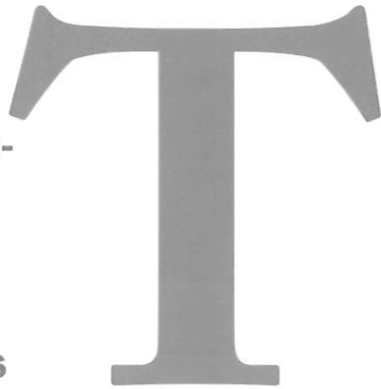


De wow-ervaring in

Creëer ambassadeurs in plaats van criticasters

Lang geleden, na het tijdperk van de jagers en verzamelaars, bebouwen boeren het land om geld te verdienen. Dit was het agrarische tijdperk. Dit tijdperk werd na de uitvinding van de stoommachine gevolgd door het industriële tijdperk en in de vorige eeuw door het informatietijdperk waarin we door computers efficiënter ons 'brood op tafel kregen'.



Tegenwoordig, in de 21e eeuw, leven wij in een ervaringstijdperk; bij bijna alles wat wij doen stellen we onszelf de vraag 'hoe we het ervaren hebben'. De dienst of het product kan wel goed zijn, maar als de ervaring er omheen niet goed is zal het totaal een stuk lager beoordeeld worden. Vorige maand zagen we in het televisieprogramma Radar patiënten over de tandheelkundige dienstverlening klagen. Het ging met name om de slechte ervaringen. Ondermaatse communicatie was wellicht het belangrijkste punt.

Top-10 ergernissen

Laten we eens kijken wat de top-10 ergernissen zijn van patiënten:

1. praktijk is telefonisch slecht bereikbaar;
2. het is lastig om passende afspraak te maken;
3. lange wachttijden in onverzorgde wachtruimtes;
4. praktijk is moeilijk te bereiken of het is lastig parkeren;
5. onvriendelijke ontvangst;
6. weinig begrip of aandacht van praktijkteam;
7. onverwacht hoge rekening;
8. slechte voorlichting;
9. geen luisterend oor voor wensen en suggesties;
10. gevoel van haast en weinig aandacht.

Superervaring

Over het algemeen zijn de Nederlands patiënten best wel tevreden over het tandheelkundig handelen van de Nederlandse tandarts en zijn team. Immers over maar 1 op de 125.000 verrichtingen wordt officieel geklaagd. En de Nederlandse tandarts wordt met ruim een 7 beoordeeld. Best wel tevreden is echter niet meer genoeg. Wat zou het tandheelkundig team kunnen doen om dit cijfer hoger te maken en de patiënt een superervaring te geven? We kunnen vier niveaus onderscheiden:

- Als u precies doet waar u voor opgeleid bent, spreken we over het **kernproduct**. Uw patiënten verwachten dat u een goede vulling maakt of een goede periodieke controle uitvoert. De ervaringsbeoordeling zal onafhankelijk van de topkwaliteit van uw restauratie een cijfer 6 krijgen.
- Voegt u aan het kernproduct een verwachte ervaring toe dan zal het cijfer stijgen naar een 7. U en uw team zijn klantvriendelijk en de wachttijden vallen mee. Uw patiënten zijn **tevreden**.
- Echter overtreft u deze ervaring met iets positief onverwachts, dan maakt u uw patiënt **blij** en krijgt u de beoordeling 8.
- Zelfs deze onverwachte ervaring kan overtroffen worden. Geeft u uw patiënten een superervaring die zij voor onmogelijk hadden gehouden, dan krijgt u een cijfer 9 tot 10. Dit is de absolute **wow-ervaring**.

Iemand die een wow-ervaring in uw praktijk heeft meegemaakt zal voortaan rondtrekken als ambassadeur en ervoor zorgen dat u een fantastisch imago opbouwt.

Auteur: Nico Bezuur en
Rolf van Mierlo

uw praktijk



De strategie om tien keer uit te blinken

Het fundament van uw praktijk moet zo goed geregeld zijn dat uw patiënten niet één van de tien eerder genoemde ergernissen hebben. De basisstrategie van een wow-praktijk kan erop gericht zijn van al deze tien punten juist zeer sterke punten te maken. Op elk onderdeel is het mogelijk de service door te zetten tot in een royaal overtroffen verwachting. Daarvoor is veel inspanning nodig:

- **Telefonische bereikbaarheid** kan verbeterd worden met telefonistes in een *rear desk* opstelling, waardoor de rust in de receptieruimte groter is. De moderne digitale mogelijkheden kunnen hierbij benut worden zoals bijvoorbeeld afspraken maken via internet en informatie via de website. Veel websites zijn helaas meer ingericht op imponeren van klanten en het verkopen van producten dan op het dienen van uw gasten. Voor een excellente praktijk kan het antwoordapparaat eraf en heeft persoonlijk contact met een van de gastvrouwen de voorkeur.

- **Passende afspraken** ontstaan door blok-scheduling met een goed onderscheid tussen urgente (korte wachttijd, zelfde dag)

en belangrijke afspraken (rustig te plannen). Elke soort afspraak heeft een eigen dynamiek. Er ontstaat rust en een ervaring van kwaliteit als er op deskundige en slimme wijze geboekt wordt volgens een vast ontwerp van een perfecte week. Ook is het van belang dat de aanname van nieuwe patiënten is afgestemd op de werkdruk.

- **De wachtruimte** kan getransformeerd worden tot een lounge waarin men eerder ervaart dat men daar prettig verblijft in plaats van dat we over wachten spreken. Verschillende functionaliteiten kunnen worden ingericht, afgestemd op de doelgroepen. Van draadloos internet, info via flatscreens, tijdschriften en kranten, tot bureaufaciliteiten met ondersteuning door receptie. De oude kinderhoek kan wellicht eens vervangen worden door bijvoorbeeld een kinderverblijf met begeleiding. Het pand in zijn geheel is enorm in opkomst bij de tandartspraktijk, als onderscheidende factor van betekenis. Veel praktijken kiezen voor toparchitecten voor de inrichting.

- **Slechte bereikbaarheid** is een goede reden om de praktijk te verhuizen. Bereikbaarheid neemt enorm toe met goede infor-

matie. Echte wow-service zou natuurlijk *valid parking* zijn. We kunnen hierin veel leren van goede hotels op drukke plaatsen in de stad.

- **De ontvangst** kan zeer persoonlijk en empathisch zijn. De gastvrouwen aan de receptie spelen hierin een belangrijke rol door duidelijk de patiënt in te voelen en te testen op spanning of verwarring voor en na de behandeling. Aankijken en service verlenen voordat erom gevraagd wordt, scoren hoog. Vragen of de patiënt begrijpt wat er staat te gebeuren. Behandeling en resultaat evalueren kan een essentieel moment zijn, waardoor er een ambassadeur naar buiten loopt of juist een criticaster.

- Voordat **het team** een extra stap zet moet het fundament van samenwerking goed zijn gedefinieerd en verzorgd. Concrete doelstellingen zijn essentieel. Afspraken tussen mensen zijn duidelijk over doelen, taken, regels en waarden. Nadat men kan spreken van een stevig fundament dat weinig energie meer kost, kan de creativiteit toenemen doordat er tijd voor is. Excellente aandacht van het praktijkteam voor de patiënt verkrijgt u door uw team speciaal te trainen op service. Door middel van scripts wordt geoefend op de perfecte manier om een wow-ervaring te creëren. De leiding van de praktijk behoort hier een zeer duidelijke aansturing op te geven.

- **Rekeningen** kunnen eenvoudig begroot worden en men zorgt dat de rekening altijd onder de begroting uitkomt. Patiënten kiezen vanuit vertrouwen dat ze bij de beste zijn. Goedkoop zijn is geen uitdaging om onderscheidend te zijn in onze branche. Stilstaan bij de prijs is belangrijk, echter goed duidelijk maken wat patiënten uiteindelijk gaan ervaren na de behandeling is nog belangrijker. Het moet duidelijk zijn waarom de patiënt voor een kroon 700 euro wil betalen in plaats van 350 euro bij de prijsvechters.

- **Voorlichting, nazorg en nabellen** behoren tot de standaardproducten. Het werken met een 'treatmentplanner' en het zorgen voor

mooie hand-outs zijn hierin onderscheidende wow-producten.

- **Een luisterend oor** wordt gedragen door uw team in een *all-for-one* benadering te trainen. In geval van uitgebreide delegatie neemt het goed verzorgde dossier hierin een belangrijke plek in. Nu nog tijd nemen voor lezen van het dossier. Goede voorbereiding en doorspreken aan het begin van de dag met de teamleden is van belang, met extra aandacht voor het individu en de voor hem of haar benodigde karakteristieke benadering.

- **Haast en weinig aandacht** is een ervaring. Er is een groot verschil te ervaren tussen een minuut excellente aandacht vanuit een goede voorbereiding, of een minuut een gehaaste ontmoeting met een ervaring van weinig aandacht en dossierkennis. Tandarts plus teamleden en receptie vormen hier de som der delen. Klanttevredenheidsonderzoek krijgt vaak mooie gemiddelden, maar zijn een beetje vlak om op te sturen. Regelmatig individuele gesprekken met vijf patiënten die even terzijde worden genomen, leveren meer informatie op over de zwakke plekken van de praktijk.

Conclusie

Respecteer de tien basis-irritaties van patiënten en ontdek de behoeften daarin. Zet een originele strategie op waardoor er excellente service ontstaat op elk van deze behoeften. Verzorg het fundament tot in de kleinste details waardoor er een geolied team ontstaat dat tijd vrij krijgt voor extra service. Extra service komt vanuit concentratie en focus en een zorgvuldig geregisseerd script. De leiding zorgt voor helderheid met duidelijke doelen. Een gedegen opleidingstraject is van belang, waardoor het toeval verdwijnt uit de organisatie. Gastvrij ondersteunend leiderschap gericht op output is van belang. Feedback, positief of negatief, wordt super snel gegeven en is een vast onderdeel van elke dag. Plezier in het werk ontstaat door het behalen van het gewenste resultaat. De wow-ervaring van de gast is ook een kick voor het team waardoor de spirit er goed in blijft. Met deze strategie zal een tv-programma als Radar geen effect hebben op uw praktijk.

Nico Bezuur en Rolf van Mierlo zijn trainers van de Masterclass Tandheelkunde en schrijvers van het boek *'De Winstgevende Tandartspraktijk, praktische strategieën voor de tandarts-ondernemer'* (uitgeverij Prelum).

Ondersteunende cursussen voor u en uw team

Masterclass voor tandartsen

Jaaropleiding inclusief begeleiding in de praktijk

januari 2011

Dagtraining communicatie voor teamleden

23 september 2010

Doorbraak in Leiderschap en Communicatie

28 september 2010

Praktijkmanagement

4 en 5 november 2010

Bedrijfskunde in 1 dag

16 september 2010

Pimp je team

17 september 2010

Overige data:

zie www.catan.biz