



Zahntechnik und Service am Puls der Zeit – Aktuelle Themen im Fokus unserer Kundenpraxen



Seminare und Workshops „vor der Haustür“

haben den Vorteil kurzer Anfahrtswege und eines begrenzten Zeitaufwandes. Doch entscheidend ist die Qualität der Veranstaltungen – und genau darauf legt Pogrzeba besonderen Wert. So war auch die letzte Veranstaltung am 16. April mit Prof. Dr. Freesmeyer zum Thema Funktionsanalyse ein voller Erfolg. Die vielen Teilnehmer und das große Interesse zeigten wieder einmal, dass Pogrzebas Seminarangebot bestens auf die Interessen und Bedürfnisse der Zahnarztpraxen abgestimmt sind. Informationen zu weiteren Fortbildungsangeboten finden Sie auf der  Seite 4.

Ein Quantensprung in der Totalprothetik stellt zweifelsfrei die CSP Cranial-System-Prothetik dar. Der Patient sieht durch die CSP bereits bei der Bisskontrolle die aufgestellten Frontzähne. Die Mittellinie stimmt und die Horizontale ist waagrecht. Gleichzeitig wird der Praxisaufwand minimiert. Anfängliche Schwierigkeiten mit dem System ergaben sich lediglich dadurch, dass für die ersten Versuche oft schwierigste Patientenfälle gewählt wurden. Probieren Sie CSP zunächst bei „normalen“ Fällen, und Sie werden begeistert sein!

Teleskoptechnik – Komfort und Ästhetik überzeugen besonders bei Zirkon-Primärkronen und NEM-Sekundärkronen, die mittels Galvano-Käppchen für einen samtweichen Lauf beim Aus- und Eingliedern sorgen. Der Patient sieht beim Herausnehmen des Zahnersatzes im Spiegel die zahnfarbenen Zirkon-Primärkronen und nicht die an Horrorfilme erinnernden Metall-Kappen. Der Patient erhält außerdem bei Pogrzeba zusätzlich eine „Reiseprothese“ aus einem speziellen, sehr stabilen Chromoplast, die dem Patienten ggf. auch bei Änderungen an seiner Sekundärkonstruktion als Interimsversorgung dient.



„Volles Haus“ bei Prof. Freesmeyers Veranstaltung zur Funktionsanalyse.

Der edelmetallfreie Weg

stellt bei kombinierten Arbeiten eine Alternative dar, die nicht nur preislich interessant ist. Doppelkronen aus NEM sind auch stabiler als Kronen aus Edelmetall; deshalb gestatten sie grazilere und oft gaumen- oder bügelfreie Konstruktionen. Das Gleitverhalten kann sich aber nicht mit dem von Edelmetalllegierungen vergleichen. Da ist die Technik der Marburger Doppelkrone nicht nur ein Ausweg, sondern die Alternative der Wahl. Spielend leichtes Ein- und Ausgliedern sowie die lebenslange Friktion begeistern Patienten und Behandler gleichermaßen.

Zirkon ist in aller Munde

Die Erfolge sprechen für sich. Im letzten BLICKPUNKT haben wir einige Präparations-Kriterien dargelegt. Hier zwei weitere wichtige Hinweise:

- Die Kronen dürfen nicht probegetragen werden, sondern müssen sofort fest eingesetzt werden.
- Sollte in der Praxis einmal an der Oberfläche geschliffen werden, muss die Arbeit zurück ins Labor zum erneuten Glanzbrand (gilt auch für Metall-Keramik). Das Glätten mit rotierenden Gummis in der Praxis kann später zu Sprüngen oder Abplatzungen führen. Dies abschließend als Tipp für heute.

Herzlichst

ZTM Klaus D. Pogrzeba Martina Mohr

Ein Beitrag von Thomas Merx, MERX & COLLEGEN GmbH, www.erfolgreiches-zahnarzt-marketing.de

Praxisflyer, Broschüre, Praxiszeitung, Internet Patienten-Informationsmedien gezielt einsetzen



1. Planung der Patienteninformation und Praxispräsentation

Gute Planung spart Zeit, Energie und Kosten – auch bei der Patienteninformation und Praxispräsentation. Bevor Sie damit beginnen, sollten Sie sich über Ihre Ziele im Klaren sein. Was wollen Sie durch Ihre Patienteninformation und Praxispräsentation erreichen, verbessern oder optimieren? Ihre Ziele geben die Richtung für Art, Umfang und Inhalt Ihres Patienteninformationskonzeptes vor. Die Ziele lassen sich untergliedern in:

- Informations-Ziele,
- Image- und Positionierungsziele
- sowie wirtschaftliche Ziele.

Es stellt sich dann die Frage, mit welchen Informationsmedien – z. B. Praxisflyer, Internetseiten, Praxiszeitung, Newsletter etc. – Sie Ihre individuellen Ziele am besten und effektivsten erreichen können.

2. Welches Patienten-Informationsmedium für welchen Zweck?

Die nachfolgenden Medien dienen zwar alle der Patienteninformation und letztendlich der Patientenbindung, Patientengewinnung und – nicht zuletzt – auch der Umsatzsteigerung. Doch unterscheiden sich Zielsetzung, Wirkungsgrad und Inhalt der einzelnen Medien zum Teil erheblich.

■ Praxisflyer/ Praxisbroschüre

Praxisflyer oder Praxisbroschüren haben die Aufgabe, Patienten

kurz und prägnant über das Wesentliche des „Unternehmens Zahnarztpraxis“ zu informieren: zum Beispiel über das Leistungsspektrum, Praxiskonzept, Behandlungsschwerpunkte, Behandlungsabläufe, Praxisphilosophie u.a. Zur Unterscheidung: Ein Praxisflyer ist ein DIN-A4-Blatt, das zweimal quer gefaltet wird. Eine Praxisbroschüre hat meist ein größeres Format und/oder besteht aus mehreren Seiten.

Beide Medien tragen dazu bei, dass Patienten die Praxis, die Leistungen und Besonderheiten besser kennenlernen. Dadurch kann das Interesse an der Praxis und deren Leistungen geweckt oder verstärkt werden. Angesichts des Wettbewerbs der Zahnarztpraxen untereinander tragen Flyer und Broschüre auch dazu bei, sich von anderen abzuheben und das Praxisprofil klarer zum Ausdruck zu bringen.

Vertrauensbildung und Imageaufbau sind weitere Ziele, die durch diese beiden Medien unterstützt werden. Last but not least werden sie auch eingesetzt, um die Nachfrage nach bestimmten zahnmedizinischen Leistungen zu steigern.

■ Praxisnewsletter für Patienten

Ein bewährtes Medium, um Patienten regelmäßig über die Zahnarztpraxis, Neuheiten, Aktuelles und bestimmte zahnmedizinische Leistungen zu informieren, ist der Praxisnewsletter für Patienten (teilweise auch „Praxiszeitung“ genannt).



Der Patient nimmt durch seine Besuche zwar einige Informationen über die Praxis auf, er vergisst sie aber meist auch schnell wieder. Und das Praxisteam hat kaum Zeit, Patienten jedes Mal aufs Neue über Praxisbesonderheiten, Leistungsschwerpunkte, Neuheiten, Organisatorisches, spezielle Behandlungsangebote oder Mitarbeiter zu informieren. Hier leistet Ihnen ein Newsletter gute Dienste. Denn Sie können damit „in einem Handstreich“ und mit geringem Aufwand eine Vielzahl Ihrer Patienten regelmäßig über Aktuelles und Wissenswertes aus Ihrer Praxis und aus der Zahnmedizin informieren. Zahnärzte, die bereits Newsletter für Patienten einsetzen, geben in der Regel pro Jahr drei bis vier Ausgaben heraus. Sie praktizieren unaufdringlich das Prinzip „Steter Tropfen höhlt den Stein“ und stellen so sicher, dass viele Patienten in puncto Praxisgeschehen stets „up to date“ sind.

Der Praxisnewsletter wird Patienten mit nach Hause gegeben oder zugeschickt. Sie können ihn in aller Ruhe lesen und den Inhalt reflektieren. So erhalten Ihre Patienten ein umfassendes und nachhaltig wirkendes Gesamtbild

darüber, was die moderne Zahnmedizin leistet, und was sie davon bei Ihnen in Anspruch nehmen können. Darüber hinaus wirken Praxisnewsletter image- und vertrauensbildend. Zahnärzte, die bereits Erfahrungen damit gemacht haben, berichten davon, dass die Wirkung regelmäßiger Praxisnewsletter für Patienten in drei Richtungen zielt: Sie sind zugleich

- Patienten-Informationsinstrument,
- Praxis-Serviceinstrument und
- Praxis-Profilierungsinstrument.

■ **Behandlungsspezifische Patienteninformationen**

Behandlungsspezifische Informationen sollen Patienten gezielt und ausführlich über bestimmte zahnmedizinische Leistungen informieren. So erhält zum Beispiel ein Patient, dem der Zahnarzt eine ästhetische Restauration mit Veneers empfiehlt, die speziell dafür erstellte Veneer-Info. Der Patient, bei dem eine Implantatversorgung möglich ist, erhält gezielt die Information über Implantate und für den Patienten mit Zahnfleischproblemen gibt es eine Information zu den Parodontaltherapien, welche die Praxis anbietet.

Diese Information erhält der Patient idealerweise während des Beratungsgesprächs in der Praxis. Er kann zu Hause in Ruhe nochmal alles nachlesen und sich mit den Vorteilen bestimmter Behandlungsmethoden vertraut machen.

Das Ziel der „Verkaufsförderung“ steht im Mittelpunkt. Die behandlingsspezifische Patienteninformation wird als Entscheidungshilfe eingesetzt und soll nochmals die Empfehlung und Argumentation des Zahnarztes verstärken. Eine verkaufsfördernde Wirkung geht von diesen Infos dann aus, wenn der Patient nachvollziehen kann, welche Vorteile und welchen Nutzen ihm die Behandlung bringt.

■ **Internetpräsentation**

Internetseiten sind inzwischen auch für Arztpraxen zu einem bedeutenden Präsentationsmedium geworden. Der Grund dafür ist, dass in Deutschland immer mehr Menschen „online“ sind und das Internet – vor allem in den Bereichen Medizin und Gesundheit – zu einer der am häufigsten genutzten Informationsquellen geworden ist. Internetpräsentationen eignen sich hervorragend, um die Praxis, die Leistungen, Besonderheiten und Behandlungsschwerpunkte auch sehr umfassend und detailliert zu präsentieren. Immer öfter hören wir von Zahnärzten, dass neue Patienten aufgrund ihrer Internetpräsentation den Weg in die Praxis gefunden haben.

3. **Tipps zur praktischen Umsetzung**

Patienteninformation und andere Präsentationsunterlagen sind an den Patienten gerichtet. Nur wenn sie den Patienten ansprechen und er Inhalt und Text nachvollziehen kann, wird die gewünschte Wirkung erreicht. Bei der Ausarbeitung gilt es deshalb „mit dem Kopf des Patienten zu denken“, sich in ihn hineinzusetzen und zu hinterfragen, was den Patienten wirklich interessiert. Die inhaltliche Aufbereitung der Broschüre, das Formulieren des Textes und die Bildauswahl entscheiden somit in hohem Maße über den Wirkungsgrad der Praxispräsentation beim Patienten.

Text und Formulierungen

Der Patient kann in der Regel mit zahnmedizinischen Fachbegriffen nichts oder nur wenig anfangen. Deshalb sollten sie, so weit wie möglich, in den Präsentationsunterlagen außen vor bleiben. Stattdessen gilt es eine patientenverständliche Sprache zu wählen, um beim Leser ein Erfolgserlebnis in

Form von raschem Lesen und Verstehen zu erzeugen. Ganz entscheidend ist die Formulierung des Nutzens und der Vorteile, die der Patient hat, wenn er sich für eine bestimmte Behandlungsform oder Leistung bei seinem Zahnarzt entscheidet.

Einsatz von Bildern

Bilder werden schnell wahrgenommen und üben auf ihren Betrachter eine spontane emotionale Wirkung aus. Bilder erzeugen beim Menschen Assoziationen – sowohl angenehme als auch unangenehme. Achten Sie deshalb bei der Bildauswahl darauf, dass die Fotos neutral oder positiv auf den „unbedarften“ Menschen wirken. Machen Sie ggf. einen Anmutungstest mit unbefangenen Personen.

Herstellungsmöglichkeiten von Patienten-Informationen

Auf das klassische Offsetdruckverfahren kann bei der Herstellung von Patienteninformationen und Präsentationsunterlagen immer noch nicht gänzlich verzichtet werden. Vor allem dann, wenn größere Auflagen benötigt oder eine sehr hochwertige Druckqualität gewünscht wird. Flyer, Newsletter und andere Patienteninformationen im DIN-A4-Format können heute jedoch von jedermann in bedarfsgerechten Auflagen, in sehr ansprechender Qualität und kostengünstig auch am PC produziert werden. Das Programm Word für Windows und ein Farbstrahl- oder Laserdrucker reichen in vielen Fällen aus, um Informationsunterlagen flexibel und kostengünstig zu erstellen.



Seminar-Termine 2010 bei Pogrzeba:

■ 07. Mai 2010, 14-20 Uhr – „Qualitätsmanagement in der Zahnarztpraxis“

Referentin: Gabriele Oppenberg, C&T Huhn Consulting

Kursinhalte: ■ Gesetzliche Vorgaben ■ Ist-Zustand ■ Erarbeitung von Zielvorgaben ■ Arbeiten mit Checklisten und Arbeitsanweisungen ■ Positives Fehler- und Beschwerdemanagement ■ QM-Handbuch – so wenig wie möglich, so viel wie nötig ■ QM-System nutzen und weiterentwickeln ■ Zeitrahmen

8 Fortbildungspunkte

■ 11. Juni 2010, 14-17 Uhr – „Vom Abdruck zum Provisorium“

Referentin: Michaela Stipic, 3M Espe

Kursinhalte: ■ Optimierung der Präzisionsabformung (Löffelauswahl, Abdruckmaterialien, Blutstillung, Fehlerquellen) ■ Erstellen der Fehlerquoten und Problembesprechung ■ Anfertigen eines OK-Frontzahn-Provisoriums ■ Tipps und Tricks zum rationellen Einsatz der Produkte

3 Fortbildungspunkte

■ 18. Juni 2010, 14-16 Uhr – „Befestigungsmethoden für Vollkeramik“

Referentin: Frau Schellhorn, Ivoclar Vivadent

Kursinhalte: ■ Wie erreiche ich die optimale Keramikversorgung? ■ Welche Materialien sind dafür zu empfehlen? ■ Welches ist die beste provisorische Versorgung? ■ Welches Bonding ist ausreichend? ■ Was vermögen selbstadhäsive Zemente?

3 Fortbildungspunkte

■ 02. Juli 2010, 14-17 Uhr – „Vom Abdruck zum Modell“

Referent: Christian Kramer, Klasse 4 Dental

Kursinhalte: ■ Neben materialimmanenten Ursachen für Misserfolge bei der Abformung gibt es auch eine Reihe verfahrensbedingter Fehlerquellen. Diese Fehlerquellen und ihre Vermeidung sind neben der praktischen Umsetzung einzelner Arbeitsschritte Schwerpunktthema der Veranstaltung

4 Fortbildungspunkte

■ 15. Oktober 2010, 13-18 Uhr – „Abdingung außervertraglicher Leistungen“

Referentin: Kerstin Salhoff

Kursinhalte: ■ Die Abdingung prothetischer Leistungen hat an Bedeutung gewonnen. Im Praxisalltag geht der Ansatz so mancher GOZ-Position verloren. Das kann sich keine Praxis mehr leisten. Deshalb lohnt es sich, die Chancen der GOZ erneut auszuloten. Unter anderem geht Frau Salhoff auf die Abrechnung von Implantatarbeiten ein.

6 Fortbildungspunkte

■ 19. November 2010, 13-19 Uhr – „Erste Hilfe in der Zahnarztpraxis“

Referent: Franco Günthner, www.guenthner-training.de

Kursinhalte: ■ Das Seminar vermittelt einfach anwendbare, überschaubare Maßnahmen für Notfallsituationen. Dabei werden Methoden angewandt, bei denen alle Teilnehmer in der Gruppe mitarbeiten. Es muss also niemand einzeln Übungen vormachen.

8 Fortbildungspunkte

Die Teilnahme an den Veranstaltungen ist für Sie wie immer kostenfrei!

0 800 - 7 77 87 90



Fax-Antwort 0711 262 45 40

 Pogrzeba *führend schön*

Wir melden uns mit 1 Person 2 Personen zu folgenden Veranstaltungen an:

- „QM in der Zahnarztpraxis“
Termin: 07. Mai 2010, 14⁰⁰- 20⁰⁰ Uhr
- „Vom Abdruck zum Provisorium“
Termin: 11. Juni 2010, 14⁰⁰- 17⁰⁰ Uhr
- „Befestigungsmethoden für Vollkeramik“
Termin: 18. Juni 2010, 14⁰⁰- 16⁰⁰ Uhr
- „Vom Abdruck zum Modell“
Termin: 02. Juli 2010, 14⁰⁰- 17⁰⁰ Uhr
- „Abdingung außervertraglicher Leistungen“
Termin: 15. Oktober 2010, 13⁰⁰- 18⁰⁰ Uhr
- „Erste Hilfe in der Zahnarztpraxis“
Termin: 19. November 2010, 13⁰⁰- 19⁰⁰ Uhr

Namen der Teilnehmer:

Praxisstempel

- Wir wünschen ein **unverbindliches Gespräch** mit Ihrer Praxisbetreuerin Frau Mohr. Bitte nehmen Sie Kontakt mit uns auf.