



Patienterne forstår ikke altid den information de modtager på klinikken og personalet kan gøre patienterne usikre eller forvirrede hvis de kommunikerer noget forskelligt. Kommunikations makroer er løsningen.

Med smarte *makroer* kan klinikejeren styre hvordan alle på klinikken kommunikerer det samme indhold til patienterne. Det sikrer en stærk klinikinformation og det gør patienterne trygge...

Kommunikations makroer

Et relevant område for klinikejeren at have fokus på, er patientkommunikation. Det er et område hvor der fremover helt sikkert vil blive stillet større krav, og patienterne vil have store forventninger til klinikken.

På tandlægeklinikker er journalskrivning et naturligt og lovpligtigt element i hverdagen. I følge *Bekendtgørelse om autoriserede sundhedspersoners patientjournaler* udarbejdes patientjournalen af hensyn til patientens sikkerhed, og samtidig skal journalen fungere som et kommunikationsmiddel mellem det personale, der deltager i behandlingen af patienten.

De elektroniske journalsystemer giver mulighed for at udvikle makroer (skabeloner), således at der på kort tid kan udarbejdes individuelle journaler med stor sikkerhed for at al relevant information er noteret. Makroerne er ligeledes udarbejdet således, at det er enkelt for en anden behandler at orientere sig i det, der er skrevet, fordi den enkelte klinik opbygger den samme kommunikation i alle journaler.

Den samme grundighed kan med fordel anvendes når det gælder at sikre en høj kvalitet af patientkommunikationen. Mange patienter har brug for at få en *second opinion* når deres tandlæge (eller tandplejer) har informeret dem om dyre eller komplicerede behandlinger. De henvender sig ofte til klinikassistenten eller receptionisten for at sikre sig, at de har forstået informationen korrekt. Hvis personalet enten ikke er i stand til at svare, eller svarer noget andet, end det tandlægen har sagt, kan det skabe en usikkerhed, der i sidste ende kan føre til at patienten takker nej til den behandling der er foreslået.

Hvis klinikassistenten eller receptionisten der imod svarer det sammen som tandlægen, er det med til

at skabe tryghed for at informationen er forstået rigtig. På den måde tilføres positiv værdi til det patienten har opfatte.

God patientkommunikation kræver at alle på klinikken træner deres færdigheder, for derved at sikre en ensartet kommunikation.

Ideelt udvikles der skriftlige tekster for al relevant mundtlig patientinformation. Nedenfor anvendes begrebet *kommunikations makroer* for denne færdige tekst. Det kan være lige fra hvordan tandlægen bedst introducerer en patient til, at der er behov for en krone til hvordan receptionisten modtager et afbud med kort varsel.

En anke mod dette kan være, at det kan man ikke, for alle patienter er ikke ens og skal derfor ikke modtage den samme information. Men i al patientkommunikation er der en essens, der er relevant og vigtig, og som skal huskes hver gang.

Målet med at udarbejde *kommunikations makroer* er at sikre at alle får sagt det samme og det relevante hver gang. Et område hvor dette i fremtiden vil blive meget relevant er pris. Flere patienter vil møde op på klinikken med information om at prisniveauet kan se anderledes ud på andre klinikker og her er det vigtigt at alle, uanset hvem patienten spørger, kan give det samme svar på hvorfor priserne på klinikken er som de er.

Det kan være en større opgave at få udarbejdet *kommunikations makroer* for al patientkommunikation. Så en anbefaling vil være at starte med de områder, som er vigtigst for udviklingen af klinikken. Det kunne være kommunikation vedr. forbyggende behandlinger, PA behandlinger eller mere komplicerede og dyre behandlinger. Sæt et mål for



Tekst:
Ulla Mathiassen Pilemand,
direktør og rådgiver

"God patientkommunikation handler om at alle på klinikken siger det samme"

- kommunikations makroer...

Hvornår de valgte makroer skal være udarbejdet og lav efterfølgende en plan for de øvrige områder af patientkommunikationen.

Det er vigtigt at alle i teamet er involveret i udvikling af *kommunikations makroer*, således at al erfaring om hvad der er vigtigt og relevant integreres i teksten. Ved udarbejdelse er det vigtigt, at tænke over hvilke ord, der anvendes, da værdiladningen af ord kan være afgørende for hvordan patienten opfatter budskabet.

Efectus dental consulting rådgiver klinikejere og en af vores vigtigste opgaver er at stille de rigtige spørgsmål. Hos efectus er vores slogan "Vi giver dig råd – til tiden". Det signalerer vores stor interesse for spørgsmålet "Hvordan får du tid til det, du gerne vil, samtidig med at du udvikler dig, dine ansatte og din klinik på det personlige og forretningsmæssige plan, således at klinikken er klar til proaktivt at imødekomme de udfordringer der kommer fremover.

Et eksempel kunne være at en tandlæge og en klinikassistent arbejder med en procedure som de begge kender godt. Normalt skal tandlægen bruge både materiale A og B, men netop den dag vælges at bruge B. Hvis tandlægen derfor siger til klinikassistenten at der *kun* skal bruge B, er

der er en risiko for, at patienten oplever det "kun" som at der ikke bliver tilbudt det bedste. Hvis tandlægen derimod siger *jeg skal udelukkende have B*, er der en større sandsynlighed for at patienten oplever det som en neutralt valg mellem B og noget andet.

Et andet eksempel er brugen af ordet *desværre* i receptionen. Brugt korrekt er det omsorgsfuldt og virker som god service. Eksempelvis: *Nej jeg kan desværre ikke finde en tid til dig i dag, men hvad med i morgen tidlig.*

Hvis det bliver koblet på patientens kommentar om at det er blevet dyrt og receptionisten svarer: *Ja det er det desværre*, så giver det et helt andet signal. Her er der nemlig risiko for at patienten får en oplevelse af, at receptionisten selv synes at det er for dyrt - og den samme opfattelse kan blive delt af andre i venteværelset. I en sådan situation er det meget hensigtsmæssigt at være trænet i at svare f.eks: *Ja, lige her og nu er det mange penge, men samtidig er det en god investering.* Det svar ændrer ikke på prisen, men det kan give patienten to meget forskellige oplevelser.

Når *kommunikations makroer* er udarbejdet skal de trænes og det gøres bedst ved at øve to og to eller i mindre grupper. Ved hjælp af små rollespil, hvor parterne skiftes til at være patient eller ansat, øves den kommunikation, der er aftalt.

Vi er alle meget velformulerede i hovedet, men når situationen opstår, er det vigtigt at have trænet sine svar mundtligt. Det sikrer at alt relevant information kommer med i dialogen med patienten.

Målet med træningen er ikke at alle lærer en række sætninger udenad. Det vil altid virke utroværdigt. Målet er at alle lærer essensen af det, der skal kommunikeres og efterfølgende får det formuleret således at det passer til den enkeltes funktion og personlighed. I starten kan det virke akavet at træne, men gevinsten er en bedre patientkommunikation som giver bedre service og større patienttilfredshed. Kommunikation er et håndværk som skal trænes hver dag – og resultatet er til fordel for både patienterne og de ansatte i klinikken.