

Abrechnung:

Mikroendodontische Therapie beim Privatpatienten

Bei der Anwendung eines OP-Mikroskops, unter anderem im Zusammenhang zu den GOZ-Leistungen 2410 und 2440, kann einmal je Behandlungstag ein Zuschlag berechnet werden. Wird dies nicht beachtet, geht dem Zahnarzt ein Teil des Umsatzes verloren. Hingegen berechtigt der Einsatz einer Lupenbrille nicht zum Ansatz der GOZ 0110. Die Leistung ist eine Zuschlagsposition und kann daher nur mit dem einfachen Gebührensatz berechnet werden, es sei denn, der Zuschlag wird nach § 2 Abs. 1 GOZ frei vereinbart. Selbstständige Leistungen, die nicht in das Gebührenverzeichnis aufgenommen und medizinisch indiziert sind, können gemäß § 6 Abs. 1 GOZ jedoch analog berechnet werden. Dazu gehört zum Beispiel das Auffinden oder der Ausschluss zusätzlicher Kanalstrukturen, Auffinden oder Ausschluss von Rissen, Sprüngen und Frakturen der Zahnhartsubstanzen. Auch das Auffinden von Perforationen, Stufen, Obstruktionen oder anatomischer Besonderheiten mittels OP-Mikroskop fällt darunter. Weitere Informationen unter parzl.d@bauer-reif-dental.de.

Die nächsten Seminare bei Bauer & Reif Dental mit Claudia Maier:

Abrechnungsworkshop Kompakt:
München, 17.9.2014, 14.00–19.00 Uhr

Abrechnungsworkshop Kompakt:
Augsburg, 10.10.2014, 14.00–19.00 Uhr

Workshop GOZ: München, 12.11.2014, 14.00–19.00 Uhr
Workshop GOZ: Augsburg, 19.11.2014, 14.00–19.00 Uhr
Workshop GOZ: München, 26.11.2014, 14.00–19.00 Uhr
Workshop GOZ: Augsburg, 12.12.2014, 14.00–19.00 Uhr

Bauer & Reif Dental
Tel.: 089 767083-16, www.bauer-reif-dental.de



Praxismarketing:

Erfolgsrezept ständige Optimierung

„Es war ein Experiment“, so Oliver Löw auf die Frage, was ihn 2012 dazu bewog, die Agentur Docrelations® zu gründen. Die Idee: Arztpraxen als strategischer PR- und Marketingberater langfristig zur Seite stehen und das gesamte Praxismarketing zu koordinieren. Heute, gut zwei Jahre später, ist die Agentur stolz auf einen namhaften Kundenstamm aus Ärzten verschiedener Fachrichtungen aus ganz Deutschland. „Wir sehen uns als langfristigen Begleiter, der die gesamte Außendarstellung der Praxis durch konsequente Optimierung immer auf einem hohen Level hält, neue Trends erkennt und für den Arzt bewertet.

Das wissen unsere Kunden zu schätzen“, so Löw.

Immer mehr Marketingkanäle Bewertungsportale, YouTube, Google, Facebook, Themen-Websites usw. Zahnärzten stehen Jahr für Jahr mehr Marketingkanäle offen, um die eigene Praxis zu bewerben. Gleichzeitig bleibt im Praxisalltag jedoch immer weniger Zeit zur Verfügung, um diese anständig zu bedienen. Eine häufige Folge: „Man macht überall ein wenig mit, aber nirgends so richtig“, beschreibt Oliver Löw seine Erfahrungen.

ANZEIGE

Neue Technologie für die Friktion der NE Teleskope - Ohne Gold!

Welche Ihrer Probleme löst es?

- ✗ eine zu lockere Teleskopprothese
- ✗ Teleskope sind zu voluminös
- ✗ Teleskopprothese riecht unangenehm

Wir haben die Lösung, die in 36 Monaten kein einziges Mal von einem Gutachter beanstandet wurde!

Bestellen Sie jetzt ohne Kosten, ohne Verpflichtung Ihr Teleskop-Rettungspaket auf www.FriktionsGuru.de und erfahren Sie daraus wie das ab Morgen auch in Ihrer Praxis zum Alltag wird!

Klasse statt Masse

Die eigentliche Kunst sei es jedoch, aus der Vielzahl der zur Verfügung stehenden Marketingmaßnahmen diese zu ermitteln und ernsthaft umzusetzen, die für eine bestimmte Praxis den größten Erfolg versprechen. Darauf hat sich die Agentur Docrelations® spezialisiert. Der erste Schritt zu einem planvolleren Praxismarketing ist schnell gemacht, betont Oliver Löw: „Interessierte Zahnärzte können uns einfach anrufen oder eine E-Mail senden. Es folgt ein kurzes Telefonat, dem ein standardisierter Fragebogen zugrunde liegt. Anschließend erarbeiten wir einen ersten Lösungsvorschlag sowie Marketingfahrplan, den wir mit der Praxis im Anschluss besprechen. Natürlich kostenfrei.“

Agentur Docrelations®
Tel.: 0211 93074070
info@docrelations.de
www.docrelations.de