

Ertragssteigerung in der Zahnarztpraxis ist kein Zufall



Dozent

Dipl.-oec.

Hans-Dieter Klein

Experte für Praxis-
Kommunikation und
-Organisation

KURS- NUMMER	TERMIN	UHRZEIT	SEMINAR- GEBÜHR	FORTBILDUNGS- PUNKTE	ORT	ZIELGRUPPE
T04.12.19	Mittwoch, 04.12.19	14.00-20.00	295,00 €	8	Seminarraum ZBV, Straubing	Zahnärzte/Innen Praxispersonal

Sie rätseln, wie Sie Ihre Umsatz- und Gewinnsituation seriös verbessern können? In diesem Kurs finden Sie die Antworten. Setzen Sie den Hebel dort an, wo Sie in der täglichen Arbeit sofort und wirksam Resultate erzielen. Mit zahlreichen Praxisbeispielen. Nach 3 Monaten spüren Sie eine deutliche Verbesserung Ihrer Liquidität. Kein Abrechnungskurs! Das ist kein Kurs, sondern ein Erlebnis, das schon vielen Zahnärzten die Augen geöffnet hat.

- Wo steht meine Praxis im Vergleich zu anderen? Eine ehrliche Standortbestimmung.
- Praxiskennzahlen, die Ihnen weiterhelfen
- Kosten senken bringt wenig - Umsatz steigern ist das Gebot der Stunde
- Wichtige Erkenntnis: Konsequentes zahnmedizin. Denken und Handeln sind die stärksten Ertragspotentiale
- Zahnmedizin und Betriebswirtschaft sind keine Gegensätze
- Solide Kalkulation auf Std.-Basis. Welche Umsätze müssen welchen Kosten gegenübergestellt werden
- Behandlungsschwerpunkte systematisch und gewinnbringend weiterentwickeln
an Beispielen von Prophylaxe, Paro, Endo, Kons, ZE
- Patienten nicht nur fachlich, sondern auch finanziell führen (Abrechnungsgesellschaft,
Teilzahlung, Zuschüsse von GKVen, private Zusatzversicherungen)
- Preise erfolgreich anheben (Laser, Füllungstherapie, Endo, Prophylaxe etc.)
- Preisgespräche ohne Hemmungen
- Erfolgreicher Umgang mit Einwänden (z.B. zu teuer, Sie rechnen zu hoch ab)
- Verordnen statt verkaufen. Dadurch ganz leicht mehr Privatleistungen aktivieren
- HKPs konsequent verfolgen und realisieren
- Ein Patientenbestellsystem mit Ertragsturbo
- Patienten-Besuchsfrequenz absichern und erhöhen
- 2 min. Tagesvorbereitung bringt problemlos 10 % mehr Umsatz
- Therapiekonzepte mit Zusatzgewinn (Prothesenservice, Bleaching, PA-Testungen)
- Wie lohnen sich Homepage, Bewertungsportale, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit
- Viele Fallbeispiele, die Mut machen