



**Teil 2:
Zielsetzung
und Voraussetzungen**

**MIT SYSTEM ZU
MEHR THERAPIEQUALITÄT
& WIRTSCHAFTLICHEN
ERFOLG**

Patienten beklagen sich oft darüber, dass Ärzte keine Zeit hätten und Beratung sowie Erklärung kaum stattfinden würden. Die Konzentration auf diese persönliche Beratung bringt Ihnen als Praxisinhaber deshalb ein wichtiges Marketing- und Positionierungsinstrument – für Ihr Kompetenzzentrum für Gesundheit!

Viele glauben, mit der ärztlichen Verordnung sind die Probleme gelöst. Physiotherapeuten könnten jedoch meist bessere Ergebnisse erzielen, wenn zusätzliche Leistungen gebucht würden. Nur wissen das die Patienten nicht. Das bedeutet, dass Sie aufklären und beraten müssen, wenn Ihnen Ihr Patient und eine optimale Therapie am Herzen liegen. Zumal die Aufklärungs- und Beratungspflicht schon längst gesetzlich vorgeschrieben ist.

Ein System, bei dem alle gewinnen!

Damit Sie den Menschen die dauerhaften und langfristig wirksamen Möglichkeiten aufzeigen können, führen Sie ein, dass der erste Termin länger dauert. Bewährt haben sich 20 Minuten kostenfreie Zusatzzeit. Es werden der optimale Therapie-/Behandlungsplan mit sinnvollen Zusatzleistungen wie Therapieformen und der über das Rezept hinausgehende Lösungsweg

aufgezeigt. Das Ziel ist es, angemessen bezahlte Zusatztherapie zu verkaufen, um den Patienten besser zu helfen.

WICHTIG

Der Patient kann aufgrund der Information über alle Möglichkeiten selbst entscheiden.

Der direkte Kostenaufwand für den Mitarbeiterinsatz liegt bei ca. 6,60 Euro

bei einem Stundenlohn von 20 Euro brutto inklusive AG-Anteil. Durch die gebuchten Zusatzleistungen verbessern Sie aber Ihre Arbeitssituation und die Ihres Teams, die Therapiequalität und die Wirtschaftlichkeit der Praxis. Es gibt schon Therapeuten, die mit diesem System nur noch im 40- oder gar 60-Minuten-Takt arbeiten. Nach der Behandlung wird dann die weiterführende Gesundheitsberatung für die Trainingsmöglichkeiten integriert.

Alle Ziele sind identisch!

Die meisten Schwierigkeiten in der Gesprächsführung liegen im eigenen Denken, d. h. man überträgt oft seine persönliche Situation auf die Patienten und/oder fürchtet sich vor bestimmten Situationen und Reaktionen der Patienten – sei es ein Überrumpeln und Manipulieren. Damit blockieren Sie sich selbst.

Um diese Hemmnisse zu überwinden, halten Sie sich das Patientenziel, das Therapeutenziel und das Beratungsziel vor Augen:

- Der Patient möchte Beschwerdefreiheit
- Der Therapeut möchte Beschwerdefreiheit für seinen Patienten

Die Beratung zielt darauf, den möglichen Weg zur Beschwerdefreiheit aufzuzeigen und den Kunden von diesem Weg zu überzeugen

Das Ziel ist eine optimale Problemlösung anzubieten bzw. zu erhalten! Aufgrund Ihrer individuellen Erfahrung, Fach- und Menschenkompetenz handelt es sich immer um eine subjektive Lösung, seien Sie sich dessen bewusst. Und wenn Sie das aus vollem Herzen wollen und dafür Ihr Bestes

geben, werden die Patienten das auch merken und gerne nutzen.

Beraten oder Verkaufen?

Hier zeigt sich der wesentliche Unterschied zwischen Beratung und Verkauf. Es geht nicht darum, die Patienten zu überreden oder Zusatzleistungen anzudrehen. Vielmehr handelt es sich einzig und allein um ein individuelles beratendes Gespräch zur optimalen Kundenlösung.

Wenn Sie einen Patienten vernünftig untersuchen und aufzeigen, wie aus fachlicher Sicht die optimale Behandlung aussieht, dann können Sie in der Regel gar nicht verhindern, dass der Betroffene etwas kauft. Mit dem großen Unterschied, dass der Kauf bzw. Verkauf nicht das Ziel, sondern die logische Konsequenz einer guten Beratungsqualität ist und somit dann auch einer guten Therapiequalität.

Praxisbeispiel

Beratung vs. Verkauf

Ihre Patientin entgegnet schnippisch nach dem Beratungsgespräch: „Sie wollen mir ja nur etwas verkaufen.“ Dann antworten Sie ganz ruhig: *„Das ist zum Teil richtig. Ich möchte Ihnen gerne eine Leistung verkaufen, die Ihnen besser hilft Ihre Ziele zu erreichen. Wenn ich Ihnen einen Weg aufzeigen kann, auf dem Sie schneller und dauerhafter gesünder werden können, wäre das interessant für Sie?“*

oder

„Macht es Sinn, dass wir uns darüber unterhalten, wie Sie nachhaltigen und dauerhaften Erfolg erzielen können, auch wenn Sie dazu einen Eigenanteil leisten müssen?“

Starten Sie mit diesem System lediglich bei Ihren neuen Patienten. Jeder, der neu befundet wird, ist nach dieser Definition ein Neupatient und muss entsprechend beraten werden. Im Laufe der Zeit spielt sich das schnell ein. Und den wiederkehrenden „Alt-Patienten“, die diesen Service noch nicht kennen, können Sie es wunderbar als vorteilhafte Zusatzleistung vermitteln.

Wenn Sie in Ihrer Praxis keinen Heilpraktiker oder sektoralen Heilpraktiker im Team haben, müssen Zusatzleistungen als ergänzende Präventivmaßnahmen deklariert und durchgeführt werden. Alle Leistungen außerhalb der Verordnungen sind mit 19% Umsatzsteuer zu belegen und ans Finanzamt abzuführen. Hingegen können Sie als sektoraler oder voller Heilpraktiker Diagnosen stellen, Verordnungen ausstellen und somit diese Leistungen als Heilbehandlungen umsatzsteuerfrei erbringen.

Fazit

Das Beratungssystem ist im Grunde recht einfach, denn es schafft die Voraussetzungen für mehr Therapiequalität, größerer Arbeitszufriedenheit und besserer Honorierung. Allerdings ist für die Implementierung in Ihre Praxis entscheidend, dass Ihre Mitarbeiter gewillt sind, das umzusetzen.



Frank Gerlach
Unternehmensberater
Gerlach Unternehmensberatung, Köln
E-Mail: info@gerlach-coaching.de

Thera-Biz

Lesen Sie auch:

Mit System zu mehr Therapiequalität & wirtschaftlichen Erfolg. Teil 1: Problemstellung
www.thera-biz.com/management