

Vom Telefonbüro zur ersten Adresse für spezialisierten Telefonie-Service

Ein Beitrag von Alicia Hartmann

INTERVIEW /// Die Telefonie einer Praxis ist von zentraler Bedeutung: Oftmals entscheidet sich an der telefonischen Erreichbarkeit, ob ein potenzieller Neupatient den Weg in die Praxis findet oder Bestandspatienten auch weiterhin der Praxis treu bleiben. Ein Unternehmen, das sich seit Jahren als Experte für die externe Telefonie profiliert hat, ist die Rezeptionsdienste für Ärzte GmbH – kurz RD GmbH. Seit dem 1. Januar 2022 wird das Düsseldorfer Unternehmen von einer neuen Geschäftsleitung geführt. Daniela Grass, langjährige Mitarbeiterin des Unternehmens, ist ab sofort für den Vertrieb und das Tagesgeschäft verantwortlich. Ihr Kollege Stephan Steden kümmert sich ab sofort um das Controlling und die Firmenfinanzen. Im Interview schauen beide zurück und geben einen Ausblick auf Kommendes.

Frau Grass, ein Blick zurück: Was bieten die Rezeptionsdienste traditionell an und wofür stehen Sie heute?

Daniela Grass: Entstanden sind wir 1998 und waren anfänglich das Telefonbüro einer großen Zahnarztpraxis mit 40 Zahnärzten und mehreren Standorten. In diesen Praxen klingelt bis heute kein einziges Telefon und das fällt bei Patienten und Kollegen positiv auf. Anfänglich haben wir befreundeten Praxen geholfen und daraus hat sich das Konzept der externen Telefonie entwickelt. Unser medizinisches Know-how zeichnet uns dabei besonders aus und ist die seltene Komponente, die einem klassischen Callcenter fehlt.

Was macht die Telefonie einer Praxis so herausfordernd?

Daniela Grass: Die meisten Praxisbetreiber sind entweder von den eingehenden Anrufen in der Zahnarztpraxis genervt oder die Patienten sagen, dass die Praxis nicht zu erreichen sei. Oftmals wissen Praxisbetreiber nicht, warum ihre Zahnarztpraxis nicht erreichbar ist. Erst wenn sie mit uns die Zusammenarbeit beginnen, zeigt sich, dass die Anzahl der Telefonleitungen für Fax, Telefonie ein- und ausgehend, EC-Gerät et cetera zu gering sind. Wenn die Leitungszahl ausreicht, ist oftmals das Personal nicht vorhanden oder verfügbar, um alles abzuarbeiten. So oder so bringt die Auslagerung der Telefonie Ruhe und Effizienz in die Praxis. Viele Praxisbetreiber versuchen auf unterschiedlichste Weise, mitunter anhand ausgefallener Ideen, das Problem der Telefonie für sich und ihre Praxis eigenständig zu lösen, am Ende kommen viele jedoch zu uns, da es sich intern nicht lösen lässt und unser Service überzeugt.





Die Hemmschwelle des Outsourcens ist in den letzten Jahren deutlich gesunken. Ein Grund dafür ist, dass die Patienten unserer Kunden kaum bis nie bemerken, dass sie nicht mit der Praxis, sondern mit uns als Dienstleister verbunden sind. Das Feedback der Patienten bestätigt unseren Anspruch!

Was umfasst Ihren Service und wie individuell lässt sich dieser Service an jede einzelne Praxis anpassen? Was sind klare Vorteile Ihres Angebots für Kunden?

Daniela Grass: Unser Hauptgeschäft sind die eingehenden Anrufe (Inbound) der Praxen. Die Praxen leiten die Anrufe beispielsweise nach drei erfolglosen Klingelversuchen vor Ort zu uns weiter. Wir nehmen diese Anrufe dann entgegen und bearbeiten sie. So gesehen sind wir der Abfangjäger der sonst entgangenen Anrufe. Viele Kunden sind erstaunt über die Anzahl der Calls, die ihnen vorher verloren gingen. Schon ein gewonnener Neupatient mehr als sonst kann unsere Dienstleistung amortisieren.

Ein weiteres Geschäftsfeld ist die Outbound-Telefonie. Wir können im Auftrag der Praxen Patienten umbestellen, an Termine erinnern, HKP/KV nachverfolgen und vieles mehr.

Im Bereich der Officeservices können wir folgende Leistungen anbieten: Bearbeitung von schriftlichen Terminanfragen über die Homepage, Onlineportale und Social Media. Darüber hinaus erstellen und versenden wir Grußkarten zum Geburtstag oder zur Genesung bei krankheitsbedingten Absagen. Die Bereitstellung der Karten erfolgt durch den Auftraggeber. Wir kümmern uns um die richtige Adressierung und den fristgerechten Versand. Für individuelle Anfragen bezüglich eines gewünschten Services haben wir immer ein offenes Ohr.

Die COVID-19-Pandemie hat viele Veränderungen mit sich gebracht. Mussten auch Sie Ihr Handling und das Serviceangebot entsprechend anpassen?

Stephan Steden: Natürlich mussten und wollten auch wir die Sicherheit unserer Mitarbeiter gewährleisten und haben, wie zahlreiche andere Unternehmen auch, viele Kollegen ins Homeoffice geschickt. Dieser Herausforderung haben wir uns erfolgreich gestellt und sind daher als Unternehmen vergleichsweise

glimpflich durch die Pandemie gekommen. Das Homeoffice-Konzept wollen wir künftig stärker in den Fokus rücken – auch weil wir hier gute Erfahrungen sammeln konnten.

In Bezug auf unsere Kunden können wir feststellen, dass unser Service durch die Pandemie stärker nachgefragt wird. Wir vermuten, dass unsere Kunden mit der Wahrnehmung unserer Dienstleistung eine höhere Flexibilität im Rahmen ihrer eigenen Personaleinsatzplanung realisieren können. Außerdem haben wir in den letzten zwei Jahren intensiv in den Bereich Technik investiert. Stichworte für diese Entwicklungen sind zum Beispiel Voice over IP (VoIP) in der Cloud, optimierte VPN-Anbindungen von Mitarbeitern und Kunden sowie verbesserte Firewalls.

Wie wird sich Ihrer Meinung nach das Modell der outgesourceten Telefonie in den nächsten Jahren weiterentwickeln und was haben Sie als Unternehmen mittel- wie längerfristig vor?

Stephan Steden: Wir wissen, wie schwer es für unsere Kunden ist, Fachkräfte und Praxispersonal zu akquirieren und langfristig zu halten. Daher entscheiden sich immer mehr Praxisinhaber – auch in der Differenzierung zum klassischen Callcenter – für unsere Serviceangebote, die das Praxispersonal entlasten und so zu einer verbesserten Arbeitsatmosphäre beitragen. Zudem ist die Hemmschwelle des Outsourcens in den letzten Jahren deutlich gesunken. Ein Grund dafür ist, dass die Patienten unserer Kunden kaum bis nie bemerken, dass sie nicht mit der Praxis, sondern mit uns als Dienstleister verbunden sind. Das Feedback der Patienten bestätigt unseren Anspruch!

Unser Kundenvorlauf gibt uns Recht: Unsere Dienstleistung wird gebraucht. Aktuell haben wir für das laufende Geschäftsjahr bereits diverse Neukunden von unserem Konzept begeistern können – und das Jahr ist noch jung. Diesen Wachstumsprozess zu steuern und zu begleiten, ist die aktuelle Herausforderung. Mittelfristig wollen wir weiter organisch wachsen – langfristig möchten wir zum Marktführer in der D-A-CH-Region werden.

Weitere Informationen zu den Angeboten der RD GmbH auf:
www.rd-servicecenter.de