

Türöffner Kontaktmanagement Drei Schritte zum Erfolg

Kontakte räumen Hindernisse aus dem Weg, eröffnen ungeahnte Möglichkeiten. Damit Pflegeunternehmen von ihren Kontakten profitieren, müssen drei Grundregeln beachtet werden. Unternehmensberater Ralph Wißgott zeigt im Auftrag von Pflege intern welche.

**pflege
special
für
Manager**

pi – Eine wesentliche Grundlage unternehmerischen Erfolges sind Kontakte. Nicht nur Pflegedienstleiter bauen Kontakte auf, auch Pflege- und Hauswirtschaftskräfte stehen in einem Netzwerk aus unterschiedlichsten Verbindungen. Jeder Mitarbeiter pflegt diese Kontakte – mehr oder weniger bewusst, oftmals zufällig, quasi im Vorbeigehen durch ein paar nette Worte mit Angehörigen oder einen kurzen fachlichen Austausch zum Beispiel mit dem Hausarzt.

Diese unstrukturierte Art der Kontaktpflege muss nicht zwangsläufig schlecht sein. Nur ist ein positives Ergebnis eher zufällig. Anders mit einem professionellen Kontaktmanagement. Durch ein gezieltes Vorgehen ist ein gutes Ergebnis sehr viel wahrscheinlicher. Unternehmensberater Ralph Wißgott zeigt Pflegeintern-Lesern, worauf dabei zu achten ist:

Strategisches Vorgehen - Zielgruppenanalyse

„Sinnvoll ist es am Anfang, dass Pflegeeinrichtungen ihre Zielgruppen genau definieren: Zu wem habe ich bereits Kontakte? Mit wem sollte ich Kontakte knüpfen? Was verspreche ich mir davon? Unverzichtbar sind für Pflegeeinrichtungen dabei Verbindungen zu Ärzten, Krankenhäusern, Patienten, Angehörigen, Betreuern, Sachbearbeitern der Krankenkassen und Sozialämter sowie angrenzenden Kooperationspartnern.

Um Kontakte zielgerichtet und gewinnbringend aufzubauen, ist es wichtig, die Motivation des Gesprächspartners herauszufinden. Warum könnte auch er ein Interesse daran haben, mit Ihrer Pflegeeinrichtungen zukünftig zusammenarbeiten zu wollen? Die Antworten auf diese Frage sollten Pflegeunternehmen zum Kern ihres Gesprächskonzepts machen.

Organisation ist das A und O

Ist der Kontakt aufgebaut, muss er verwaltet werden. Wichtig dabei ist es, den Überblick zu bewahren, was nicht ohne ein Mindestmaß an Organisation geht. Es empfiehlt sich, auf technische Hilfsmittel wie Computer mit Programmen wie Outlook oder Palm Desktop zurückzugreifen – für Technik-Muffel tut es auch der alte Zettelkasten. Doch auch er muss immer auf den aktuellen Stand gebracht werden!

Grundsätzlich sollten alle verfügbaren Informationen zu jeder Kontaktperson gesammelt und dokumentiert werden. Jedes Gespräch sollte – geordnet nach Daten – inhaltlich zusammengefasst und dem Kontakt beigefügt werden, so dass diese Informationen beim nächsten Gespräch abrufbar sind. Wichtig: Auch emotionale Reaktion des Partners auf bestimmte Namen oder Themen notieren. Fettnäpfchen lassen sich so umgehen.

Sinnvoll ist es, die Daten ‚zentral‘ abzulegen – ob nun in einem technischen Gerät oder im Zettelkasten. Jeder Mitarbeiter, der mit dem Kontakt zu tun hat, kann dann darauf zurückgreifen. Auch dieser dokumentiert wieder Inhalt und Ergebnis des letzten Gesprächs. Wird diese Methode diszipliniert eingesetzt, ergibt sich zu jedem Ihrer Kontakte eine lückenlose Historie, auf die jeder relevante Mitarbeiter zugreifen kann. Alle verfügen somit über das gleiche, notwendige Wissen.

Nichts geht über die richtige Kontaktpflege

Der dritte wichtige Punkt ist die erfolgreiche ‚Pflege‘ der Kontakte. Kontakte müssen leben. Einige Kontakte tun das von ganz allein, beispielsweise wenn sich die Gesprächspartner sympathisch sind oder die Pflegeeinrichtung über das Tagesgeschäft sehr eng mit der entsprechenden Kontaktperson zu tun hat. Das trifft jedoch bei weitem nicht für alle Kontakte zu. Es liegt an Ihnen zu Ihren Gesprächspartnern regelmäßig Kontakt zu halten. Auch hierbei kann der Computer helfen. Auf dem Markt gibt es eine Vielzahl von Programmen (z.B. Outlook, Palm Desktop) die den Benutzer an bestimmte Daten oder Termine erinnern.

Und auch das sollten Sie beachten: Definieren Sie sinnvolle Abstände zwischen den Kontakten. Nicht zu oft, aber auch nicht zu selten, sollten Sie sich beim Gegenüber wieder in Erinnerung bringen. Oft reicht ein Kontakte im Quartal. Doch auch hierbei geht es nicht ohne professionelle Vorbereitung. Der Einstieg kann sich aus dem letzten Gespräch (lückenlose Dokumentation!) oder auch aus einem netten Vorgespräch (Wetter, Urlaub, Kinder, ...) ergeben. Das eigentliche Gespräch sollte um ein aktuelles Fachthema kreisen.

Kontaktmanagement ist ein kostengünstiges und effektives Marketinginstrument. Es bringt Sie und Ihre Einrichtung immer wieder ins Gedächtnis des Gesprächspartners zurück. Wenn der Gesprächspartner gerne mit Ihnen zusammenarbeitet, wird er das auch in Ihrem Sinne tun. Im Falle der Ärzte bedeutet das in aller Regel mehr Patienten durch Arztempfehlungen, im Falle der Kassensachbearbeiter weniger bis keine abgelehnten Verordnungen.

Das Wichtigste auf einen Blick

- * Zielgruppe definieren, dabei eigene Interessen ausloten zugleich die des Gegenübers, warum könnte auch er an einem intensiven Kontakt interessiert sein
- * Kontakte gezielt aufbauen
- * Kontakte organisieren und verwalten (Kontakte dokumentieren und zentral ablegen!)
- * Kontakte pflegen (richtiges Mittelmaß finden: den Gegenüber weder nerven noch vernachlässigen)



Unternehmensberater Ralph Wißgott ist im Internet unter: www.uw-b.de zu erreichen.

**pflege
special
für
Manager**