

Systematische Kundenbetreuung

Betreuen wir unsere Kunden auch als Kunden? Gemeint ist nicht das Alltägliche wie kleine Serviceleistungen, freundliches Auftreten und pünktliches Erscheinen. Allerdings könnte man auch die Frage stellen, ob das nicht schon reicht? Schließlich ist die Wechselbereitschaft von Pflegekunden erfahrungsgemäß nicht so groß. Trotzdem macht es Sinn, auch die vorhandenen Kunden systematisch zu betreuen. Vieles geschieht schon jetzt, beispielsweise ein kleines Präsent oder ein Blumenstrauß am Geburtstag. Es stellt sich allerdings die Frage, welche Aufmerksamkeit ein Blumenstrauß des Pflegedienstes erhält neben 10 anderen Blumensträußen. Besser in Erinnerung würde sicherlich ein Gutschein bleiben, beispielsweise über eine halbe Stunde oder Stunde Betreuung, Spaziergang, usw.. Dies wäre im Übrigen ein Geschenk, was unmittelbar auf den Pflegedienst zurück fällt und unter Umständen weitere Leistungen nach sich zieht (der Gutscheineneffekt!).

Systematische Kundenbetreuung hat das Ziel, die Kunden langfristig an sich zu binden und gleichzeitig/indirekt die eigenen Kunden als Multiplikatoren zu nutzen: dabei sind als Kunde sowohl der Pflegebedürftige selbst als auch seine Pflegeperson(en) zu sehen.

Vorweg: schlechte Pflege (unfreundlich, unpünktlich, unprofessionell) lässt sich durch keine anderen Maßnahmen kaschieren.

Mit welchen Maßnahmen kann man eine zusätzliche Kundenbindung unterstützen?

Beispiele:

- **Geburtstag** (aber beispielsweise auch Namenstag): kleines Präsent, das auffällt z.B.:
 - o Gutschein für Betreuung;
 - o Gutschein für ein gemeinsames Eisessen oder Ein-

kaufsummel; Gutschein für ein Wohlfühlbad;

- o Gutscheine für fremde Leistungen wie „Fußpflege“ oder für „ein Probeessen auf Rädern“ wären allerdings weniger gut, weil diese Leistungen nichts oder wenig mit dem Pflegedienst zu tun haben
- **Regelmäßige schriftliche Materialien** wie
 - o „Kundenzeitung“: z.B. selbst erstellter „Pflegedienstbrief“, in dem über wichtige Änderungen, interessante Tipps etc. berichtet wird wie u.a. auch die Vorstellung von neuen Mitarbeitern etc.; mit der heutigen Computertechnik lassen sich solche kleinen Infomaterialien einfach und kostengünstig produzieren. Es gibt aber auch Anbieter, die fertige Kundenzeitungen produzieren (z.B. Vincentz.net)
 - o Flyer bzw. andere Materialien zu bestimmten Themen wie Verhinderungspflege, Pflegehilfsmittel, Urlaub mit Pflege, Pflegeeinstufung, etc.,
- **Pflegevisiten**: sie bringen für den Pflegebedürftigen zunächst einmal einen zusätzlichen Besuch, losgelöst von einer praktischen Pflegetätigkeit, bei dem man in Ruhe das Eine oder Andere besprechen kann. Sie dienen natürlich auch der Weiterentwicklung der Pflegeplanung und der externen Überprüfung der Pflegesituation, bringen aber auch Zeit für den Kunden. Dabei spielt das Erleben von Zeit eine wichtige Rolle: selbst wenn man am Morgen nach der Kleinen Pflege sich immer noch etwas (Service-)Zeit nimmt, werden diese zwei Minuten jeden Tag anders (weniger

bedeutend) wahrgenommen als eine Pflegevisite von einer halben Stunde (das Phänomen kennen wir alle: immer nebenher schnell was zu essen ‚kostet‘ viel mehr Zeit, bringt uns aber weniger Entspannung als einmal richtig Pause zu machen). Daher ist es ratsam, die Pflegevisite entsprechend zu planen:

- der Termin wird mittelfristig vereinbart, ein Zeitpunkt außerhalb der Grundpflege wird gewählt, der Zeitrahmen (mindestens eine halbe Stunde) wird besprochen
- die Fachkraft, die die Visite macht, ist bekannt
- es wird nicht nur ein Fragebogen abgehakt („Sie haben Frage 13 zum Beschwerdemanagement noch nicht beantwortet“), sondern ein möglichst entspanntes Gespräch über die Lebenssituation geführt. Quasi nebenbei werden die Punkte der Checkliste abgearbeitet. Dabei werden einige Punkte ganz gezielt angesprochen wie Pflegehilfsmittel, Verhinderungspflege, Entlastung der Pflegeperson, etc.
- Fragen der Einstufung werden ausschließlich mit Hilfe

eines Pflegetagebuchs behandelt: dies kann (auf der Basis des Tagesablaufs) kurz gemeinsam für einen Tag ausgefüllt werden; dann kann die Pflegekraft schnell sehen, ob die Voraussetzungen für eine Höherstufung vorliegen oder nicht; mit dieser Methode werden auch keine falschen Erwartungen geweckt.

- **Feste und Ausflüge:** dies kann das Sommerfest genau so sein wie der gemeinsame Ausflug in den Tierpark oder das Weihnachtsessen. Selbst wenn viele Kunden daran nicht teilnehmen(werden), sollten alle dazu eingeladen werden: allein die Einladung vermittelt den Eindruck, dass an einen ‚gedacht‘ worden ist.

Viele Pflegedienste führen einige oder viele der oben beispielhaft aufgeführten Aktivitäten schon durch. Zu überprüfen wäre nur, ob dies immer und konsequent für alle Kunden gilt (z.B. Geburtstagspräsente, etc.). Auch die Beratungskunden nach § 37.3 SGB XI sollten eingezogen werden; ein kleiner Geburtstagsglückwunsch vom Pflegedienst zeigt auch, dass der Kunde mehr ist als nur ein Pflichttermin alle halben Jahre.

Veröffentlicht in:

PDL Praxis, Häusliche Pflege, Ausgabe 07/2006

© **Andreas Heiber**

System & Praxis Andreas Heiber

Platzstraße 49a, 33611 Bielefeld

Tel. 0521/801 8247, Fax: 0521/801 8248

E-mail: Heiber@SysPra.de; www.SysPra.de