

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Der Zahnarzt als Unternehmer</b> .....	<b>1</b>
	<i>Francesco Tafuro</i>	
1.1	<b>Das Behandlungskonzept: Mehr Individualität wagen</b> .....	<b>2</b>
1.1.1	POS: Die persönliche Erfolgsstrategie in die Praxis integrieren .....	4
1.1.2	Persönlichkeit aufbauen .....	7
1.2	<b>Selbstmanagement</b> .....	<b>10</b>
1.2.1	Zeitmanagement mithilfe eines Coaches .....	11
1.3	<b>Lösungen finden statt Probleme suchen</b> .....	<b>17</b>
1.3.1	Der professionelle Umgang mit Konflikten und Widerstand im Praxisalltag .....	18
1.3.2	Entscheidungen treffen – Probleme lösen .....	20
1.4	<b>Dem Stress entspannt ins Auge blicken</b> .....	<b>21</b>
1.4.1	Lernen, mit Ängsten umzugehen .....	21
1.4.2	Stressmanagement .....	23
1.4.3	Selbsttest: Innere Antreiber .....	24
1.5	<b>Interview mit Jörn Ehrlich (V.I.E.L. – Coaching + Training, Hamburg)</b> .....	<b>27</b>
<b>2</b>	<b>Der professionelle Praxisauftritt</b> .....	<b>31</b>
	<i>Nicole Franzen</i>	
2.1	<b>Der Patient von heute</b> .....	<b>32</b>
2.1.1	Ein Verhältnis im Wandel .....	32
2.1.2	Wonach beurteilen Patienten eine Praxis? .....	33
2.1.3	Mit Marketing zum Erfolg .....	33
2.2	<b>Marketing, Werbung oder PR?</b> .....	<b>34</b>
2.3	<b>Mit Konzept zum Erfolg – PR richtig planen</b> .....	<b>36</b>
2.4	<b>Identität schaffen (Corporate Identity)</b> .....	<b>42</b>
2.5	<b>Erfolgreich intern kommunizieren</b> .....	<b>46</b>
2.6	<b>Pressearbeit</b> .....	<b>49</b>
2.6.1	Ihr Weg in die Presse .....	49
2.6.2	Presseverteiler und Themenplanung .....	50
2.6.3	Pressemitteilung .....	51
2.7	<b>Patienteninformation</b> .....	<b>51</b>
2.7.1	Broschüre, Flyer und Praxiszeitung .....	52
2.7.2	Veranstaltungen .....	52
2.7.3	Post vom Arzt .....	53
2.7.4	Bewegte Bilder .....	53
2.8	<b>Neue Medien/Internet</b> .....	<b>54</b>
2.8.1	Der eigene Internetauftritt .....	54
2.8.2	Informationspflichten auf Ihrer Homepage .....	54
2.8.3	Soziale Netzwerke .....	55
2.9	<b>Beispiel einer erfolgreichen Praxisanalyse</b> .....	<b>56</b>
2.10	<b>In 5 Schritten zur richtigen Agentur</b> .....	<b>59</b>
2.11	<b>Interview mit Rechtsanwalt Dr. Karl-Heinz Schnieder (Fachanwalt für Medizinrecht, Fachanwalt für Sozialrecht) zum Thema »Marketing in der Zahnarztpraxis«</b> .....	<b>62</b>

<b>3</b>	<b>Betriebswirtschaft in der Zahnarztpraxis</b> .....	<b>65</b>
	<i>Francesco Tafuro und Uwe Schäfer</i>	
3.1	<b>Die Analyse einer Praxis anhand der BWA und mit Hilfe von Praxis-Benchmarking</b> ....	<b>67</b>
3.1.1	Die Liquiditätsplanung .....	72
3.1.2	Die Rentabilität .....	75
3.1.3	Der Umsatz .....	77
3.1.4	Zusammenfassende Beurteilung des Praxisfalls .....	81
3.2	<b>Praxiswertermittlung und Praxiskäufertrends</b> .....	<b>81</b>
3.2.1	Wege zur Praxiswertermittlung .....	82
3.3	<b>Begriffserläuterungen für die BWA</b> .....	<b>84</b>
3.4	<b>Zehn Leitsätze für ein wirtschaftlich erfolgreiches Praxismanagement</b> .....	<b>87</b>
<b>4</b>	<b>Aufbau und Führung eines Erfolgsteams</b> .....	<b>89</b>
	<i>Francesco Tafuro</i>	
4.1	<b>Personalauswahl: vom Profil zum gewinnenden Erstgespräch</b> .....	<b>91</b>
4.1.1	Anforderungsprofil anhand des Stellenprofils .....	92
4.1.2	Die Stellenanzeige .....	92
4.1.3	Das Bewerbungsgespräch .....	93
4.1.4	»Azubi-Casting« – ein Assessment-Center zum Finden der geeigneten Auszubildenden .....	98
4.2	<b>Erfolgreiche Einarbeitung von Mitarbeiterinnen</b> .....	<b>99</b>
4.2.1	Der richtige Einstieg für »die Neue« .....	99
4.2.2	Feedback und Einarbeitungskontrolle .....	99
4.3	<b>Die Entwicklung eines Praxisteams fördern</b> .....	<b>100</b>
4.3.1	Die Phasen der Teamentwicklung .....	102
4.3.2	Die Aufgaben der Führungskraft in den einzelnen Phasen .....	102
4.3.3	Merkmale eines Teams nach Abschluss der einzelnen Phasen .....	106
4.4	<b>Die Wahl des richtigen Führungsstils</b> .....	<b>107</b>
4.4.1	Welcher Führungsstil passt zu Ihnen? .....	107
4.4.2	Coaching als Führungsstil: Elemente erfolgreicher Mitarbeiterführung .....	108
4.5	<b>Kündigung</b> .....	<b>113</b>
4.5.1	Schreiben eines qualifizierten Zeugnisses .....	114
4.6	<b>Stellenbeschreibungen und Teamkommunikation</b> .....	<b>116</b>
4.6.1	Leitfaden Teammeetings .....	116
4.6.2	Aufgaben- und Kompetenzverteilung .....	117
4.6.3	Wenn die Praxis weiter wächst .....	118
4.6.4	Verhaltensregeln für das Team (Praxisbeispiel) .....	122
4.7	<b>Leistungszulagen als Motivationsfaktor</b> .....	<b>123</b>
4.7.1	Einzelbonus .....	123
4.7.2	Teamzulage .....	124
4.7.3	Verteilungsschlüssel .....	125
4.7.4	Führungskonzept .....	125
<b>5</b>	<b>Organisation und Zeitmanagement</b> .....	<b>127</b>
	<i>Francesco Tafuro</i>	
5.1	<b>Visitenkarte Telefon: Die Grundregeln eines effektiven Telefonats</b> .....	<b>128</b>
5.2	<b>Die Rezeption als Ort des Empfangs</b> .....	<b>130</b>

5.2.1	Wartezeitmanagement .....	130
5.2.2	Positiver Umgang mit Kritik .....	131
5.2.3	Praxisbeispiel: Verhaltensknigge für den professionellen Umgang mit (Neu-)Patienten ....	134
5.3	<b>Das professionelle Terminmanagement: Der Praxisterminplaner .....</b>	<b>136</b>
5.3.1	ABC-Einteilung Ihrer Patienten .....	136
5.3.2	Die richtige Fragetechnik .....	138
5.3.3	Terminblöcke .....	138
5.4	<b>Praxisbeispiel: Qualitätsmanagement in Zahnarztpraxen – Last oder Lust? .....</b>	<b>139</b>
6	<b>Effektive Beratungsgespräche durch das Erfolgsteam Zahnarzt und Mitarbeiterinnen .....</b>	<b>149</b>
	<i>Francesco Tafuro und Dörte Kruse</i>	
6.1	<b>Organisatorische Vorbereitung .....</b>	<b>151</b>
6.2	<b>Die 5 Phasen des »Zwei-Gewinner-Gesprächs« .....</b>	<b>153</b>
6.2.1	Phase 1: Einstimmen auf den Patienten .....	153
6.2.2	Phase 2: Fragen stellen, aktiv zuhören und Ihren Patienten ehrlich verstehen wollen .....	154
6.2.3	Phase 3: Präsentation Ihres Behandlungsvorschlags .....	155
6.2.4	Phase 4: Preis benennen – aber richtig .....	156
6.2.5	Phase 5: Entscheidung, individuelle Kostenplanerstellung und Terminierung .....	156
6.3	<b>Die Körpersprache sagt mehr als 1000 Worte .....</b>	<b>156</b>
6.3.1	Merkmale der Körpersprache .....	157
6.3.2	Umsetzen in den Praxisalltag .....	158
6.4	<b>Ihr Mitarbeiterinnenteam aktiv in der Beratung .....</b>	<b>159</b>
6.5	<b>Beispielfragen .....</b>	<b>160</b>
6.5.1	Themenbezogene Fragen .....	161
6.5.2	Die Anpassung der Fragetechnik an den Gesprächspartner .....	161
6.6	<b>Die Patiententypen nach den Kriterien des Neurolinguistischen Programmierens (NLP) .....</b>	<b>164</b>
6.6.1	Visueller Typ .....	164
6.6.2	Kinästhetischer Typ .....	164
6.6.3	Auditiver Typ .....	165
6.6.4	Anwendung auf das Beratungsgespräch .....	165
6.7	<b>Beratungsschemata .....</b>	<b>165</b>
6.8	<b>So gehen Sie gelassen und souverän mit Einwänden um .....</b>	<b>165</b>
6.9	<b>Interview mit Dörte Kruse, Kommunikationsexpertin für Zahnärzte und Ärzte .....</b>	<b>167</b>
7	<b>Der Zahnarzt in der Zukunft .....</b>	<b>171</b>
	<i>Francesco Tafuro und Nicole Franzen</i>	
7.1	<b>Trends in der Zahnarztpraxis .....</b>	<b>172</b>
7.1.1	Mehr Komfort für Patienten und Zahnarztpraxen – Praxiskonzept und Marketing .....	172
7.1.2	Patientenverhalten im Internet .....	173
7.1.3	Der Einfluss des ästhetischen Bewusstseins der Patienten .....	174
7.1.4	Personalstruktur im Wandel .....	175
7.1.5	Einzel- oder Gemeinschaftspraxis? .....	175
7.2	<b>Vereinbarkeit von Familie und Praxis .....</b>	<b>176</b>
7.2.1	Work-Life-Balance für Ihre Praxis .....	176

7.2.2	Beruf und Familie im Wandel der Zeit – Die Zahnmedizin wird weiblich. ....	177
7.2.3	Die familienfreundliche Praxis. ....	177
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	183
	<b>Portraits der Autoren und Interviewpartner</b> .....	187
	<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	191