

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	XI
----------------------	----

Schritt 1: Der Projektstart

I.	Der Nutzen des Dienstleistungskonzeptes für Ihre Praxis	2
II.	Die Arbeitsanleitung in Fragen und Antworten	8
III.	Eine kommentierte Führung durch das Arbeitsprogramm	15
IV.	Ihre Analyse- und Planungsunterlage	18
IV.	Die Analyse- und Planungs-Unterlagen für den eiligen Anwender	19

Schritt 2: Vorbereitung des Checks der „Mitarbeiterzufriedenheit“, der „Kundenzufriedenheit“ und der „Organisation“

I.	To Do Schritt 2	63
II.	Know-how Schritt 2	64
	1. Praxisveränderungen als Teamprozess	64
	2. Planung und Durchführung einer Mitarbeiterbefragung	66
	3. Planung und Durchführung einer Patientenbefragung (optional: Zuweiser- befragung)	67
	4. Planung und Durchführung einer Organisationsanalyse	68
	5. Gesprächs- und Diskussionstechniken für die Praxisteam-Besprechung	68
III.	Tools Schritt 2	70
	1. Anwendungsanleitung	70
	2. Materialien	73
	Tool 1: Fragebogen „Mitarbeiterzufriedenheit“	73
	Tool 2: Fragebogen „Patientenzufriedenheit“	81
	Tool 3: Muster Begleitbrief Zuweiserzufriedenheits-Befragung	83
	Tool 4: Fragebogen „Zuweiserzufriedenheit“	84
	Tool 5: Formular „Aktivitätencodierung Laufzettel“	86
	Tool 6: Formular „Laufzettel“	87
	Tool 7: Formular „Ungeplante Patientenkontakte“	88
	Tool 8: Formular „Aktivitätencodierung Zeitverbrauchsanalyse“	89
	Tool 9: Formular „Zeitverbrauchsanalyse“	90

Schritt 3: Check „Leistungs- und Markt-Profil“

I.	To Do Schritt 3	95
II.	Know-how Schritt 3	96
	1. Warum Marktforschung sinnvoll und notwendig ist	96
	2. Leistungsangebot	97
	3. Kundenstruktur	97
	4. Konkurrenzstruktur	100
	5. Analyse der Praxis-Umwelt: Die STEP- und Standortanalyse	101
III.	Tools Schritt 3	102
	1. Anwendungsanleitung	102
	2. Materialien	106
	Tool 10: Analysebogen zum Status quo der Praxis-Marktforschungsarbeit	106
	Tool 11: Analysebogen „Leistungsstruktur“	108
	Tool 12: Formular „Patientenstruktur“	109

Tool 13: Formular „Zuweiserstruktur“	110
Tool 14: Formular „Konkurrenzstruktur“	111
Tool 15: Formular „STEP-Analyse“: Social: Der soziale und kulturelle Rahmen	113
Tool 16: Formular „STEP-Analyse“: Technological: Der medizinisch-technologische Rahmen	114
Tool 17: Formular „STEP-Analyse“: Economical: Der ökonomische Rahmen	115
Tool 18: Formular „STEP-Analyse“: Political: Der politische und rechtliche Rahmen	116
Tool 19: Analysebogen zum Status quo der „Standort-Qualität“	117

Schritt 4: Check „SWOT-Profil“ (Stärken, Schwächen, Bedrohungen, Chancen)

I. To Do Schritt 4	121
II. Know-how Schritt 4	122
1. Grundlagen der SWOT-Analyse für Praxen	122
2. Die Durchführung einer Praxis-SWOT-Analyse	123
2.1 Die allgemeine Praxis-SWOT-Analyse	123
2.2 Die Benchmarking-SWOT-Analyse	124
III. Tools Schritt 4	126
1. Anwendungsanleitung	126
1.1 Allgemeine SWOT-Analyse	126
1.2 Benchmarking-SWOT-Analyse	126
2. Materialien	127
Tool 20: Formular „Stärken“	127
Tool 21: Formular „Schwächen“	128
Tool 22: Formular „Chancen“	129
Tool 23: Formular „Bedrohungen“	130
Tool 24: Formular „Benchmarking-SWOT-Analyse“	131

Schritt 5: Check „Finanzen“

I. To Do Schritt 5	134
II. Know-how Schritt 5	134
Das Praxis-Finanzmanagement und seine Grundbestandteile	134
III. Tools Schritt 5	138
1. Anwendungsanleitung	138
2. Materialien	140
Tool 25: Fragebogen zum Status quo des Praxis-Finanzmanagements	140

Schritt 6: Check „Personalmanagement“

I. To Do Schritt 6	144
II. Know-how Schritt 6	144
1. Grundlagen des Personalmanagements	144
2. Grundsätze der Führung und Zusammenarbeit	144
3. Quantitativer Personalbedarf	145
4. Qualitativer Personalbedarf	145
5. Personalentwicklung	151
III. Tools Schritt 6	152
1. Anwendungsanleitung	152
2. Materialien	154
Tool 26: Analysebogen zum Status quo des Personalmanagements	154

Schritt 7: Check „Mitarbeiterführung“

I.	To Do Schritt 7	158
II.	Know-how Schritt 7	158
	1. Grundlagen der Mitarbeiterführung in der Praxis	158
	2. Führen im Dialog: Das Mitarbeitergespräch	162
	3. Die Zielvereinbarung	166
	4. Praxisbesprechungen	167
III.	Tools Schritt 7	169
	1. Anwendungsanleitung	169
	2. Materialien	170
	Tool 27: Analysebogen zum Status quo der Mitarbeiterführung	170

Schritt 8: Check „Mitarbeiterzufriedenheit“

I.	To Do Schritt 8	174
II.	Know-how Schritt 8	174
	1. Der Zusammenhang von Mitarbeiterzufriedenheit und Kundenzufriedenheit	174
	2. Gestaltungsfaktoren der Mitarbeiterzufriedenheit	176
	3. Die Mitarbeiterbefragung	178
III.	Tools Schritt 8	180
	1. Anwendungsanleitung	180
	2. Materialien	183
	Tool 28: Skalierungsschlüssel „Arbeitssituationen“	183
	Tool 29: Formular „Arbeitssituationen“	183
	Tool 30: Formular „Arbeitszufriedenheit/Arbeitsauslastung“	184
	Tool 31: Skalierungsschlüssel Praxis-Erfolgsfaktoren „Wichtigkeit/Zufriedenheit“	184
	Tool 32: Formular „Praxis-Erfolgsfaktoren/Wichtigkeit“	185
	Tool 33: Formular „Praxis-Erfolgsfaktoren/Zufriedenheit“	186

Schritt 9: Check „Corporate Identity“

I.	To Do Schritt 9	188
II.	Know-how Schritt 9	188
	Grundlagen der Corporate-Identity-Arbeit in der Praxis	188
III.	Tools Schritt 9	192
	1. Anwendungsanleitung	192
	2. Materialien	193
	Tool 34: Analysebogen zum Status quo der Corporate-Identity-Arbeit	193

Schritt 10: Check „Praxis-Information“

I.	To Do Schritt 10	196
II.	Know-how Schritt 10	196
	1. Die Praxisbroschüre	196
	2. Der Praxis-Internetauftritt	199
	2.1 Die Startseite	200
	2.2 Die Inhaltsseiten	201
	2.3 Praxisdarstellung	203
III.	Tools Schritt 10	206
	1. Anwendungsanleitung	206
	2. Materialien	209
	Tool 35: Analysebogen zum Status quo der Praxis-Information	209
	Tool 36: Analysebogen zum Status quo der Patienteninformation mittels Praxisbroschüre	210
	Tool 37: Analysebogen zum Status quo der Patienteninformation mittels Praxis-Internetauftritt	211

Schritt 11: Check Praxisinhaber-Patienten-Kommunikation

I.	To Do Schritt 11	214
II.	Know-how Schritt 11	214
	1. Die Praxisinhaber-Patienten-Kommunikation aus Kundensicht	214
	2. Hinweise für eine effektive Patientenkommunikation	219
III.	Tools Schritt 11	222
	1. Anwendungsanleitung	222
	2. Materialien	223
	Tool 38: Analysebogen zum Status quo der Praxisinhaber-Patienten-Kommunikation	223

Schritt 12: Check Mitarbeiter-Patienten-Kommunikation

I.	To Do Schritt 12	226
II.	Know-how Schritt 12	226
	1. Das Innenwelt-Außenwelt-Phänomen bei der Mitarbeiter-Patienten-Kommunikation	226
	2. Die Mitarbeiter-Patienten-Kommunikation aus Kundensicht	228
	3. Die Telefonkommunikation	230
	4. Der Umgang mit Beschwerden	232
III.	Tools Schritt 12	233
	1. Anwendungsanleitung	233
	2. Materialien	235
	Tool 39: Analysebogen zum Status quo der Mitarbeiter-Patienten-Kommunikation	235
	Tool 40: Analysebogen zum Status quo der Telefonkommunikation	237

Schritt 13: Check „Dienstleistungsdesign“

I.	To Do Schritt 13	240
II.	Know-how Schritt 13	240
	1. Grundlagen des Dienstleistungsdesigns in der Praxis	240
	2. Studienergebnisse	244
III.	Tools Schritt 13	249
	1. Anwendungsanleitung	249
	2. Materialien	250
	Tool 41: Analysebogen zum Status quo des Dienstleistungsmarketings	250

Schritt 14: Check „Kundenzufriedenheit“

I.	To Do Schritt 14	254
II.	Know-how Schritt 14	254
	1. Kundenzufriedenheit und Praxis	254
	2. Entwicklung und Durchführung von Kundenzufriedenheitsbefragungen in der Praxis	257
III.	Tools Schritt 14	262
	1. Anwendungsanleitung	262
	2. Materialien	266
	Tool 42: Skalierungsschlüssel Praxis-Erfolgsfaktoren „Patienten“	266
	Tool 43: Erfassungs- und Berechnungstabelle für die Patientenzufriedenheit	267
	Tool 44: Erfassungs- und Berechnungstabelle für die Merkmalswichtigkeit	269
	Tool 45: Skalierungsschlüssel Praxis-Erfolgsfaktoren „Zuweiser“	271
	Tool 46: Erfassungs- und Berechnungstabelle für die Zuweiserzufriedenheit	272
	Tool 47: Erfassungs- und Berechnungstabelle für die Merkmalswichtigkeit	274

Schritt 15: Check „Selbstmanagement“

I. To Do Schritt 15	278
II. Know-how Schritt 15	278
1. Grundlagen des Selbstmanagements	278
2. Das Zeitmanagement in der Praxis	281
III. Tools Schritt 15	282
1. Anwendungsanleitung	282
2. Materialien	285
Tool 48: Analysebogen zum Status quo des Selbstmanagements	285
Tool 49: Formular „Aktivitätenprofil nach Tagen“	288
Tool 50: Formular „Tagesprofil nach Zeitbedarf“	289
Tool 51: Formular „Tagesprofil-Übersicht“	290
Tool 52: Analysehilfe Tagesprofile	291

Schritt 16: Check „Organisation“

I. To Do Schritt 16	294
II. Know-how Schritt 16	294
1. Die Grundprinzipien der Praxisorganisation	294
2. Die Umsetzung der Praxisorganisation: das Zeit- und Terminmanagement	296
3. Die Stellenbeschreibung	298
III. Tools Schritt 16	302
1. Anwendungsanleitung	302
2. Materialien	309
Tool 53: Analysebogen zum Status quo der Praxisorganisation	309
Tool 54: Erfassungs- und Analysetabelle „Patienten-Laufzettel“	311
Tool 55: Erfassungs- und Analysetabelle „Aktivitätenprofil Mitarbeiter“	312
Tool 56: Erfassungs- und Analysetabelle „Patientenbezogenes Aktivitätenprofil“	313
Tool 57: Erfassungs- und Analysetabelle „Zeitverbrauchsanalyse Praxisinhaber“	314

Schritt 17: Auswertung der Praxisanalyse

I. To Do Schritt 17	318
II. Know-how Schritt 17	318
1. Das Analyse-Vorgehen	318
2. Hinweise für die Auswertung	318
III. Tools Schritt 17	319
1. Anwendungsanleitung	319
2. Materialien	324
Tool 58: Erfassungs- und Analysetabelle „Ergebnisinterpretation“	324
Tool 59: Interaktions- und Interpretationsmatrix	329
Tool 60: Erfassungs- und Analysetabelle „Zusammenhänge von Leistungsbereichen“	330

Schritt 18: Praxisplanung I: Entwicklung der „Praxisphilosophie“

I. To Do Schritt 18	332
II. Know-how Schritt 18	332
1. Das Wesen einer Praxisphilosophie	332
2. Der Nutzen einer Praxisphilosophie im Alltag	332
3. Beispiele für Praxisphilosophien	334
4. Konkretes Vorgehen zur Entwicklung einer Praxisphilosophie	334
III. Tools Schritt 18	337
1. Anwendungsanleitung	337
2. Materialien	338
Tool A: Planungshilfe „Praxisphilosophie“	338

Schritt 19: Praxisplanung II: Praxisziele

I.	To Do Schritt 19	342
II.	Know-how Schritt 19	342
	1. Anforderung an die Zieldefinition	342
	2. Beispiele für Praxisziele	343
	3. Planung des Leistungsangebotes	343
III.	Tools Schritt 19	344
	1. Anwendungsanleitung	344
	2. Materialien	345
	Tool B: Planungshilfe „Praxisziele“	345

Schritt 20: Praxisplanung III: Praxis-Strategie und Maßnahmen-Plan

I.	To Do Schritt 20	356
II.	Know-how Schritt 20	356
	1. Praxisstrategie-Formen	356
	2. Bausteine der Praxisstrategie	357
	3. Aufbau eines Praxis-Audit-Systems	358
	4. Kooperation mit niedergelassenen zuweisenden Praxisinhabern (optional)	359
III.	Tools Schritt 20	361
	1. Anwendungsanleitung	361
	2. Materialien	362
	Tool C: Planungshilfe „Praxisstrategie“	362
	Tool D: Planungshilfe „Maßnahmen-Plan“	365

Schritt 21: Start der Umsetzung

I.	To Do Schritt 21	376
II.	Know-how Schritt 21	376
	1. Die eigene Veränderungsbereitschaft klären	376
	2. Projektpläne entwickeln	378
	3. Das vorhandene Know-how bestimmen	379
	4. Das Mitarbeiterbriefing	381
	5. Die Umsetzung	381
	6. Die Erfolgskontrolle	382
	7. Schlussbetrachtung	383
III.	Tools Schritt 21	383
	1. Anwendungsanleitung	383
	2. Materialien	384
	Tool E: Formular „Projektplanung“	384

Glossar	385
----------------------	-----