|  |
| --- |
|  |
| ARZTPRAXIS INBETRIEBNAHME  CHECKLISTE |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. ERSTE SCHRITTE – LEITBILD & VISION | |  |  |
|  | Definieren Sie, warum Sie ein Unternehmen gründen möchten. | | |
|  | Einen Plan erstellen: Was machen wir? Wie machen wir das? Für wen machen wir das? | | |
|  | Ermitteln der Rentabilität: Gibt es einen Markt für Ihren Dienst? | | |
|  | Ermitteln eines Standorts, der Ihren Markt am besten versorgen kann. | | |
|  | Legen Sie fest, wie viel Investitionskapital Sie zur Verfügung haben und wie viel Sie aufbringen müssen. | | |
|  | Wer sind Ihre wichtigsten Partnerschaften? | | |
|  | Besprechen Sie Ihre Pläne mit Ihrer Familie, um sicherzustellen, dass Sie sie unterstützt. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. GESCHÄFTSZIELE | |  |  |
|  | Definieren Sie das „Problem“ des Kunden und wie Ihr Unternehmen eine einzigartige Lösung bieten kann. | | |
|  | Welche spezifischen Waren und Dienstleistungen werden Sie Ihren Kunden anbieten? (z.B. Pädiatrie, Allgemeinmedizin, Kieferorthopädie, usw) | | |
|  | Ermitteln der Rentabilität: Gibt es einen Markt für Ihren Dienst? Ist es über-/untersättigt? | | |
|  | Branchenanalyse: Was sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren, Größe, Wachstumsrate und Trends der Branche? | | |
|  | Was ist ihre Wachstumsstrategie? | | |
|  | Wie werden Sie Schritt halten und sich an sich entwickelnde Märkte anpassen? | | |
|  | Bestimmen Sie Ihren Markt: Wer ist Ihr idealer Kunde? Wie groß ist Ihr Markt? Wie einfach ist es, den Kunden zu anzuwerben? | | |
|  | Erstellen Sie einen Betriebsplan: allgemeiner Betrieb, Protokoll, Geschäftssitz, benötigte Einrichtungen und Ausrüstung. | | |
|  | Ermitteln Sie Ihre Unternehmensstruktur, Ihr Führungsteam und Ihr Personal. | | |
|  | Erstellen Sie einen Finanzplan: Ermitteln Sie Kosten und prognostizierte Umsätze. Wann können Sie Ihre Kosten decken und einen Gewinn erzielen? | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. EINRICHTUNG IHRES UNTERNEHMENS | |  |  |
|  | Verfügbarkeit des Firmennamens: Führen Sie eine Unternehmensnamenssuche durch, um sicherzustellen, dass Ihr Name immer noch verfügbar ist. | | |
|  | Registrieren Sie Ihre Unternehmensdomäne. | | |
|  | Beantragen Sie Geschäftslizenzen und Genehmigungen sowie die Steueridentifikationsnummer. | | |
|  | Entscheiden Sie sich für eine Rechts- oder Unternehmensform und integrieren Sie Folgendes: Gesellschaft, GmbH oder Einzelunternehmen. | | |
|  | Einrichtung von Softwareplattformen und CRM-Tracking-Systemen. | | |
|  | Erstellen Sie den Rechnungsplan Ihres Unternehmens: Beauftragen Sie einen Buchhalter, wählen Sie ein Buchhaltungssystem und ein Geschäftsjahr aus. | | |
|  | Prüfen und wählen Sie erforderliche Versicherungen für Ihr Unternehmen: Betriebshaftpflicht-, Unfall- oder Krankenversicherung usw. | | |
|  | Eröffnen Sie ein Geschäftsbankkonto und beantragen Sie eine Kreditkarte für Ihr Unternehmen. | | |
|  | Kreditanträge | | |
|  | Erwerb medizinischer Ausrüstungen und Möbel | | |
|  | Einstellung von Mitarbeitern und Angestellten | | |
|  | Beginnen Sie mit dem Netzwerken mithilfe von Pre-Marketing-Materialien wie Visitenkarten, Broschüren oder Öffentlichkeitsarbeit. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. ANLAUFKOSTEN: BUDGET | |  |  |
|  | Schätzen Sie, wie lange es dauern wird, bis Ihr Unternehmen einen Gewinn erzielt. | | |
|  | Führen Sie Ihre Lebenshaltungskosten für mindestens das erste Jahr auf und bestimmen Sie, woher diese kommen werden. | | |
|  | Führen Sie auf, wie viel Kapital erforderlich ist, um das Unternehmen zu starten und schätzen Sie, wie lange vor der Rentabilität. | | |
|  | Wenn zusätzlich zu den Ersparnissen der Gründer Investitionen externe Investitionen erforderlich sind, bestimmen Sie:   * die Höhe des Darlehens * wie die Gelder verwendet werden sollen * beantragte Rückzahlung der Kredite (Anzahl der Monate/Jahre zur Rückzahlung) * angebotene Sicherheiten | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. PLANUNG DER INBETRIEBNAHME IHRER ARZTPRAXIS | |  |  |
|  | Erstellen Sie eine **Zusammenfassung**, nachdem Sie die anderen nachfolgenden Abschnitte des Geschäftsplans abgeschlossen haben. | | |
|  | Erstellen Sie eine **Unternehmensübersicht** , die grundlegende Informationen und eine Zusammenfassung des Managementteams beinhaltet. | | |
|  | Erstellen Sie einen **Abschnitt zur Unternehmensbeschreibung** und erläutern Sie Ihre Dienste und welche Probleme diese lösen. | | |
|  | Bereiten Sie einen Abschnitt zur **Marktanalyse** vor, der den Gesamtmarkt und Ihren Zielmarkt, spezifische Segmentanforderungen, verfügbare Wettbewerbsangebote und alle Trends beschreibt, die sich auf die Analyse auswirken. | | |
|  | Beschreiben Sie einen **Betriebsplan** für das Unternehmen wie beispielsweise Betriebszeiten, Mitarbeiteranzahl, wichtige Zulieferer oder saisonale Anpassungen, denen Ihr Unternehmen sich vielleicht anpassen muss. | | |
|  | Erstellen Sie einen **Marketing- und Vertriebsplan**, der einen Markteinführungs- oder Startplan sowie Angaben zur Preisgestaltung beinhaltet und erläutert, auf welche Art und Weise Ihr Unternehmen Leads generieren und neue Geschäfte abschließen wird und bestehende Kunden binde. | | |
|  | Erstellen Sie einen **Finanzplan** , der eine Deckungsbeitragsrechnung, den prognostizierten Gewinn und Verlust sowie projizierte Zahlungsströme aufzeigt. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. EINRICHTEN DES BETRIEBS | |  |  |
|  | Ort: Finden Sie einen geeigneten Ort für sich, um Ihre Reichweite bei Ihrer Zielgruppe zu erhöhen. | | |
|  | Ermitteln Sie die Personalanforderungen. | | |
|  | Werben Sie gegebenenfalls Mitarbeiter an, führen Sie Vorstellungsgespräche mit ihnen und schulen Sie sie. | | |
|  | Ermittlung und Einrichtung aller erforderlichen Technologien: **POS**, E-Mail, Telefon,**CRM**, Abrechnungs- und Zahlungssysteme | | |
|  | Stellen Sie sicher, dass Ihre Technologiesysteme die Sicherheit Ihrer eigenen sowie der Kundendaten gewährleisten. | | |
|  | Identifizieren Sie je nach Unternehmensart die richtigen Zuliefer/Anbieter und schließen Sie sich mit ihnen zusammen. | | |
|  | Richten Sie Ihre Preisstruktur ein. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. IHR UNTERNEHMEN STARTEN UND BEWERBEN | |  |  |
|  | Entwickeln und verfeinern Sie eine Marke für Ihr Unternehmen und dessen Produkte oder Dienste. | | |
|  | Beginnen Sie mit der Verteilung oder Präsentation Ihrer Marketingmaterialien: Webbasierte Werbung, soziale Medien, Direct Mail, Visitenkarten, Messen, Broschüren. | | |
|  | Schließen Sie Geschäftspartnerschaften mit Gesundheitsmanagementorganisationen, Behörden und Krankenkassen. | | |
|  | Werben Sie für Ihre Arztpraxis in Gemeindezeitungen, Lokalfernsehen und lokalen Radiosendern. | | |
|  | Starten Sie digitales Marketing im Internet über Blogs, E-Mails oder SEO-Strategien, um Traffic auf Ihre Website zu lenken. | | |
|  | Sponsoring von Gemeinde-Gesundheitsprogrammen, Teilnahme an Messen, usw. | | |
|  | Organisieren Sie eine Eröffnungsveranstaltung in einem lokalen Unternehmen. Bauen Sie eine Beziehung auf, die vielleicht übergreifende Kampagnen ermöglicht. | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. ERHALTUNG IHRES UNTERNEHMENS | |  |  |
|  | Behalten Sie den Überblick über erfolgreiche und gescheiterte Strategien, um Ihre Marketingtaktiken zu verfeinern. | | |
|  | Fragen Sie nach Empfehlungen und Bewertungen, um Glaubwürdigkeit zu aufzubauen. | | |
|  | Pflegen und fördern Sie Ihr Folgegeschäft. Denken Sie daran, dass es 80 % weniger kostet, eine aktuelle Beziehung beizubehalten, als eine neue aufzubauen. | | |