

## **Vermarktung Schritt für Schritt**

### **Psychologische Praxisanalyse für mehr Effizienz**

**Dr. Lea Höfel/Garmisch-Partenkirchen**

*Laser Journal 3/2010*

#### Literatur

Armstrong, J., Boardman A.E., Vining, A.R. (1999). Key steps in the strategic analysis of a dental practice. *Health Mark Q*, 16(4), 33-51.

Camphausen, R. (2007). *Strategisches Management: Planung, Entscheidung, Controlling*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.

Genovese, M.D. & Olivi, G. (2008). Laser in paediatric dentistry: patient acceptance of hard and soft tissue therapy. *Eur J Paediatr Dent*, 9(1), 13-7.

Kara, C. (2008). Evaluation of patient perceptions of frenectomy: a comparison of Nd:YAG laser and conventional techniques. *Photomed Laser Surg*, 26(2), 147-52.

Koch, R. (2008). *Das 80/20 Prinzip: Mehr Erfolg mit weniger Aufwand*. Frankfurt/Main: Campus Verlag.

McGuigan, P. J., & Eisner, A. B. (2006). Marketing the dental practice: eight steps toward success. *J Am Dent Assoc*, 137(10), 1426-1433.

O'Connor, J. & Seymour, J. (2008). *Neurolinguistisches Programmieren: Gelungene Kommunikation und persönliche Entfaltung*. Kirchzarten :VAK Verlags GmbH.

Wigdor, H. (1997). Patients' perception of lasers in dentistry. *Lasers Surg Med*, 20(1), 47-50.

Wintersteen, L. (1997). Marketing with a patient focus. *J Am Dent Assoc*, 128(12), 1657-1659.