

9.3 Sachverzeichnis

A

Ablauforganisation 26
 Alltagssprache 44
 Anamnese 31, 40
 Angebotsverweigerung 6
 Angebotsplatzierung 52
 Angebotsüberhang 6, 13
 Anmeldeformular 31, 56, 64
 Anrufbeantworter 30
 Anzeigenblätter 29
 Apothekenverwaltung 16
 Arbeitskleidung 32
 Arbeitsklima 10
 Außenbereich 30

B

Behandlungsplan 57, 65
 Behandlungszimmer 32
 Beratungsblätter 25
 Beratungsgespräch 32
 Beratungsservice 9
 Beschwerdemanagement 3, 30
 Branding 7

C

Callcenter 52
 Checkformular 65
 Compliance 7–8
 Controlling 6
 Corporate Behaviour 22–23
 Corporate Communications 22–23
 Corporate Design 22–23
 Corporate Identity (CI) 22–23

D

Datenerfassung 56
 Diagnostikschema 57
 Dienstleistung, Merkmale 24
 Dienstleistungsmarketing 8–9
 – 7 P 25
 Dienstleistungsqualität 26
 Dienstleistungsunternehmen 10
 Dienstleistungszentrum 8
 Distributionspolitik 25
 Du-Botschaft 44

E

Emotionalität 42–43
 Empfangsbereich 30
 Erfolgsfaktor 4, 9–10
 Erinnerungskarte 25
 Erwerbseinkommen 4
 Euthanasie 61–62

F

Fachbegriffe 44
 Feedback 41, 50, 58
 Flyer 24
 Fortbildung 5
 Fragetyp 39
 – Alternativfrage 40
 – geschlossene Frage 40
 – offene Frage 39, 52
 – Suggestivfrage 40

G

Gelbe Seiten 28
 Gemeinschaftspraxis 6
 Gesprächsniveau 37
 Gestik 45
 Gesundheitsvorsorge 9
 Gesundheitszentrum 6

H

Haustierarztpraxis 6
 High-Care-Faktor 6
 High-Touch-Faktor 6
 Homepage 28

I

Ich-Botschaft 44
 Impferinnerung 33
 Infoshopper 55
 Internetauftritt 7
 Internetpräsenz 28
 Ist-Analyse 14

K

Kasse 58
 Kassen-Checkliste 58
 Käufermarkt 6
 Kernkompetenz 4
 Kernzielgruppe 18
 Kleidung 45
 Kommunikationsdesign 22
 Kommunikationserfolg 38
 Kommunikationspolitik 25
 Kommunikationstheorie
 – emotionale Ebene 42
 – sachliche Ebene 42
 Kommunikationswerkzeug 38
 – Fragen 39
 – Körpersprache 44
 – Medien 47
 – Rhetorik 43
 – Verstehen 41
 – Zuhören 40
 Kompetenzträger 10
 Kondolenzschreiben 62, 66
 Konfliktmanagement 59
 Konfliktmonitoring 59
 Konfliktsituation 54
 Konsultation
 – Anamnese 56
 – Beratung 57
 – Therapie 57
 – Untersuchung und Diagnose 57
 Kontrolluntersuchung 32
 Körpersprache 42, 44–45
 Kosten 57
 Kostenüberblick 57
 Kostenauskunft 60
 Kostenmanagement 6
 Kostenplan 60
 Kostenstruktur 13
 Kundenanalyse 26
 Kundenbefragung 14, 50
 Kundenbindung 5, 8–9, 15, 55
 Kundendialog 48, 55
 Kundenerwartung 8–9
 Kundenfrequenzsteigerung 17
 Kundengewinnung 9, 11
 Kundenkartei 58
 Kundenkommunikation 51
 Kundenkontaktprozess 28
 Kundennutzen 8
 Kundenorientierung 9–10
 Kundenservice 9
 Kundenstrategie 11
 Kundenverhalten 4
 Kundenzeitung 31
 Kundenzufriedenheit 5, 9, 15

L

Lehrmaterial 47
 Leistungsangebot 16, 18
 Leistungsniveau 26
 Leistungsqualität 26
 Leitbild 21
 – Motivationsfunktion 21
 – Orientierungsfunktion 21
 Leitidee 21
 Leitsatz 21, 23
 Lernerfolg 47, 49
 Lernkanal 49, 51
 Lerntyp 47–49
 – auditiver 47
 – haptischer 47
 – visueller 48–49
 Lerntypen-Test 49
 Lerntypen-Theorie 49
 Lernverhalten 47
 Loyalität 7

M

Marke 6
 Markenauftritt 7
 Markenbildung 22
 Markenimage 6
 Markentreue 7
 Markenzeichen 20
 Marketinginstrument 8, 24, 64
 – Behandlungsplan 65
 – Impferinnerung 33
 – Telefon 55
 Marketingkontrolle 34
 Marketingplanung 19
 Marketingwerkzeug 55
 Marketingziel 14, 34
 Marktanalyse 12
 Markterfolg 10
 Marktsituation 13
 Medieneinsatz 47–48
 Medikamente-Verordnungsblatt 32
 Mimik 45
 Mitarbeiterauswahl 10
 Mitbewerberanalyse 14
 Motto 21
 Multiplikator 33
 Mundpropaganda 25–26, 28

N

Nachfragesättigung 6
 Namensschild 31
 Neukundengewinnung 8
 Newsletter 25
 Nichtzahler 56

P

Patientenstrukturanalyse 13
 Patientenzielgruppe 6
 Personalkosten 4
 Personalpolitik 26
 Planungsprozess 11
 Prävention 9
 Praxisausstattung 26
 Praxisbroschüre 24, 31
 Praxis-EDV 32, 57
 Praxisfahrzeug 29
 Praxisführung 3
 Praxisgemeinschaft 6
 Praxis-Infoblatt 31
 Praxiskleidung 7, 31
 Praxislogo 7, 22, 30
 Praxismanagement 3
 Praxismarketing 8
 Praxisname 6
 Praxisordner 31
 Praxisorganisation 13
 Praxisorientierung, marktwirtschaftliche 5, 8
 Praxispersonal 13
 Praxisplan 4
 Praxisplanung 14, 50
 Praxis-Positionierung 19–20
 Praxisschild 7, 30
 Praxisstrategie 4, 6, 15, 19
 Praxisumfeld 26
 Praxiszeitung 25
 Praxisziel 9, 16, 18
 Preisanfrage 54
 Preisdiskussion 60
 Preispolitik 25
 Preishopper 54, 60
 PR-Maßnahme 25
 Produktpolitik 25

Q

Qualität
 – Rollenfunktion 26
 – technische Durchführung 26

R

Raumkosten 4
 Recall-System 6, 32, 61
 – Impferinnerung 33
 – Kontrolluntersuchung 32
 – SMS-Versand 33
 – Terminkarte 33
 – Verordnungszettel 32
 Reklamation 54, 60
 Rentabilität 4
 Rezeption 31, 51, 56
 Rhetorik 43, 45
 Rollenspiel 54

S

Selffulfilling Prophecy 46
 Sender 37–38
 Serviceangebot 9
 Serviceleistung 9
 Serviceprotokoll 51
 SMART-Prinzip 16–18
 SMS-Versand 33
 Stammkundenbetreuung 11
 Suggestivfrage 42
 SWOT-Analyse 12–14

T

Teambesprechung 16, 26
 Telefon 30, 51
 Telefondiagnose 55
 Telefonservice 51
 Telekommunikation 51–52
 Terminkarte 33, 58
 Terminmanagement 56
 Terminplan 53
 Terminsprechstunde 53
 Terminvergabe 58
 Therapieabbrecher 61
 Therapiekontrolle 58
 Therapieplan 57
 Therapieschema 57
 Tierarztpraxis
 – Außenbereich 30
 – Behandlungszimmer 32
 – Empfangsbereich 30
 – Wartezimmer 31
 Tiermedizinische Fachangestellte (TFA) 3, 10
 Türschild 32

U

Überweisungszentrum 6
 Unternehmenskultur 21
 Unternehmensphilosophie 21
 Unternehmensplan 14
 Unternehmensplanung 3
 Unternehmensziel 4
 – Gewinn 16
 – Kostenreduktion 16
 – Return on Investment (ROI) 16
 – Umsatzsteigerung 16
 Unternehmer 3

V

Verordnungszettel 32
 Verständnisüberprüfung 50
 Visitenkarte 7, 24
 Vortrag 33

W

Wartezeit 56
 Wartezimmer 16, 31, 56
 Wartezimmer-TV 48
 Webseite 28
 Weiterbildung 5
 Weiterbildungsangebot 3
 Werbemaßnahme 25
 Werbeträger 28
 – Anzeigenblätter 29

– Flyer 24
 – Gelbe Seiten 28
 – Homepage 28
 – Newsletter 25
 – Praxisbroschüre 24
 – Praxisschild 30
 – Visitenkarte 24
 – Webseite 28
 Wettbewerbsdruck 2
 Wettbewerbssituation 4, 13, 21

Wettbewerbsvorteil 2, 8
 Wirtschaftlichkeit 3–4

Z

Zahlungsmanagement 64
 Zielgruppe 18
 Zufriedenheitsmessung 50
 Zusatzangebot 58