

Geeignete Mitarbeiter zu Verkäufern ausbilden

Umsatzsteigerung von 20 bis 30 Prozent möglich

Von Ralph Wißgott

Ambulante Pflegedienste, die geeignete Mitarbeiter zu Verkäufern ausbilden, erhöhen ihre Umsätze bei gleichem Kundenstamm um 20 bis 30 Prozent.

Hambühren. Die Fähigkeit, die eigenen Produkte und Dienstleistungen zu vertreiben, ist für alle Unternehmen ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Aus diesem Grund arbeiten viele Unternehmen in Deutschland mit Vertriebsmitarbeitern oder Verkäufern. Sie haben grundsätzlich nichts anderes zu tun als für Umsatzzuwachs und Neukunden zu sorgen.

Bei Pflegediensten in Deutschland ist ein solches Vertriebskonzept bisher nicht üblich. In den meisten Pflegediensten obliegt diese Aufgabe der Pflegedienstleitung (PDL), dem Inhaber oder Geschäftsführer. In einigen Pflegediensten, so heißt es, können und müssen alle Mitarbeiter ver-

kaufen. Der Erfolg ist häufig nicht optimal. Es gibt zwei Kennzahlen an denen sich der Verkaufserfolg eines Pflegedienstes erkennen lässt. Das sind der durchschnittliche Monatsumsatz je Pflegekunde und der ausgenutzte Sachleistungsanteil in Prozent.

Zur Ermittlung des Monatsumsatzes je Pflegekunde wird der

„Den besten Verkäufer im Pflegedienst finden, schulen und für die neuen Aufgaben freistellen“

Ralph Wißgott

//



Foto: Archiv

Gesamtmonatsumsatz durch die Anzahl der permanent (regelmäßig) versorgten Pflegekunden geteilt. Umsätze in Wohngruppen, 24-Stunden Versorgungen und ähnliches müssten dabei jedoch herausgerechnet werden, da sie das Ergebnis verzerren. Zu Grunde gelegt werden sollten also alle

Pflegekunden der Grund- und Behandlungspflege, die über entsprechende Einsätze zu Hause versorgt werden. Hier stellen wir Zahlen von 380 Euro bis zu über 1 000 Euro bei den Pflegediensten fest, also einen enormen Unterschied.

Der ausgenutzte Sachleistungsanteil in Prozent errechnet sich aus dem gesamten möglichen Sachleistungsanteil aller Pflegekunden im SGB XI nach den einzelnen Pflegestufen und den tatsächlichen Umsätzen des Pflegedienstes, die tatsächlich mit den Pflege-

kassen abgerechnet werden. Achtung: Hierbei nur den Sachleistungsanteil der Pflegekasse ohne private Zuzahlungen berücksichtigen. Wir haben hier Werte zwischen 53 und 98 Prozent erhoben, also auch hier enorme Unterschiede. Die Antwort ist einfach: Die Einen verkaufen ihre Leistungen

aktiv während die Anderen Aufträge lediglich entgegennehmen.

Es gibt Pflegedienste, die einzelne Mitarbeiter zu Verkäufern schulen lassen. So gelingt es ihnen, schon innerhalb des ersten Monats ihre Umsätze durchschnittlich um 20 bis 30 Prozent, bei gleicher Patienten- bzw. Kundenstruktur zu steigern. Es ist jedoch utopisch zu glauben, dass sich jeder Mitarbeiter, jede PDL und jeder Inhaber zum Verkäufer eignet. Hier gilt es den besten Verkäufer im Pflegedienst zu finden und diesen auch für solche Aufgaben entsprechend freizustellen. Auf dem Weg vom Helfer zum Dienstleister ist es für jeden Pflegeanbieter unerlässlich, sich mit dem Thema professioneller Leistungsvertrieb auseinander zu setzen. //

INFORMATION

Unternehmensberatung Wißgott, Tel.: (05143) 66 96 27, E-Mail: rw@uw-b.de, Internet: www.uw-b.de