

Die Strategie entscheidet über den Erfolg!

Teil 1: Was kann jeder tun, um mit seiner Praxis erfolgreich(er) zu werden?

Bei den meisten HP und HP Psych kommt die Praxis entweder gar nicht erst ins Laufen oder sie geht mehr schlecht als recht. Am Engagement und guten Willen liegt es ganz sicher nicht. Obwohl immer mehr Kontakte geknüpft, Flyer ausgelegt werden, ändert sich das Ergebnis häufig nicht wesentlich. Eine Neuausrichtung mit einer wirkungsvollen Strategie kann hier Abhilfe schaffen.

In diesem Zusammenhang sollten zunächst zwei Begriffe definiert werden: Erfolg und Strategie. Vielfach wird unter Erfolg die Anhäufung von Geld, die Ausübung von Macht oder ein großer Bekanntheitsgrad verstanden. Erfolg ist jedoch genau so vielfältig wie die Menschen, die ihn erreichen wollen. Eine allgemeingültige Definition könnte also lauten: Erfolg ist das Erreichen selbst gesteckter Ziele. Und die Strategie ist die eine wirkungsvolle und zielgerichtete Verhaltensweise, die genau diesen Erfolg ermöglicht. Die erste Aufgabe ist es demnach, sich selbst darüber klar zu werden, welche Ziele denn als persönlicher Erfolg gewertet werden. Ist es das Helfen und Heilen; ist es ein bestimmtes Einkommen, was mit der Praxistätigkeit erreicht werden soll; ist es ein Image im Bekanntenkreis?

Ohne verlockende Ziele ist Erfolg nicht machbar.

Eine Strategie im Sinne der oben genannten Definition wird aus mehreren Bestandteilen entwickelt:

- Einer ganz besondere Stärke der Person bzw. der Praxis
- Einer klar definierten Zielgruppe
- Einer Auflistung der allgemeinen Probleme der Zielgruppe und dem brennendsten Problem dieser Menschen
- Einem Lösungsangebot für das brennendste Problem, das auf die Stärken aufbaut und einen hohen Nutzen beinhaltet

Grundlage und Fundament jeder Strategie sind die ganz besonderen Stärken einer Person oder einer Praxis. Nur mit einer überdurchschnittlichen Leistung lassen sich überdurchschnittliche Ergebnisse erzielen.

Erstellen Sie eine Liste ihrer Stärken.

Dies kann besonderes Wissen oder Können sein, besondere Lebenserfahrungen, bewältigte Krisen, sehr spezifische Ausbildungen usw. Sehen Sie sich jetzt Ihre Aufstellung an und fragen: Sind das wirklich überragende Stärken oder ist das eher eine Aufstellung von Eigenschaften und Ausbildungen? Organisationstalent ist z. B. keine Stärke im Sinne der geforderten Strategieentwicklung, denn es ist ein Unterschied, ob jemand einen Kindergeburtstag organisiert oder eine dreitägige Veranstaltung für eine Firma. In beiden Fällen muss zwar organisiert werden, die Anforderung der Situation und das Wissen, das eine Person haben muss, sind bei den beiden Beispielen jedoch völlig verschieden. Eine Frau, die seit 35 Jahren verheiratet ist, wird ein anderes Wissen und andere Erfahrungen zum Thema Beziehungen haben als eine Frau, die schon viermal geschieden wurde. Beide haben in diesem Punkt, auf Grund des Erlebten, ganz unterschiedliche Stärken. So werden auch zwei Heilpraktiker, obwohl sie eventuell die gleiche Ausbildung absol-

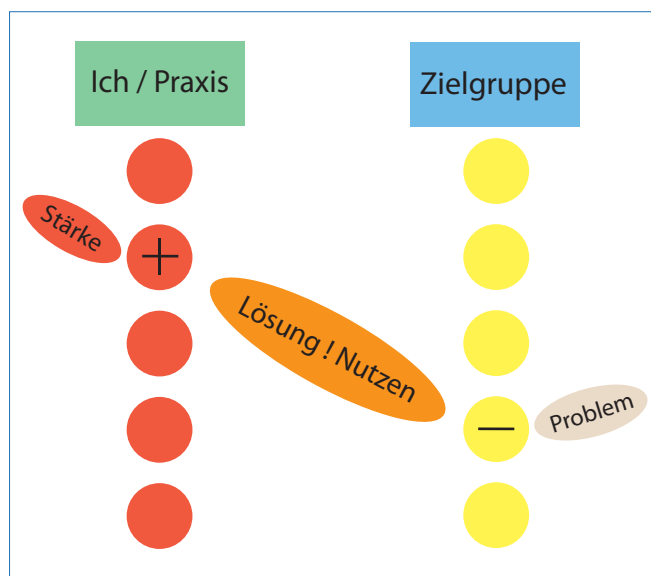


Abb. 1

viert haben und beide die gleiche Prüfung abgelegt haben, völlig unterschiedliche Stärken haben. Während der eine sich im Stoffwechsel besonders gut auskennt, hat der andere seine Stärke in sehr spezifischem Wissen über den Blutkreislauf.

Betrachten Sie sich und ihre Praxis noch einmal genauer unter diesen Aspekten, und versuchen Sie, ihre Stärken präziser zu definieren.

Besondere Stärken können sich ergeben aus:

- Wissen auf Grund von Aus- und Fortbildungen
- Können auf Grund praktischer Erfahrungen
- Erfahrungen auf Grund besonderer Lebenssituationen
- Bewältigten Krisen



Bert Heuper

Früher GmbH-Geschäftsführer und Unternehmensberater für Marketing und Strategie. Nach der Bewältigung der eigenen Krebserkrankung erfolgte die Entwicklung der Psychosomatischen Resonanztherapie PSRT®. (patentamtlich gesch.). Seit über sechs Jahren mit einer Vollzeitpraxis als HP Psych tätig. Bietet Seminare und Beratungen zur Praxisstrategie sowie Ausbildungen in PSRT® an.

Kontakt:

Praxis PSRT
Katharinenstraße 3, D-83043 Bad Aibling
Tel. 08061/ 93 80 94
bert.heuper@praxis-psrt.de, www.praxis-psrt.de

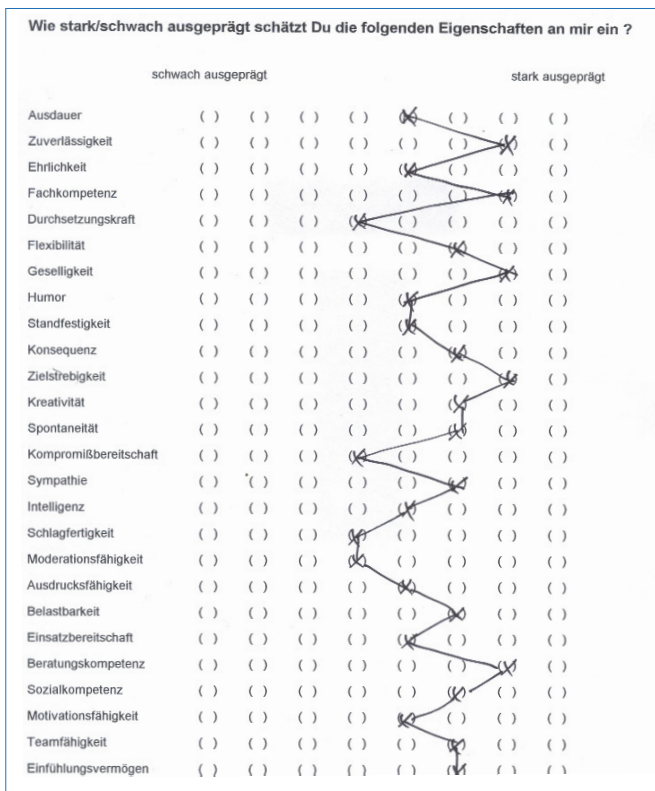


Abb. 2

- Sozialen Kontakten
- Ehrenamtlichem Engagement
- Freizeitaktivitäten

Einige Anregungen:

- Treffsicheres Stechen von Rollvenen mit max. drei Versuchen
- Auf Grund von mehreren evangelischen Pfarrern in der Verwandtschaft ein überdurchschnittliches Wissen über deren Probleme in Bezug auf die Diskrepanz zwischen Theologie und dem „echten“ Leben
- Besonderes Wissen über die Wechselbäder der Gefühle einer Frau, die die Langzeitgeliebte (17 Jahre) eines verheirateten Mannes war
- Erfahrungen mit den Integrationsproblemen von ostdeutschen Frauen, insbesondere bei einer Eheschließung mit konservativen, bayrischen Männern
- Besondere Erfolge in der Korrektur der HWS auf Grund unfallbedingter Schonhaltungen
- Beseitigung der Einschlafstörungen von 7-10-jährigen Jungen mit ADHS mit Hilfe der Homöopathie

Es mag für viele etwas seltsam sein, solche Aspekte als Stärke anzusehen, in den folgenden Teilen dieses Artikels wird jedoch deutlich, warum gerade eine solche präzise Vorgehensweise die beste Grundlage für eine funktionierende Strategie ist. Mit Osteopathie, NLP, TCM, Homöopathie usw. werben so viele Heilpraktiker, dass sich dadurch der Einzelne überhaupt nicht von anderen abheben kann.

Nachdem Sie nun eine Aufstellung ihrer Stärken angefertigt haben, muss noch ein wichtiger Schritt erfolgen: die Überprüfung dieser vermeintlichen Stärken. Es muss ein Abgleich zwischen der eigenen Einschätzung, dem Selbstbild, und der tatsächlichen Wahrnehmung dieser Stärken durch andere Personen, dem Fremdbild, erfolgen.

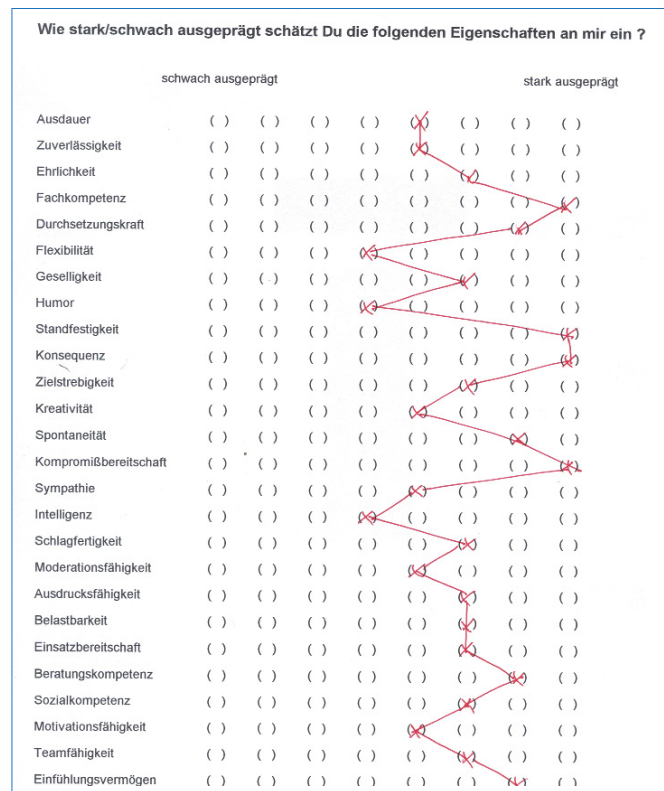


Abb. 3

Nur eine Stärke, die auch von anderen als solche wahrgenommen wird, ist strategisch verwendbar.

Für diesen Abgleich listen Sie Ihre Stärken einfach untereinander auf und schätzen Sie diese danach anhand einer Skala ein. Wie schwach bzw. stark ausgeprägt ist diese Stärke (Skala 0 bis 100)?

Wenn Sie die Punkte auf der Skala miteinander verbinden, erhalten Sie ein Stärkenprofil, zunächst das aus der eigenen Einschätzung, also das Selbstbildprofil (Abb. 2).

Jetzt sollten Sie die Blanko-Aufstellung der Stärken mehrfach (idealerweise ca. 50- bis 100-mal) kopieren und entsprechend viele Menschen bitten, diese Stärken ebenfalls auf der Skala zu bewerten. Damit diese Personen ihre Einschätzung tatsächlich ehrlich und neutral treffen, geben Sie jedem beispielsweise einen frankierten Rücksendeumschlag mit Ihrer Adresse dazu.

Wenn Sie alle Rücksendungen zusammenfassen, ergibt sich daraus das Stärkenprofil aus externer Sicht, also das Fremdbild (Abb. 3).

Eine wirkungsvolle Strategie lässt sich ausschließlich mit den Stärken aufbauen, die von anderen als besondere Stärke empfunden werden.

Wenn es starke Abweichungen zwischen Selbst- und Fremdbild gibt, so kann dies Anlass für einen intensiven Selbsterfahrungsprozess sein.

Alle Stärken, die im Fremdbildprofil einen überdurchschnittlich hohen Wert erreicht haben, sind Grundlage für die nächsten Schritte.

Der Beitrag wird in CO'MED fortgesetzt.

