesetzt, ergibt sich daraus ein hoher Nutzen für die Praxis. Wir erleben immer wieder großes Erstaunen bei den Praxisinhabern, wenn sie erleben, was ohne ihr direktes Zutun entwickelt werden kann. Angefangen von der Steigerung des Servicespektrums über Verhaltensänderung, Umsatzsteigerung, Marketingstrategien bis hin zur Verbesserung eines gelebten Qualitätsmanagements.

Vorteile für die Praxis

Eine angehende Praxismanagerin erkannte mithilfe des Teams, dass das Prophylaxe-Angebot zu wenig genutzt wurde. Im Team wurde das Ziel festgelegt und bis es wann erreicht werden soll. Dies geschah natürlich immer in Absprache mit dem Praxisinhaber. Innerhalb von drei Monaten wurden die Zahlen um 30 Prozent gesteigert. Sie denken das ist unmöglich? Ja, in der Tat, es erscheint verwunderlich. Dennoch ist nahezu alles möglich, wenn solche Prozesse von innen, aus einem Team heraus entstehen.

Übrigens, die Resonanz der Patienten ist durchgängig positiv, wenn sie sich – ohne Druck – besser informiert fühlen. Jetzt liegt es an Ihnen zu prüfen, ob die Position der Praxismanagerin in Ihrer Praxis vakant ist.

Viel Erfolg beim Ermitteln und Erkennen Ihrer Bedürfnisse. ■

Über den Autor

Axel Thüne ist ausgebildeter Groß- und Außenhandelskaufmann und akkreditierter Insights Discovery-Trainer und -Coach. Er hält Schulungen für Zahnarztpraxen, Dentallabore, Führungskräfte, Vertriebsmitarbeiter, Coaching-on-the-job für Verkäufer et cetera. Seit 2001 gilt seine volle Konzentration der Tätigkeit als Trainer, Moderator und Praxiscoach von Zahnarztpraxen. In seinen Kursen und Referaten geht es vor allem um die Details der Beratung und insbesondere um das „Wie“ in der Kommunikation. Dies geschieht unter Berücksichtigung der ethischen Anforderungen des Berufstandes.



Korrespondenzadresse

Axel Thüne
Eisinger Straße 46
75249 Kieselbronn
Fon +49 7231 601981
axel@axelthuene.de