

Die Kunst, IGeL richtig anzubieten - In jedem Arzt steckt auch ein Dienstleister

BADEN-BADEN – „Ich kann nur Dinge anbieten, hinter denen ich auch stehe.“ – So die Erkenntnis eines Kollegen. Und damit ist er vielen anderen schon ein gutes Stück voraus, denn Leistungen, von denen man selbst überzeugt ist, verkaufen sich einfach besser. Warum das so ist, zeigt Ihnen eine kleine Kollegengruppe.

„IGe-Leistungen – Anbieten statt Andrehen“ lautet der viel versprechende Titel des Workshops von UTE JÜRGENS auf dem MED CONGRESS in Baden-Baden. Im Halbkreis sitzen die Kollegen – eine bunt gemischte Gruppe aus verschiedenen Fachkreisen – in dem kleinen Seminarraum. Und alle wollen wissen, wie man IGeL richtig anbietet und wie man seine Leistung dem Patienten kommuniziert. Die ersten entscheidenden Fragen, mit denen sich die Teilnehmer auseinander setzen, sind: Was verbinden Sie selbst mit Verkaufen, und was hindert Sie daran, etwas zu verkaufen? Schnell wird deutlich, dass viele die Rolle eines Verkäufers nicht wirklich übernehmen wollen. Man will dem Patienten nichts andrehen und nicht als geldgierig erscheinen. Dann gehen die Teilnehmer einen Schritt weiter und stellen sich der Frage, was sie zu bieten haben. Und siehe da, die meisten haben bereits ein gutes Angebot an Leistungen, die auf ihre eigenen und die Bedürfnisse ihrer Patienten zugeschnitten sind. Denn gleichzeitig überlegen sie sich, welche Zielgruppen (z.B. Mütter mit Kindern, ältere Menschen) verstärkt in ihren Praxen vertreten sind und was sie diesen ganz speziell anbieten können. Wenn man jetzt weiß, was und wem man es anbieten kann, bleibt nur noch das „Wie“ zu klären. Das Gespräch auf die IGeL zu bringen scheint für die Teilnehmer eine Schwierigkeit im Praxisalltag zu sein. Daher überlegt sich jeder einen Einstiegs- bzw. Überleitungssatz. Das ist wichtig, damit man im Gespräch nicht stottert, sondern den Patienten gut informieren kann. Sinnvoll ist es, bereits im Wartezimmer Prospekte, Flyer, Poster u.Ä. auszulegen, die auf spezielle Zusatzleistungen hinweisen. Und wer Taucheruntersuchungen und Fitness-Checks anbietet, sollte ruhig an Vereine und Fitness-Clubs herantreten, meist geben diese die Adressen von Ärzten an ihre Mitglieder weiter. Man darf jedoch nie den persönlichen Kontakt zum Arzt unterschätzen. Ebenso muss der Nutzen für den Patienten erkennbar sein. Viele unterschätzen auch die Mundpropaganda, die positiv, aber auch negativ ausfallen kann: positiv, wenn der Patient zufrieden ist, negativ, wenn er unzufrieden ist. Doch Vorsicht, auch eine Leistung, die zu billig angeboten wird, kann zu negativer Mundpropaganda führen, denn es gilt häufig die allgemein bekannte Regel, was billig ist, taugt nichts. Als Arzt sollte man daher seine Leistung schätzen lernen und dementsprechend einen Preis festlegen. Aber bitte nicht überteuert und für alle Patienten denselben Preis, denn im Wartezimmer spricht sich auch das schnell rum. Noch zwei Tipps am Rande: Auch bei IGeL gibt es Modetrends. IGeL, die jeder andere anbietet, sollte man am besten meiden. Zumindest sollte man ein bis zwei IGeL anbieten, die sonst niemand bzw. kaum am Ort jemand hat, dann kann man die Patienten nämlich durch die Leistung an sich binden. Und bitte immer vorher eine schriftliche Einverständniserklärung beim Patienten einholen, so vermeiden Sie spätere Rechtsstreitereien. Reh

So bereiten Sie sich aufs IGeLn vor

- Finden Sie heraus, was Sie Ihren Patienten anzubieten haben. Aber immer im Hinblick auf Ihre Zielgruppe!
- Sind Sie von den Leistungen auch selbst überzeugt? Wenn nicht, dann streichen Sie sie aus Ihrem Angebot.
- Überlegen Sie sich, welchen Nutzen der Patient von Ihrer Leistung haben könnte (das erleichtert später die Kommunikation). Überlegen Sie sich auch, warum Sie selbst die Leistung in Anspruch nehmen würden.
- Formulieren Sie einen Einstiegssatz für das IGeL-Gespräch, dann fällt Ihnen die Gesprächsführung leichter.
- Nutzen Sie Infomaterialien (Flyer, Poster etc.), die die Patienten bereits vorab über Ihre Leistungen informieren. (Was wird angeboten? Für was ist es gut? Wie viele Sitzungen? Evtl. Preis angeben).
- Überlegen Sie sich, was Sie bereits richtig machen und wo Sie Neues ausprobieren sollten.