

Die Ökonomie der Entscheidung

Ein Beitrag von Dr. Michael Visse, Kieferorthopäde aus Lingen.

Auch wenn Patienten in aller Regel medizinische Laien sind und damit naturgemäß nur über ein sehr begrenztes zahnmedizinisches Fachwissen verfügen, müssen sie in Zusammenhang mit ihrer kieferorthopädischen Behandlung bzw. der ihres Kindes eine ganze Reihe komplexer Entscheidungen treffen – beginnend damit, welche Praxis überhaupt ausgewählt wird. Vor allem in überversorgten Gebieten haben Patienten heute die Qual der Wahl zwischen einer Vielzahl von Praxen, die prinzipiell alle die gleichen Leistungen anbieten. Es gilt nun, unter all diesen die perfekte Wahl zu treffen. Das übergeordnete Ziel ist es immer, den besten Behandler für das individuelle Bedürfnis zu finden.

In einer schwierigen Situation mit zahlreichen Alternativen die persönlich optimale zu ermitteln, ist ein Dilemma, das vermutlich jeder von uns kennt. Ich möchte nachfolgend versuchen, ein wenig mehr Transparenz in

Rein rationale Entscheidungen sind für unser Gehirn anstrengend, sie überfordern uns schnell. Wir wählen daher meist die verfügbaren Alternativen, die uns am vertrauensvollsten erscheinen (Abb. 1).

Die Kognitionsforschung spricht in diesem Zusammenhang vom Phänomen der Verfügbarkeitsheuristik: Je leichter wir eine Information aus unserem Gedächtnis abrufen können, umso schneller erinnern wir uns. Ich möchte Ihnen dies an einem kleinen Beispiel erläutern. Wenn Sie jemand fragt, welchen Sportschuh Sie ihm persönlich empfehlen können, denken Sie vermutlich spontan an Adidas oder Nike. Diese Marken sind in Ihrem Gehirn präsent und werden leicht erinnert. Das Gehirn ersetzt die schwierige Frage nach der Empfehlung eines Sportschuhs mit der verfügbaren Information in dieser Kategorie. Alles läuft schnell und automatisch und wiegt uns in der scheinbaren Sicherheit, die richtige Antwort gegeben zu haben.



mit den leistungsstarken Anwendungen von Iivis-Systemen verbunden haben (Abb. 2). So wird jeder Termin entspannt per E-Mail bestätigt und zwei Tage

Aktuell nutzen weit mehr als 200 Kolleginnen und Kollegen die innovative Technologie und haben damit sehr gute Erfahrungen gemacht. Sofern auch Sie Ihre Praxis als Marke entwickeln möchten, sollten Sie mit diesem Service schnellstmöglich starten.

Gefühl, bei der Auswahl der Praxis die richtige Entscheidung getroffen zu haben.

Meine strategische Empfehlung: Innovative Internettechnologie zur Gestaltung des Erstkontaktes ist eine neue Erfahrung für den Patienten und damit ein mentaler Shortcut. Er ist begeistert über diese fortschrittliche Kommunikation und sein Gehirn impliziert, dass auch die Behandlung herausragend sein wird.

Erhebliches Potenzial bietet in diesem Bereich das zukunftsweisende Online-Terminsystem von Iivis-Systemen. Einfach und schnell können Neupatienten hier rund um die Uhr online einen Termin vereinbaren (24/7). Die automatische Verbindung mit Iivis connect revolutioniert das Neupatienten-Management. Die Erfahrungen unserer Anwender überzeugen: 19 Prozent aller Neupatienten kommen über Online-Termine in die Praxen (Abb. 5). Die abgestimmte neue Technologie und die bahnbrechenden Entwicklungen der Internet-

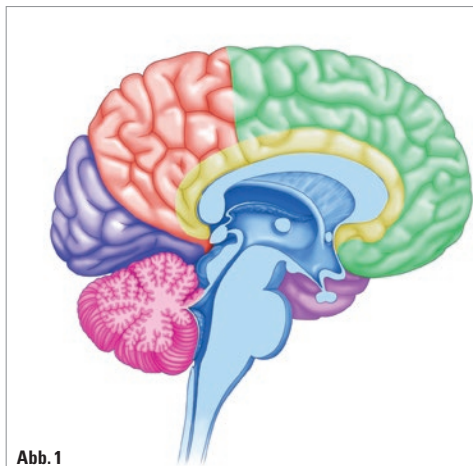


Abb. 1

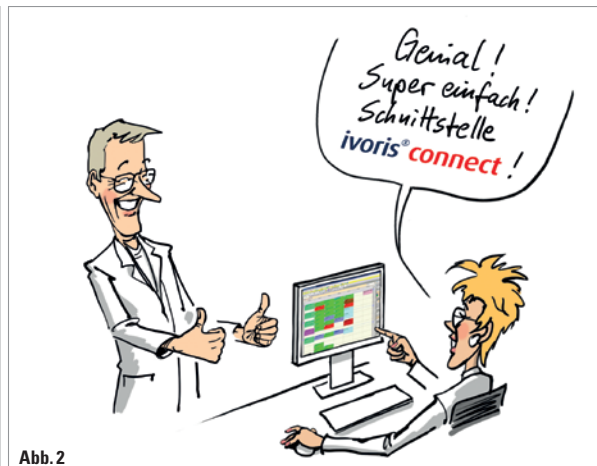


Abb. 2

das Phänomen der Patientenentscheidung zu bringen und hier auch neue interessante Erkenntnisse aus der Verhaltenspsychologie und Neurowissenschaft einfließen lassen.

Entscheidung: Was passiert im Gehirn?

Jedwede Entscheidung, auch die nach der Praxis des Vertrauens, wird im zentralen Nervensystem gefällt. Dabei sind wir der festen Überzeugung, selbst Urheber der Entscheidung zu sein. Neurowissenschaftliche Studien zeigen jedoch, dass Entscheidungen oftmals intuitiv fallen, also ohne dass wir uns dessen bewusst sind. Wenn es um komplexe Entscheidungsprozesse geht, benötigt unser Verstand sogenannte mentale Shortcuts. Solche sind tief in unserem Unterbewusstsein verankert und ermöglichen uns, rasch und ohne Überlegung zu reagieren.

Wie lassen sich solche Erkenntnisse strategisch für in unserem Arbeitsbereich nutzen? Die Antwort ist im Grunde simpel. Machen Sie Ihre Praxis im regionalen Umfeld bekannter und entwickeln Sie diese zu einer leistungsstarken Marke.

Die Praxis als Marke

Marken erleichtern die Orientierung und geben ein gutes Gefühl. Dies gilt auch für eine Praxis. Je bekannter sie im regionalen Umfeld ist, umso einfacher und schneller kann der Patient sich daran erinnern.

Meine strategische Empfehlung: Verstärken Sie die Bekanntheit Ihrer Praxis im regionalen Umfeld. Verfolgen Sie hierzu eine definierte Strategie. In Lingen nutzen wir hier die Praxisverwaltungssoftware Iivis, die wir über die intelligent abgestimmten Schnittstelle Iivis connect

vorher automatisch erinnert. Die Vorteile liegen auf der Hand:

- Mit jeder Terminbestätigung gelangen wir in das Unterbewusstsein des Empfängers.
- Wir verbessern automatisch die Termintreue und müssen nicht mehr zeitintensiv Patienten anrufen um einen neuen Termin zu vereinbaren.
- Mit jeder Terminbestätigung feuert die Anwendung relevante Informationen in das regionale Umfeld der Praxis – automatisch und ohne zusätzlichen Aufwand für die Mitarbeiter.

Dieser innovative Service begeistert Patienten und steigert Reputation und Bekanntheit Ihrer Praxis wie von selbst. Nie war es einfacher und kostengünstiger, seine definierte Zielgruppe im Radius von 50 km zu erreichen (Abb. 3). Bitte ziehen Sie einmal selbst den Vergleich, wie zeitaufwändig und kostenintensiv dies mit konventioneller Technik wäre (Abb. 4a bis c).

Optimierung des Neupatienten-Managements

Hat sich ein Patient für Ihre Praxis entschieden, muss er Kontakt aufnehmen. Dies erfolgt heute vielfach telefonisch. Ist dies jedoch ein besonderer Service? Der Volksmund sagt: Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance. Dieser erste Eindruck wird im Gehirn abgespeichert und dominiert in der Folge alle weiteren Eindrücke, die mit der Praxis in Zusammenhang gebracht werden. Die Gestaltung des Erstkontaktes ist daher strategisch extrem wichtig. In Lingen überraschen wir jeden Neupatienten mit einem Service, den er so nicht erwartet. Das gibt ihm das gute

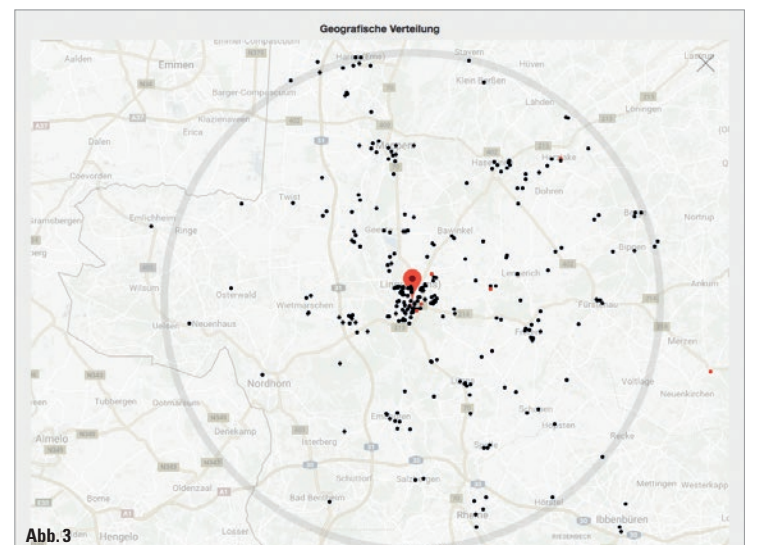
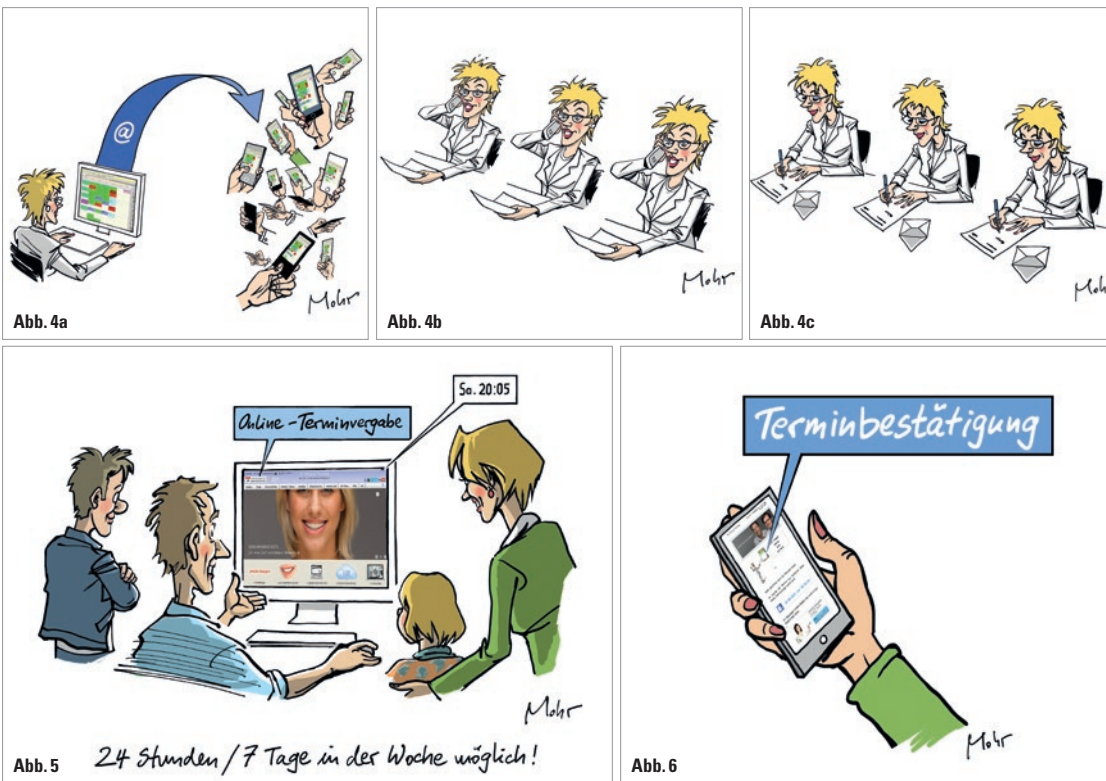


Abb. 3



technologie bieten für jede Praxis gewaltige Chancen. Probieren Sie es einfach selbst aus. Verpassen Sie diese Chance nicht und überlassen Sie nicht anderen das Spielfeld.

Gehirngerecht aufbereitete Informationen

Unser Organismus ist so programmiert, dass unnötiger Energieverbrauch vermieden wird. Denken ist anstrengend. Daher müssen alle Informationen leicht verständlich sein. Möchten wir die Aufmerksamkeit unserer Patienten erreichen und mit kleinen Dosen in sein Unterbewusstsein gelangen (Terminbestätigung), müssen die präsentierten Informationen für ihn einen klaren Nutzwert haben.

individuelle Termintemplates, die mit den Terminarten in Ivoris gekoppelt sind. So wird eine abwechslungsreiche Bestätigung mit relevantem Nutzen möglich. Die Vorteile sind eindeutig:

- Der Patient hat das gute Gefühl, in der richtigen Praxis behandelt zu werden.
- Die Praxis wird zur Marke und damit automatisch abrufbar, wenn es um die Frage von Freunden oder Bekannten nach einem empfehlenswerten Behandler geht.
- Die Rechtssicherheit erhöht sich, da Patienten permanent und nachweislich informiert werden (Abb. 7).

Denkstrategien und vertrauen ihrem intuitiven Urteil. Quasi nebenbei gelangt Ihre Praxis

über diesen Weg ins Unterbewusstsein des Patienten und wird bei der Frage von Freunden oder Bekannten nach Zahnregulierung ohne Überlegung genannt. Diesen Tatbestand können und sollten erfolgreiche Kieferorthopäden konsequent als neue Chance nutzen und damit nichts dem Zufall überlassen.

In einer der nächsten Ausgaben der KN werde ich mich näher mit den „goldenen Regeln der Entscheidungsfindung“ – wie ich sie gerne nenne – beschäftigen.

Wer mehr über die aktuellen Erkenntnisse der Neurowissenschaft und den erfolgreichen Einsatz in der kieferorthopädischen Praxis erfahren möchte, dem empfehle ich z.B. den Besuch des 15. Winterkongresses der KFO-IG in Oberlech, welcher vom 16. bis 19. März 2019 stattfindet.

Ich freue mich, dort über dieses spannende Thema referieren zu dürfen. KN

KN Kurzvita



Dr. Michael Visse [Autoreninfo]



KN Adresse

Dr. Michael Visse
 Fachzahnarzt für KFO
 Gründer von iie-systems GmbH & Co. KG
 Georgstr. 24
 49809 Lingen
 Tel.: 05 91 57315
 info@iie-systems.de
 www.iie-systems.com



Abb. 7

Meine strategische Empfehlung: Liefern Sie Ihren Patienten abwechslungsreiche, ausgefallene und leicht verständliche Informationen. Das Smartphone ist das Eingangstor in das Unterbewusstsein unserer Patienten. Daher muss alles für mobile Endgeräte optimiert sein (Abb. 6). Die Anwendungen von iie-systems bieten für jede Aufgabe

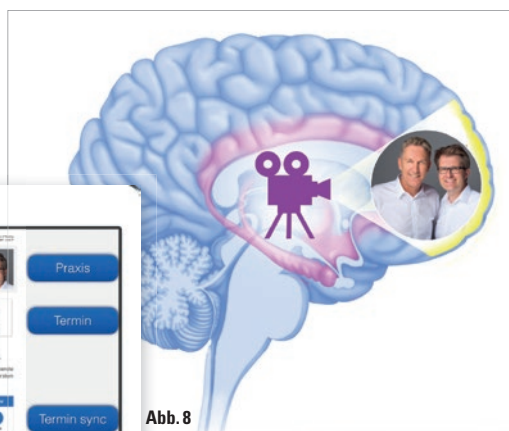


Abb. 8

Fazit

Ein intelligentes Terminmanagement fördert effektiv die intuitive Wahrnehmung der Praxis. In der Beobachtung des Patienten ruft sie einen sehr guten und fortschrittlichen Eindruck hervor. Wenn Sie Ihre Praxis im regionalen Umfeld bekannter machen möchten, empfehle ich Ihnen dringend, die Kopplung der Terminarten mit den Termintemplates von iie-systems. Alles passiert dabei abgestimmt und ganz automatisch im Hintergrund, so dass die gewohnten Abläufe nicht gestört werden. Bei komplexen Entscheidungen nutzen Menschen einfache

ANZEIGE