



Whitepaper

Nulpraktijk starten in de mondzorg

Praktische tips voor tandartsen, orthodontisten en mondhygiënisten
die een mondzorgpraktijk willen starten

ABN AMRO Whitepaper Nulpraktijk starten in de mondzorg

Auteur

Arjan Wijnands, sectorspecialist Medisch

Disclaimer

Dit document is met zorg samengesteld om startende medisch ondernemers in de mondzorg verder te helpen. Je blijft zelf verantwoordelijk voor het opzetten van je praktijk. Raadpleeg voor advies je belastingadviseur of accountant. Je kunt geen rechten ontleen aan dit document.

Heb je vragen over deze whitepaper?
Ga naar abnamro.nl/contactmedici

Inhoudsopgave

Inleiding	4
1 Zo bereid je je het beste voor	5
1.1 Oriëntatie en onderzoek	6
1.2 Planning en praktijkinrichting	7
2 Starten met je praktijk	10
2.1 Je praktijk registreren	10
2.2 Praktijkvoering	11
2.3 ICT	12
3 Jouw praktijk nu en in de toekomst	13
3.1 Het belang van marketing	13
3.2 Je verzekeringen	17
3.3 Factoring en declareren in eigen beheer	18

Inleiding

Het starten van een nulpraktijk is in opkomst. Als je je goed voorbereidt en alle stappen uitvoert, hoeft dit niet moeilijk of ingewikkeld te zijn en biedt het je veel kansen. Zo kun je de praktijk naar eigen inzicht ‘from scratch’ opbouwen en organiseren; je kunt bijvoorbeeld je eigen team samenstellen. Bovendien hoef je geen goodwill te betalen voor de overname van een patiëntenbestand. Maar er zijn ook risico's. Hoe regel je de financiering? Waar ga je je vestigen? En hoe kom je aan patiënten?

In deze whitepaper bespreken we de belangrijkste fases van een praktijkstart. Denk aan de voorbereidingen, de start en de inrichting van de praktijk. We behandelen ook belangrijke zaken zoals ICT, verzekeringen en declaraties.

Wij helpen je stap voor stap. Met praktische tips en handige checklists.

“Het is geweldig om je eigen draai aan een praktijk te kunnen geven.”

Tandarts Mark van de Ven

1. Zo bereid je je het beste voor

1.1 Oriëntatie en onderzoek

Voordat je een nulpraktijk opzet, is het slim om marktonderzoek te doen. Maak een eerste aanzet voor een ondernemingsplan, bestudeer de marktvrage in het gewenste verzorgingsgebied, identificeer de potentiële doelgroepen en onderzoek de haalbaarheid van een nulpraktijk.

Stap 1: Stel een ondernemingsplan op

In een ondernemingsplan beschrijf je je doelen, visie en strategieën. Een goed plan geeft houvast. Het helpt je bij het maken van onderbouwde keuzes.

[Download ons gratis ondernemingsplan](#)

Stap 2: Maak een locatiescan

Met de gratis online locatiescan van de KVK en CBS check je of je praktijk potentie heeft in de wijk of in de plaats die je aangeeft. De locatiescan gebruikt recente cijfers van het KVK-Handelsregister en de CBS-databases. Niet elke branche heeft een gedetailleerde code. Voor mondzorgpraktijken zijn er maar 2 codes. Specifieke informatie over bijvoorbeeld orthodontisten en mondhygiënisten praktijken zijn niet beschikbaar.

[Vraag een gratis locatiescan op](#)

Stap 3: Ga op zoek naar een geschikte locatie

Een tandarts of mondhygiënist stelt andere eisen aan een locatie dan een orthodontist. Wat je echt belangrijk vindt, hangt sterk af van het type praktijk dat je wilt zijn. Heb je de locatie-eisen van je pand al op een rij gezet? Bepaal zelf wat voor jou prioriteit heeft.

- Zijn er nu en in de toekomst voldoende patiënten?
- Is de locatie goed bereikbaar?
- Is er voldoende personeel te vinden op de locatie voor mijn praktijk?
- Hoeveel mondzorgpraktijken zijn al gevestigd in de buurt van de locatie?

Tip: De locatiekeuze bepaalt je verzorgingsgebied. Is je praktijk in het centrum? Dan komen veel patiënten waarschijnlijk op de fiets. Zorg voor voldoende stallingsruimte voor (elektrische) fietsen en bakfietsen. [Check de gemiddelde fietstijd naar je praktijk](#)

“Het pand waar wij een tandartsenpraktijk willen beginnen ligt direct tegenover een Albert Heijn. Zo zal onze praktijk door de vele in- en uitloop van winkelend publiek snel opgemerkt worden.”

Stap 4: Check of het pand geschikt is als praktijkpand

Het kan vrij kostbaar zijn om een pand in te richten als mondzorgpraktijk. Sommige mondzorgverleners kiezen een pand omdat ze het pand en de locatie gewoon mooi vinden. Maar als dat pand niet geschikt is voor een mondzorgpraktijk, kost een verbouwing veel geld.

- Controleer of je een praktijk mag vestigen in het pand. Dit staat vaak onder 'kenmerken' bij de advertentie op de website van de makelaar of op www.fundainbusiness.nl.
- Ben je niet overtuigd? Bekijk dan ook [Regels op de kaart](#) voor je provincie of gemeente, of vraag het na bij je gemeente.

Stap 5: Informeer de Vereniging van Eigenaren (VVE)

- Vestig je je in een appartementencomplex of zorgplint? Geef dit door aan de VVE.
- Vraag de VVE of zij schriftelijk bevestigen dat er geen bezwaar is tegen een mondzorgpraktijk.
- Ga na wat de servicekosten zijn van het praktijkpand.
- Informeer naar de parkeermogelijkheden in en rondom het praktijkpand.
- Vraag het onderhoudsplan bij de VVE op. Dan weet je of er binnenkort grote werkzaamheden gepland zijn zoals schilderwerk of renovatie. Die kunnen je praktijkstart beïnvloeden.

Stap 6: Doe een concurrentieanalyse

Wie zijn je mogelijke concurrenten? Is er nog ruimte voor een extra mondzorgpraktijk in het verzorgingsgebied dat je op het oog hebt? Vanuit welke hoeken komt de concurrentie?

Een concurrentieanalyse is een goed hulpmiddel om vraag en aanbod in beeld te brengen.

Zoek op internet in het gekozen verzorgingsgebied. Gebruik onderstaande zoekwoorden als:

- Mondzorgpraktijk, Mondhygiëne, Mondhygiënistpraktijk, Mondhygiënist, Orthodontist of Orthodontistenpraktijk [naam van de stad/plaats]
- Tandarts, Mondhygiënist of Orthodontist [in de buurt]
- Mondzorg [naam van de stad/plaats]

Daarnaast kun je gebruikmaken van de volgende websites:

- www.zorgkaartnederland.nl
- www.vergelijkmondzorg.nl
- www.allesoverhetgebit.nl
- www.independ.nl
- www.orthodontist.nl
- www.mondhygienisten.nl

Raadpleeg meerdere bronnen als je weet waar je wilt starten. Dan kun je een weloverwogen beslissing nemen.

Stap 7: Doe een SWOT-analyse

Na je concurrentieanalyse kun je de inzichten gebruiken voor een SWOT-analyse. Hiermee krijg je een beknopt overzicht van je sterke en zwakke punten, je kansen en bedreigingen.

Met behulp van een aantal eenvoudig in te stellen parameters kun je inschatten hoeveel mensen waarschijnlijk patiënt zijn bij andere mondzorgverleners in je gekozen verzorgingsgebied. Zo krijg je een reëel beeld van de verhoudingen en kansen in je verzorgingsgebied.

Gebruik bijvoorbeeld de volgende parameters;

- Wie zijn je belangrijkste concurrenten en waar bevinden ze zich (geografisch in beeld gebracht)?
- Wat is de totale markt (aantal inwoners) van je verzorgingsgebied?
- Hoeveel behandelkamers hebben je concurrenten? Kun je inschatten of er ruimte is voor een extra mondzorgpraktijk?
- Wat is de gemiddelde leeftijd van je concurrenten? Misschien kun je op termijn samenwerken.
- Stoppen er tandartsen die de komende 1-3 jaar tandartsen geen opvolger vinden?
- Zijn er kleinere praktijken waarvan je een patiëntenbestand kunt overnemen?
- Zijn er praktijken met een bovengemiddeld patiëntenverloop?
- Zijn er nieuwbouwplannen in je verzorgingsgebied?
- Nemen praktijken in de omgeving nog nieuwe patiënten aan?
- Wat zijn de sterke en zwakke punten van je concurrenten?
- Hoe positioneren en profileren je concurrenten zich online en offline?
- Hoe beoordelen patiënten je concurrenten? Kijk voor reviews op bijvoorbeeld www.zorgkaartnederland.nl.
- Hoe onderscheidt jouw praktijk zich van je concurrenten?

Tip: Je kunt laten zien hoe groot de afstand is -in meters- van de praktijk van je concurrenten en jouw praktijk. Vergelijk ook het aantal tandartsen met de tandartsratio. Kijk voor de tandartsratio in het [brancherapport mondzorg](#). Voor orthodontisten en mondhygiënist zijn er op deze site geen cijfers bekend.

Voorbeeld van een SWOT-analyse

Praktijken	Review	Patiënten-stop	Aantal kamers	Eigenaar	Afstand tot nieuwe praktijk	Bijzonderheden
Mondzorgpraktijk 1	4.0	Ja	3	1 praktijkeigenaar	900 meter	Tandarts 65+
Mondzorgpraktijk 2	3.0	Ja	4	Groepspraktijk	1.500 meter	
Mondzorgpraktijk 3	3.8	Nee	6	Keten	2.000 meter	
Mondzorgpraktijk 4	4.1	Nee	2	1 praktijkeigenaar	1.300 meter	Vrijdag gesloten
Mondzorgpraktijk 4	2.9	Nee	1	Solist 1	2.000 meter	3 dagen geopend

1.2 Planning en praktijkinrichting

Voor een succesvolle start van een nulpraktijk is een zorgvuldige planning noodzakelijk. Waarmee moet je rekening houden en wie kan je daarbij helpen?

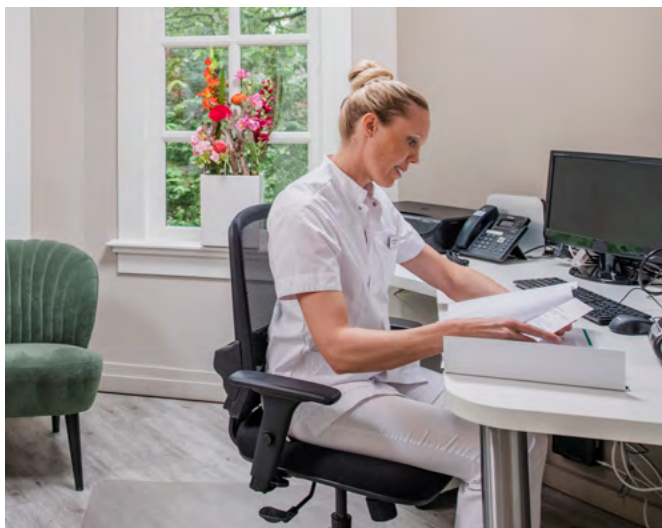
Stap 1: Maak een Programma van Eisen (PvE)

Als je hebt besloten om een nulpraktijk te starten, moet je een Programma van Eisen (PvE) opstellen. Met dit programma, samen met de bouwtekeningen en een technische tekening, bepaal je wat het eindresultaat moet zijn. Een Programma van Eisen beschrijft verschillende aspecten van de praktijk, zoals locatie, inrichting, apparatuur en benodigdheden.

Tip: In deze fase van praktijkplanning en -inrichting, is het verstandig om contact op te nemen met een dentaldepot¹ en/of een architectenbureau dat gespecialiseerd is in het ontwerpen en realiseren van mondzorgpraktijken. Maak gebruik van hun expertise en ervaring. Zij geven advies over de juiste apparatuur en benodigdheden voor je praktijk en houden rekening met je budget, de beschikbare ruimte en de behandelingsmogelijkheden. Ook handig als je hulp nodig hebt bij het plannen van de logistiek rondom het leveren en installeren van de apparatuur.

Tip: Vraag om een kostenraming (indicatieve offerte) zodat je weet wat ongeveer de kosten zijn en overleg daarna met je accountant.

- Teken nog geen koop- of huurovereenkomst voor het pand. Bespreek dit met je accountant en met ABN AMRO.
- Heb je (ver)bouwplannen? Vraag dan een [omgevingsvergunning](#) aan. Of kijk op de [Vergunningcheck Omgevingsloket](#) van de overheid en doe de vergunningencheck. Kijk op de website van de gemeente waar je je vestigt of je nog meer vergunningen nodig hebt.



Stap 2: Open een zakelijke bankrekening

Nadat je je hebt ingeschreven bij de Kamer van Koophandel (KvK), is het belangrijk dat je zo snel mogelijk een zakelijke bankrekening opent. Die heb je nodig voor de verschillende instanties waarmee je te maken krijgt bij het starten van je mondzorgpraktijk. Door direct een bankrekening te openen, voorkom je onnodige vertraging bij je praktijkstart.

Tip: Een zakelijke bankrekening geeft je praktijk een professioneel imago. Daarnaast kun je je privé- en zakelijke financiën duidelijk scheiden. Dit is essentieel voor een transparante boekhouding. Bij ABN AMRO kun je eenvoudig en snel een zakelijke rekening openen. Je kunt dit regelen via hun [website](#).

Stap 3: Bepaal je praktijkstructuur

Het creëren van een geschikte structuur (routing) is essentieel voor het succes van een (nul)praktijk.

- Richt je praktijkruimte zó in dat je een comfortabele en gastvrije omgeving kunt bieden aan je patiënten.
- Overweeg om moderne technologieën en apparatuur te integreren zodat je efficiënter kunt werken en je patiënten een betere ervaring kunt bieden.

Om een mondzorgpraktijk goed te laten functioneren, heb je vaak meerdere behandelkamers nodig. Voordat je deze kamers kunt inrichten, moet je de behandelkamers, sterilisatie en overige ruimtes in het pand laten aanpassen.

De behandelkamers moeten voorzien zijn van het benodigde leidingwerk, goede verlichting en luchtverversingssystemen. Een luchtverversingssysteem is belangrijk voor goede luchtkwaliteit en een fijne omgeving voor zowel patiënt als behandelaar. Ook de overige ruimtes hebben leidingwerk nodig, zoals de technische ruimte (voor afzuiging, compressor) en de sterilisatieruimte voor de apparatuur. Het leidingwerk moet voldoen aan de eisen voor zowel elektra en water.

Voor de röntgenruimte gelden andere specifieke voorschriften volgens de KEW ([Kernenergiewet](#)).

Stap 4: Onderzoek de beschikbare netwerkcapaciteit

Een mondzorgpraktijk gebruikt veel energie. Er is momenteel filevorming op het elektriciteitsnet, ook wel congestie genoemd. Dit gebeurt wanneer de vraag naar transportcapaciteit groter is dan de beschikbare capaciteit in het net. Congestie beperkt de hoeveelheid elektriciteit die aangesloten kan worden en heeft invloed op het elektriciteitsnet. Door congestie kan het voorkomen dat de netbeheerder

¹ Een dentaldepot is gespecialiseerd in het leveren van tandheelkundige apparatuur, instrumenten, verbruiksartikelen en andere benodigdheden voor mondzorgpraktijken.

niet de juiste hoeveelheid stroom kan leveren. Dit kan problemen veroorzaken voor je praktijk.

Raadplaag je netwerkbeheerder over de levertijd van krachtstroom.

Stap 5: Gebruik een goed softwarepakket

Bij het opstarten van een nieuwe praktijk verwerk je alle gegevens direct online. De volgende gegevens moet je bijhouden:

- Noteer welke apparaten en hand- en hoekstukken je hebt aangekocht, zodat je de garantietermijn kunt monitoren bij eventuele defecten. Na de garantieperiode kun je ook de reparaties bijhouden, inclusief storingen, rapportages en kosten.
- Je moet je KEW-dossier correct verwerken. In een KEW-dossier staan alle gegevens en voorschriften over het veilig gebruik van röntgenapparatuur volgens de Kernenergiewet. Je kunt dit dossier zelf uploaden in DentalRules of laten verwerken in het KEW-portaal door een van de partijen waarmee DentalRules samenwerkt.

[Wat is een KEW-dossier?](#)

- Je moet de Veiligheidsinformatie-bladen (VIB) in één overzicht beschikbaar hebben. Deze moeten in het Nederlands zijn geschreven. Voor elk product dat je in je praktijk gebruikt, moet een risicoanalyse zijn gemaakt. De VIB-bladen worden meestal aangeleverd door de leverancier waar je bestelt.

[Meer over VIB](#)

- Je moet alle tandheelkundige handelingen binnen de praktijk vastleggen in protocollen. Alle personeelsleden moeten deze protocollen elk jaar opnieuw lezen en aanpassen als dat nodig is.
- Je moet eventuele incidenten registreren en, indien nodig, melden aan de IGJ. Zo kun je interne processen verbeteren.
- Je moet datalekken registreren en, indien nodig, melden.
- Het is verstandig eventuele klachten van patiënten te registreren. Deze helpen je ook om je interne processen te verbeteren.
- Je moet het onderhoud aan apparaten en je dagelijkse taken bijhouden.
- Houd een goede administratie van je personeelszaken bij. Denk hierbij aan contracten, vakantie-uren, absentie-aanvragen, aanvragen van overuren, roostering, bijhouden van gesprekken, functioneringsgesprekken, cursussen, nascholing en titerbepaling.

Tip: ABN AMRO heeft veel ervaring met het begeleiden van mondzorgprofessionals die een nulpraktijk willen beginnen. Daarom vragen veel zorgondernemers die een nulpraktijk willen starten om informatie, tips, advies of een financiering.

[Maak een afspraak met een adviseur](#)

Stap 6: Overleg met een accountant

Het is verstandig om, naast met ABN AMRO, ook te overleggen met een gespecialiseerde adviseur of accountant die bekend is met de financiering van het starten van een nulpraktijk. Deze kan je helpen bij de voorbereiding van een financieringsaanvraag voor de start van je praktijk. Zijn of haar rol kan variëren, afhankelijk van wat nodig is voor jouw praktijk en wat je zelf wilt. Werk samen met iemand die ervaring heeft in de tandheelkundige branche en met wie je een goede klik hebt.

“Kom gerust met ons praten over je plannen. Bespaar tijd en maak gebruik van onze kennis en ervaring in de markt. We helpen je graag om je plannen te realiseren.”

Sectorspecialist Mondzorg [Arjan Wijnands](#)

Stap 7: Stel een gedetailleerd financieel plan op

Een goed uitgewerkt [financieel plan](#) is essentieel bij het aanvragen van een financiering.

- Maak realistische schattingen van de verwachte inkomsten en uitgaven, identificeer mogelijke risico's en beoordeel de financiële levensvatbaarheid van je praktijk op de lange termijn.
- Stel financiële prognoses op, zoals een exploitatie- en liquiditeitsoverzicht, voor je mondzorgpraktijk. Deze prognoses laten zien hoe je praktijk zich naar verwachting zal ontwikkelen en welke financiële resultaten we kunnen verwachten. Realistische en goed onderbouwde prognoses vergroten je kansen om financiering te verkrijgen.

[Wat is een exploitatiebegroting?](#)

[Wat is een liquiditeitsbegroting?](#)

- Laat je adviseren over verschillende financieringsopties. Wat zijn de voor- en nadelen van verschillende financieringsbronnen zoals lease, bancaire financiering en eigen middelen? Een accountant kan je begeleiden bij het nemen van weloverwogen beslissingen. Daarnaast kunnen zij je adviseren over de juiste juridische structuur (eenmanszaak, maatschap of bv) voor de start van je praktijk.

[Welke ondernemingsvorm kies je?](#)

Voorbeeldstukken voor een financieringsaanvraag bij ABN AMRO:

- Investeringsbehoefte & Financieringsbehoefte
- Openings- en prognose balansen
- Exploitatieoverzicht
- Liquiditeitsprognose
- Schriftelijke onderbouwing en toelichting financieringsaanvraag
- Aangifte inkomstenbelasting (inclusief partner)
- Inzage in hypotheek of huurcontract eigen woning

Tips voor uw financieringsaanvraag

Lever niet alleen cijfers aan maar vraag ook om een toelichting. Vraag om een onderbouwing van de omzet, opbouw patiëntenbestand en specifieke kosten. Dit vergemakkelijkt de aanvraag.

In deze fase is het handig om je accountant alvast contact op te laten nemen met ABN AMRO om de haalbaarheid en financiële constructie te bespreken.

Maak een gedetailleerde liquiditeitsprognose van minimaal 2 jaar. Dit geeft een goed overzicht van je verwachte inkomsten en uitgaven.

Maak een overzicht van het patiëntenverloop per maand. Hoeveel nieuwe patiënten werf je per maand? Zo houd je overzicht en weet je of acties bijdragen aan de groei van je praktijk.

“Of het nu gaat om de aanschaf van een auto of behandelapparatuur voor de praktijk, ABN AMRO denkt altijd even prettig en behulpzaam mee.”

Maurice Pfeil, tandarts, implantoloog en mede-eigenaar van een [mondzorgkliniek](#)

2. Starten met je praktijk

2.1 Je praktijk registreren

Als zelfstandig zorgprofessional ben je ondernemer, en bij een ondernemer hoort een rechtsvorm. De meest relevante rechtsvormen voor startende mondzorgpraktijken zijn de eenmanszaak of de maatschap, wanneer je samen met iemand de praktijk gaat uitoefenen.

[Rechtsvorm kiezen](#)

Stap 1: Schrijf je praktijk in

Schrijf je praktijk in bij de Kamer van Koophandel (KVK) of wijzig je bestaande inschrijving en voeg je nieuwe praktijk toe. Alle ondernemingen en rechtspersonen in Nederland, waaronder zelfstandig werkende mondzorgprofessionals, moeten zich inschrijven in het Handelsregister. Dat doe je bij de Kamer van Koophandel. Voor het registreren van een praktijk kun je online een afspraak maken bij de KVK.

[Maak een afspraak bij de KVK](#)

Stap 2: Schrijf je in bij het CIBG

Als je een eigen praktijk start, ben je verplicht dit te melden bij het CIBG en word je ingeschreven in het Landelijk Register Zorgaanbieders (LRZa). Als je voor 1 januari 2022 al als zzp'er ingeschreven was bij de Kamer van Koophandel, ben je automatisch ingeschreven in het LRZa.

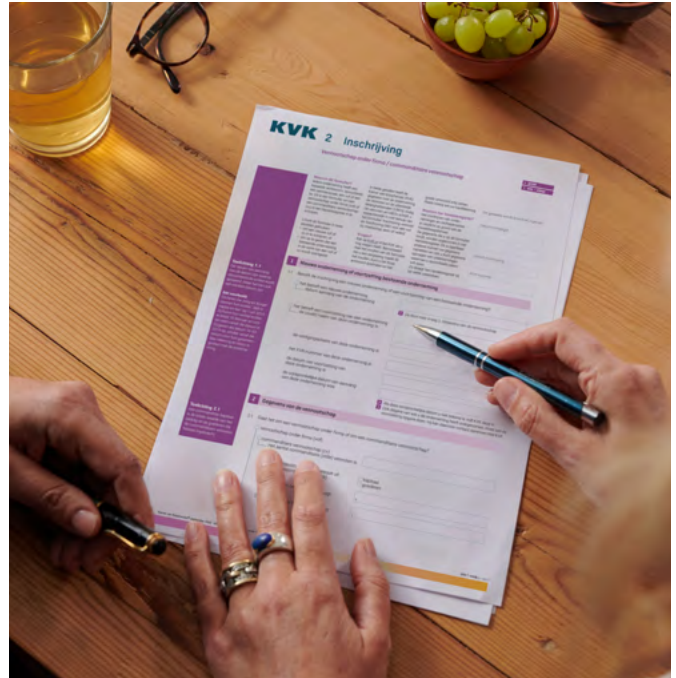
[Landelijk Register Zorgaanbieders](#)

Tip: Een zakelijke bankrekening geeft je praktijk een professioneel imago. Daarnaast kun je je privé- en zakelijke financiën duidelijk scheiden. Dit is essentieel voor een transparante boekhouding. Bij ABN AMRO kun je eenvoudig en snel een zakelijke rekening openen. Je kunt dit regelen via hun [website](#).

Stap 3: Open een zakelijke bankrekening

Nadat je je hebt ingeschreven bij de Kamer van Koophandel (KvK), is het belangrijk dat je zo snel mogelijk een zakelijke bankrekening opent. Die heb je nodig voor de verschillende instanties waarmee je te maken krijgt bij het starten van je mondzorgpraktijk. Door direct een bankrekening te openen, voorkom je onnodige vertraging bij je praktijkstart.

Tip: Werken er meer dan 10 zorgverleners in de praktijk? Dan moet je een vergunning aanvragen voordat je met de zorgverlening kunt beginnen. Begin op tijd met de registraties.



Stap 4: Zorg voor een AGB-code en meld je bij VECOZO

Bij de start van een eigen praktijk heb je zowel een persoonlijke AGB-code als een praktijkcode voor de onderneming nodig. Alleen dan kun je geleverde zorg declareren.

- AGB-codes vraag je aan bij [Vektis](#). Houd rekening met een verwerkingstijd tot 6 weken, vooral in combinatie met andere registraties en het verlenen van een vergunning.
- Meld je aan bij [VECOZO](#). Dit is het landelijke communicatieplatform waar ketenpartijen administratieve gegevens uitwisselen.

Stap 5: Registreer röntgenapparatuur en vergunningen

Op de site van de KNMT vind je informatie over de richtlijn tandheelkundige radiologie. Daarnaast krijg je toegang tot een webinar over dit onderwerp. Op de KNMT-website vind je ook informatie en links voor het registreren van je röntgenapparatuur en het aanvragen van vergunningen. Je kunt een registratie of vergunning aanvragen via het ANVS-loket. Dien deze aanvragen tijdig in om aan alle wettelijke eisen te voldoen en eventuele vertragingen te voorkomen.

Ga naar www.anvs.nl en [Factsheet registratie en vergunning van toestellen voor tandartsen](#).

2.2 Praktijkvoering

In de moderne tandheelkunde is flexibiliteit belangrijk. Blijf je, naast het opstarten van je nieuwe praktijk, nog enkele dagen werkzaam als zzp'er of in loondienst bij je huidige opdrachtgever of werkgever? Zorg ervoor dat je contracten en overeenkomsten geen belemmering vormen voor deze situatie.

[Parttime ondernemen in de zorg](#)

Stap 1: Zorg dat je bereikbaar bent

- Maak een plan voor agendabeheer en voor een soepele overgang wanneer je je eigen praktijk verder uitbreidt. Moderne technologieën, zoals online afspraken maken en digitale communicatiekanalen, kunnen je helpen om je praktijk efficiënt te beheren, zelfs als je op verschillende locaties werkt.
- Blijf bereikbaar voor spoeddiensten. Zorg dat er altijd een assistent aanwezig is in de praktijk, ook als je er niet bent. Zo kunnen patiënten zich alvast inschrijven en lijkt de praktijk al geopend.
- Houd de praktijk toegankelijk. Laat de lichten branden tijdens regulieren openingstijden, ook als je er niet bent maar je assistent wel.
- Overweeg een telefoondienst. Werk eventueel met een telefoondienst die gespecialiseerd is in het maken van afspraken voor mondzorgverleners. Zij kunnen telefoontjes aannemen, afspraken inplannen, je agenda beheren en herinneringen versturen.

“Het vinden en aannemen van nieuw personeel in de mondzorg is op dit moment een van de grootste problemen”.

[Elsbeth Nijhoff van Dentiva over personeel binden en boeien](#)

Stap 2: Stel je team samen

Het samenstellen van je team is een cruciale stap bij het opzetten van een nieuwe praktijk en vereist zorgvuldige planning. Besteed aandacht aan de onderstaande aspecten bij het aannemen van personeel. Stel een deskundig team van mondzorgprofessionals samen dat de basis vormt voor een succesvolle praktijk.

- Als je een patiëntenbestand overneemt, moet je ook de medewerkers overnemen. Begin je met 0 patiënten? Dan is het prettig als je assistent een ‘alleskunner’ is. Het liefst iemand die je ook kan helpen met protocollen en receptiewerk. Als je praktijk groeit, heb je meer ruimte om receptionistes of preventie-assistentes aan te nemen.
- Overweeg een uitgebreid aanbod van diensten en expertise. Je kunt gespecialiseerde teamleden voor een paar dagen per week aannemen voor bijvoorbeeld algemene tandheelkunde, orthodontie, preventie, implantologie, kindertandheelkunde, etc.
- Laat je teamleden qua vaardigheden elkaar aanvullen. Een goed gebalanceerd team kan beter inspelen op diverse patiëntbehoeften. Besteed aandacht aan de dynamiek tussen teamleden. Een harmonieuze en samenwerkende sfeer is essentieel voor een succesvolle praktijk. Een goed team is complementair in persoonlijkheden en vaardigheden en heeft een sterke gemeenschappelijke visie en drive. Dan ontstaat er begrip voor elkaars verschillen. Dit kan bijvoorbeeld met een DISC-training².
- Kies teamleden die zich kunnen identificeren met de visie en missie van je mondzorgpraktijk op de lange termijn. Bijvoorbeeld teamleden die cultureel sensitief zijn, respectvol omgaan met patiënten met verschillende achtergronden en verschillende talen spreken. Investeer in opleiding en bijscholing, want je teamleden moeten zich blijven ontwikkelen.
- Definieer duidelijke functieomschrijvingen en verantwoordelijkheden voor elke positie. Dit voorkomt verwarring en miscommunicatie en zorgt ervoor dat werknemers weten wat er van hen wordt verwacht.
- Zorg voor duidelijke en juridisch bindende arbeidscontracten die de rechten en verplichtingen van zowel werkgever als werknemer vastleggen. Knippen en plakken uit oude contracten kunnen ongewenste juridische verrassingen opleveren als er een conflict speelt.

Tip: Je voorkomt dure verrassingen in de toekomst als je je arbeidsovereenkomsten eenvoudig maakt via een [handige toolsite](#). De voormalige Arbeidsvoorwaarden-regeling van de KNMT is per oktober 2022 vervallen.

² Een DISC training helpt je om jezelf en anderen beter te begrijpen. DISC is een tool die wordt gebruikt om persoonlijkheden te analyseren en maakt onderscheid tussen vier gedragsstijlen. Het biedt inzicht in jezelf en jouw teamleden. Het is een begrijpelijk en praktisch model voor optimale samenwerking, effectieve communicatie en sales. DISC bevordert het zelforganiserend vermogen van teams.

Stap 3: Informeer je patiënten

Een belangrijk onderdeel van een nulpraktijk is het verzorgen van educatie en voorlichting aan je patiënten.

- Ontwikkel informatiemateriaal. Maak brochures en andere materialen om je patiënten bewust te maken van het belang van preventieve zorg.
- Organiseer workshops. Moedig patiënten aan om gezonde mondhygiëne-gewoonten te ontwikkelen en regelmatig terug te komen voor controles.

Stap 4: Werk samen met andere professionals

Wil je preventieve tandheelkunde aanbieden? Overweeg dan samen te werken met andere gezondheidsprofessionals, zoals een diëtist, (kaak) fysiotherapeut en logopedist. Deze samenwerking helpt je om een holistische aanpak te bevorderen en een breder scala aan diensten aan te bieden.

2.3 ICT

Stel je voor dat je wachtkamer vol zit met patiënten, maar je geen idee hebt wie voor welke behandeling komt en hoe laat, omdat je computer het niet doet. Dit horrorscenario wil je natuurlijk voorkomen. Daarom is het belangrijk om de ICT in je praktijk op een goede en stabiele manier te organiseren.

ICT is een belangrijke pijler van een mondzorgpraktijk voor het vastleggen van behandelingen, plannen van afspraken en declaraties. Ook je digitale beeldvorming en diagnostiek leunen sterk op ICT.

Stap 1: Ga in gesprek met leveranciers

Bij het starten van een praktijk zijn er op ICT-gebied genoeg keuzes te maken. Wat zijn nu de juiste keuzes? Ga het gesprek aan met leveranciers om zelf ook kennis op te doen. Zo kun je de juiste afweging maken om een efficiënt en betrouwbaar ICT-systeem neer te zetten.

- Begin op tijd met gesprekken om te weten te komen hoe je de ICT kunt organiseren. Wat zijn de kosten? Vraag tips om valkuilen te voorkomen.
- Maak gebruik van expertise van een ICT-dienstverlener met specifieke kennis van de dentale markt. Een lokale leverancier is handig want de lijntjes zijn dan vaker net iets korter. Ook handig als je snel iemand nodig hebt omdat er een computer kapot is.
- Maak voor jezelf alvast een shortlist met het patiëntenadministratie-pakket en de röntgen-software waarmee je wilt werken. Dan heb je een goede basis in je gesprekken met een potentiële ICT-leverancier.

- Vraag offertes op bij verschillende leveranciers en onderzoek nauwkeurig welke apparatuur en software het beste aan je behoeften voldoen. Houd ook rekening met eventuele aanvullende kosten, zoals installatie, training en onderhoud.
- Ga je verbouwen? Koppel je ICT-leverancier aan je aannemer. Dan worden de aansluitpunten voor de ICT op de juiste plek bevestigd en lopen de kabels voor de apparatuur netjes in de muur. Een strak ingerichte kamer zonder losse kabeltjes ziet er niet alleen mooi uit; het zorgt ook voor minder storingen en is een stuk hygiënischer.

Stap 2: Investeer in slimme ICT-oplossingen

Slimme ICT-oplossingen helpen je met efficiënte praktijkvoering en een hoge patiënttevredenheid.

- Overweeg een aanmeldscherm voor patiënten bij binnenkomst. Dit scheelt een handeling van een baliemedewerker die net telefonisch in gesprek is.
- Met een koppeling tussen telefoon en je patiëntenadministratie hoef je niet steeds de geboortedatum op te vragen maar zie je direct de patiëntgegevens.
- Kies voor een applicatie die efficiënt begrotingen kan maken en controleert of de patiënt nog recht heeft op een vergoeding vanuit de verzekering.

Stap 3: Ga zorgvuldig om met patiëntgegevens en documentatie

- Wees voorbereid op de komst van NIS2. Vraag ook aan je leveranciers of ze op tijd NIS2-proef zijn. De wet- en regelgeving over privacygevoelige informatie verandert snel. Meer over de [NIS2-richtlijnen](#)
- Let erop dat uw leveranciers en subverwerkers de privacygevoelige informatie binnen de EU houden.
- Zorg dat de documentatie van je mondzorgpraktijk op orde is. Gebruik een mondzorgpraktijk management platform om de noodzakelijke dossiers en documenten bij te houden.
- Implementeer een elektronisch patiëntendossier (zoals Exquise, Simplex, Novadent, Oase Dental, Netpoint, ByteGear) om patiëntgegevens efficiënt te beheren en toegankelijk te maken. Gebruik digitale communicatiekanalen om met je patiënten te communiceren en hen te betrekken bij hun eigen mondgezondheid.

Door alle stappen te volgen, zorg je ervoor dat je praktijk efficiënt werkt en voldoet aan de nieuwste wet- en regelgeving.

3. Jouw praktijk nu en in de toekomst

3.1 Het belang van marketing

Een mondzorgpraktijk heeft patiënten nodig om de praktijkruimte, apparatuur en personeel te kunnen betalen. Als je nieuwe patiënten wilt aantrekken, moet je aandacht besteden aan de marketing van je praktijk. Welke marketingmiddelen heb je nodig en hoe bereken je de kosten?

Stap 1: Bepaal je marketingbehoefte

De locatie van je praktijk is in grote mate bepalend voor je concurrentie en marketingbehoefte. Denk aan het volgende:

- Open je een praktijk op een locatie waar je de enige bent in een kleine gemeenschap? Dan is de noodzaak voor uitgebreide marketinginspanningen niet zo groot als in een stedelijk gebied met veel concurrenten die zelf ook gebruikmaken van marketingbureaus.
- Neem je een bestaande praktijk over of begin je een volledig nieuwe praktijk? Bij een nieuwe praktijk hangt het succes vaak samen met de kwaliteit van de marketinginspanningen. Succesvolle praktijken in steden als Rotterdam en Amsterdam zijn in sommige gevallen voor meer dan 95% afhankelijk van hun marketing voor het aantrekken, in standhouden en uitbreiden van nieuwe patiënten.

Stap 2: Maak je praktijk online vindbaar

In het huidige digitale tijdperk lopen potentiële patiënten zelden spontaan een praktijk binnen zonder voorafgaand onderzoek te doen op zoekmachines zoals Google. Vaak vergelijken ze meerdere praktijken met elkaar en beoordelen ze via advertenties op sociale mediaplatforms. Belangrijke factoren die hierbij een rol spelen zijn de uitstraling van de praktijk, de gebruiksvriendelijkheid van de website, de reviews en de aangeboden behandelingen.

De effectiviteit van de website, de praktijkpresentatie en het marketingconcept spelen een cruciale rol bij de online vindbaarheid en het overtuigen van de patiënt. Hier zijn enkele stappen om dit te bereiken:

- Is je website makkelijk navigeerbaar? Patiënten moeten eenvoudig kunnen vinden wat ze zoeken. De uitstraling van de website moet professioneel

en uitnodigend zijn. Gebruik hoogwaardige afbeeldingen en een overzichtelijke indeling. Bied duidelijke en gedetailleerde informatie over de behandelingen die je aanbiedt. Dit helpt potentiële patiënten om een weloverwogen keuze te maken.

- Optimaliseer je website voor zoekmachines zoals Google. Dit vergroot de kans dat je praktijk bovenaan de zoekresultaten verschijnt wanneer potentiële patiënten zoeken naar tandheelkundige diensten. Zorg dat je praktijk goed vindbaar is in lokale zoekopdrachten. Voeg je praktijk toe aan Google My Business en zorg voor een up-to-date profiel.
- Gebruik platforms zoals Facebook, Instagram en LinkedIn om je praktijk te promoten. Post regelmatig updates, tips en informatie over behandelingen. Maak gebruik van Google Ads en social media-advertenties om gericht nieuwe patiënten aan te trekken. Zorg dat je advertenties aantrekkelijk en relevant zijn.
- Vraag tevreden patiënten om reviews achter te laten op je website of op platforms zoals Google Reviews. Positieve reviews kunnen nieuwe patiënten overtuigen om voor jouw praktijk te kiezen. Plaats getuigenissen van tevreden patiënten op je website. Dit kan potentiële patiënten helpen om een goed beeld te krijgen van de kwaliteit van je diensten.
- Zorg dat het inschrijfformulier op je website makkelijk te vinden en in te vullen is. Dit moedigt bezoekers aan om zich direct aan te melden. Gebruik duidelijke en aantrekkelijke hyperlinks op je website om bezoekers te motiveren om actie te ondernemen, zoals het maken van een afspraak of het invullen van het inschrijfformulier.

Stap 3: Bepaal je onderscheidend vermogen en waardepropositie

Wat onderscheidt jouw praktijk van de concurrentie en welke meerwaarde heeft dit voor de patiënt? Anders gezegd: wat is het onderscheidend vermogen van jouw waardepropositie? Om impactvol te kunnen communiceren, is het slim om datgene te belichten dat uniek is en tegelijkertijd van waarde is voor potentiële klanten.

Schakel een marketingbureau in om je te helpen met het bepalen van het onderscheidend vermogen van



je praktijk. Deze kun je integreren in je website en marketingcampagnes. Gebruik de volgende lijst om je te oriënteren:

Op praktijkniveau

- Met wie concurrer je? Identificeer je directe concurrenten en analyseer hun sterke en zwakke punten.
- Wat is de algehele waardepropositie van je praktijk? Formuleer wat jouw praktijk uniek maakt en welke voordelen dit biedt aan de patiënt.
- In hoeverre onderscheid je je in de markt? Bepaal je unieke positie ten opzichte van andere praktijken.
- Wat wil je uitstralen? Denk na over de visuele en emotionele uitstraling van je praktijk.
- Welk gevoel wil je creëren bij je patiënten? Overweeg hoe je patiënten zich moeten voelen als ze jouw praktijk bezoeken.
- Wat wil je inhoudelijk communiceren? Bepaal de kernboodschappen die je wilt overbrengen aan je patiënten.

Op dienstenniveau

- Welke combinatie van onderscheidende diensten bied je aan? Overweeg welke diensten jouw praktijk uniek maken.
- Welke diensten bied je aan die andere praktijken mogelijk niet bieden? Identificeer eventuele unieke behandelingen of specialisaties.
- Hoe onderscheid je je per dienst? Bepaal hoe elke dienst die je aanbiedt uniek is ten opzichte van de concurrentie.
- In hoeverre is jouw service uniek? Overweeg welke aspecten van je dienstverlening onderscheidend en van toegevoegde waarde zijn.
- Wat is je waardepropositie per dienst of dienstgroep? Formuleer de specifieke voordelen en unieke kenmerken van elke dienst.

Op doelgroepenniveau

- Op wie richt je je met je praktijk?
- Welke doelgroepen bedienen je?
- Hoe sluiten je diensten aan per doelgroep?
- Wat wil je je doelgroepen vertellen?
- Wat is je waardepropositie per doelgroep?

Stap 4: Bereken je marketingmiddelen

Aan de hand van je marketingbehoefte en capaciteit kun je bepalen hoeveel patiënten je uit de marketing moet halen. Houd hierbij rekening met de totale relatieduur tussen de praktijk en de patiënt (customer life cycle) en de totale waarde van de relatie (customer life cycle value).

De customer life cycle kan verschillen per patiënt of dienst. Een reguliere patiënt bezoekt bijvoorbeeld 2 tot 3 keer per jaar de mondhygiënist. Bezoekt die daarnaast ook de tandarts en is er sprake van een gecompliceerder klachtenbeeld met een bijbehorend behandeltraject? Dan verandert deze customer life cycle.

- Breng goed in kaart op welke doelgroepen je je richt en welke behandeltrajecten je aanbiedt. Hoeveel geeft een patiënt gemiddeld uit tijdens de eerste behandeling, het eerste jaar, over een periode van 3 jaar en wanneer moet de investering zijn terugverdiend. Hoelang blijft een patiënt gemiddeld klant? Kijk ook naar het aantal behandelingen dat een patiënt afneemt.
- Wat is het ambitieniveau van de praktijk? Wil je de maximale capaciteit van de praktijk benutten of hooguit op 80%? Bepaal bij welk percentage van de geleverde capaciteit de praktijk winstgevend is.
- Dat kan soms al bij de inzet van 50% capaciteit.
- Wil je in de toekomst uitbreiden? Kun je de capaciteit nog verder verhogen door personeel aan te trekken? Kun je meer diensten aanbieden en daarmee ook andere patiëntgroepen aantrekken?

Aan de hand van de customer life time cyclus kun je een inschatting maken van de customer value: wat mogen de kosten zijn per nieuw geworven patiënt en wat is de terugverdientijd? Houd ook rekening met zaken als marge en het extra volume dat je mogelijk kunt halen als je een hoger bedrag kunt uitgeven per nieuw te werven patiënt.

Als je weet hoeveel patiënten je gemiddeld moet aantrekken en wat de verwachte customer life time cycle value (CLTV) van de gemiddelde patiënt is, kun je bepalen hoeveel patiënten je (minimaal) nodig hebt om het gestelde ambitieniveau te behalen. Daarnaast helpt het berekenen van de acquisitiekosten per nieuwe patiënt om je marketingbudget effectief te beheren. Zo zorg je ervoor dat je praktijk niet alleen break-even draait, maar ook winstgevend is op de lange termijn.

Stap 5: Optimaliseer het marketingproces

Om je praktijk succesvol te laten groeien, moet je je marketingactiviteiten doorlopend uitvoeren. Dit omvat zowel eenmalige projectmatige werkzaamheden als procesmatige werkzaamheden die continu plaatsvinden.

Het marketinglandschap is dynamisch en verandert voortdurend. Een goed doordachte strategie is van belang, maar je moet ook continu inspelen op veranderingen en een gedegen en doorlopende campagnemanagementstrategie voeren.

- Ga data-gedreven te werk en maak gebruik van de verschillende tools die hiervoor beschikbaar zijn. Programma's zoals Google Analytics kunnen, mits goed ingericht, enorm veel data genereren. Ook de advertentieprogramma's van bijvoorbeeld Google en Meta (Facebook en Instagram) omvatten honderden meetpunten. Een kwalitatief marketingbureau weet hoe zij deze data moet interpreteren en hoe zij hier waardevolle inzichten uit kunnen ontlenen. Het doel is om de return on investment uit de marketinginspanningen continu te optimaliseren en het aantal patiënten dat maandelijks wordt geworven, te verhogen.
- Houd het aantal nieuwe patiënten per maand bij en vraag altijd hoe zij bij je terecht zijn gekomen. Sommige marketingpartijen kunnen helpen bij het inzichtelijk maken van deze data en deze interne data onderbrengen in een BI-visualisatietool. Met een Business Intelligence-tool kun je je bedrijfsinformatie op een interactieve manier via een dashboard visualiseren.

Stap 6: Selecteer een marketingpartij

Als je de ambitie hebt om door te groeien, wordt je succes in grote mate bepaald door de marketingpartij waarmee je samenwerkt. Dit maakt je als ondernemer kwetsbaar. Je hebt immers veel kennis en kunde over je vak en je bent een gepassioneerd ondernemer die

hoogwaardige diensten wil realiseren. Ook al ben je zelf geen marketeer of marketingbureau: je bent er wel van afhankelijk.

Bij het selecteren van een marketingbureau is een goede relatie van groot belang, juist omdat een marketingbureau een hoge mate van kennis over je praktijk en praktijkvoering nodig heeft om deze succesvol te kunnen vermarkten. Hiernaast zijn ook de ervaring, kennis en expertise van het bureau belangrijke aspecten tijdens het selectieproces.

Tips voor het selecteren van een marketingbureau:

- Hoe ziet de portfolio eruit binnen de mondzorgbranche?
- Bekijk de websites die zij gemaakt hebben voor praktijken.
- Met welke ondernemers in de mondzorg werken zij samen, wat is hun reputatie en hoe ervaren zij de samenwerking?
- Wat zijn de aantoonbare resultaten op het vlak van patiëntwerving?
- Hoe staat de marketingpartij bekend in de markt? Vraag dit na bij anderen.

Stap 7: Selecteer de marketingmiddelen

Je kunt al voor de opening van je praktijk beginnen met online en offline marketingactiviteiten. Hier zijn enkele praktische tips om een buzz te creëren en potentiële patiënten op de hoogte te brengen:

- Plaats een poster op het pand waarop je aangeeft dat je daar een praktijk gaat vestigen en wat je te bieden hebt. Zorg voor een opvallend en aantrekkelijk ontwerp dat de aandacht trekt van voorbijgangers. Ontwikkel mooie, state-of-the-art flyers en laat deze bezorgen bij de 2.500 meest dichtgelegen adressen. Leg ook stapeltjes flyers neer bij winkels en horecazaken in de buurt.
- Laat via social media ook in je eigen netwerk weten dat je een praktijk gaat beginnen. Post regelmatig updates, foto's en video's over de voortgang en unieke aspecten van je praktijk.
- Betrek in een vroeg stadium een marketingpartij bij je plannen zodat zij kunnen meedenken over je concept en strategie. Begin maanden voor de opening met het ontwikkelen van een website en campagnes die direct na de opening live kunnen gaan.
- Ga je een praktijk verbouwen? Laat dit weten aan potentiële patiënten. Voorzie de ramen van stickermateriaal met teksten zoals "Hier opent binnenkort mondzorgpraktijk X" en verwijst direct naar je website. Geef aan dat je nieuwe patiënten aanneemt. Plaats een filmpje op je website waarin je de voortgang van de (ver)bouwing laat zien. Dit kan interesse wekken bij potentiële patiënten en hen een voorproefje geven van hoe de praktijk

eruit komt te zien. Informeer je huidige patiënten tijdig over de verhuizing. Gebruik hiervoor e-mails, brieven, en berichten op social media. Geef duidelijke informatie over de nieuwe locatie, openingsdatum en eventuele veranderingen in de dienstverlening.

Tips voor succesvolle praktijkverhuizing:

Ontwikkel een effectieve marketingstrategie om je nulpraktijk onder de aandacht te brengen van potentiële patiënten. Identificeer je unieke verkoopargumenten en communiceer deze via verschillende kanalen, zoals je website, sociale media en lokale gemeenschapsnetwerken. Benadruk de voordelen van zorg en spreek potentiële patiënten aan.

Kortom, bepaal de unieke verkooppropositie (USP) van je mondzorgpraktijk. Wat onderscheidt jouw praktijk van andere praktijken? Denk aan specialisaties, geavanceerde technologie, persoonlijke benadering, of servicegerichtheid.

- Bouw een professionele en gebruiksvriendelijke website. Deze website moet informatie bevatten over de diensten, het team, openingstijden en contactgegevens. Optimaliseer je website voor zoekmachines om beter vindbaar te zijn in online zoekopdrachten. Registreer je mondzorgpraktijk bij lokale online bedrijvengidsen zoals Google My Business om je zichtbaarheid te vergroten.
- Moedig tevreden patiënten aan om online reviews achter te laten op platforms zoals Google Reviews en Facebook. Reageer professioneel op zowel positieve als negatieve reviews en los eventuele zorgen op die worden geuit.
- Gebruik sociale media platforms zoals Facebook en Instagram om je praktijk te promoten. Deel gezondheidsinformatie, updates over je praktijk en interacteer met potentiële patiënten. Gebruik visuele content zoals foto's en video's om de betrokkenheid te vergroten. Pas je berichten aan op basis van je doelgroep en gebruik relevante hashtags en locatie-tags.
- Raak actief betrokken bij de lokale gemeenschap. Sponsor lokale evenementen en geef voorlichting op scholen. Werk samen met andere lokale bedrijven om je zichtbaarheid te vergroten. Moedig mond-tot-mondreclame aan door uitstekende service te bieden en patiënten te vragen je praktijk aan te bevelen.
- Informeer je patiënten over hoe ze je praktijk kunnen bereiken. Zorg voor duidelijke informatie over je locatie, telefoonnummer, website en e-mailadres. Registreer je praktijk op online en offline adresgidsen zoals www.vergelijkmondzorg.nl en www.allesoverhetgebit.nl.

Tip: Bij het opzetten van je mondzorgpraktijk is het belangrijk om te weten welke vergunningen en ontheffingen je nodig hebt. Soms is een omgevingsvergunning niet nodig, maar wel een andere vergunning of ontheffing. Neem contact op met de gemeente als je reclame aan de gevel laat maken of de ramen gaat bestikkeren. Kijk op [Omgevingsloket](#) online of je voor andere activiteiten een omgevingsvergunning nodig hebt. Lees ons artikel over [vergunningen die nodig zijn bij de start van een bedrijf](#).

Tip: Een QR-code op de bestikking van de ramen van je tandartspraktijk kan een effectieve manier zijn om toekomstige patiënten gemakkelijk toegang te geven tot relevante informatie. Bijvoorbeeld een QR-code die linkt naar je online-afsprakensysteem voor een eerste intake. Patiënten kunnen de code scannen en direct een afspraak maken zonder dat ze naar de website te navigeren. Zorg ervoor dat de QR-code groot genoeg is en duidelijk zichtbaar op de bestikking op de ramen van je tandartspraktijk. Plaats de codes op ooghoogte, zodat mensen ze gemakkelijk kunnen scannen.

Stap 8: Breng je praktijk onder de aandacht

Door optimaal gebruik te maken van de media, vergroot je de kans op maximale aandacht en zorg je direct voor aanwas van nieuwe patiënten.

Hier zijn enkele tips om een feestelijke opening van je mondzorgpraktijk te organiseren en maximale aandacht van de media en het verzorgingsgebied te krijgen.

- Stel een gedetailleerd evenementenplan op. Bepaal de datum en locatie van de opening. Zorg ervoor dat de locatie goed bereikbaar is en voldoende parkeergelegenheid biedt. Houd rekening met je budget: hoeveel wil je besteden aan de opening?
- Stuur een persbericht aan lokale kranten en nodig de lokale pers uit voor de opening. Verstrek alle benodigde informatie en bied de mogelijkheid om vragen te stellen.
- Maak gebruik van sociale media om je praktijkopening te promoten. Maak aantrekkelijke posts en deel ze op platforms zoals Facebook en Instagram. Moedig mensen aan om het bericht te delen en tag de lokale gemeenschap en influencers om de zichtbaarheid te vergroten.
- Huur een professionele fotograaf of videograaf in om het evenement vast te leggen. Deze beelden kun je gebruiken voor toekomstige marketingdoeleinden op sociale media en de website van je praktijk.
- Bied aantrekkelijke opties aan, zoals gratis tandheelkundige controles of kortingen op behandelingen, om patiënten aan te moedigen naar de opening te komen.

- Verstuur uitnodigingen naar patiënten die zich al hebben ingeschreven via je website. Moedig hen aan om vrienden en familie mee te nemen.
- Zorg voor voldoende personeel tijdens de opening zodat alle gasten goed worden ontvangen en bediend en nieuwe patiënten zich direct kunnen inschrijven.
- Plan het hele jaar door leuke en verrassende acties. Dit zorgt ervoor dat je in beeld blijft en nieuwe patiënten krijgt.

Tips om patiënten te werven

3.2 Je verzekeringen

Bij het starten van een mondzorgpraktijk zijn er verschillende verzekeringen die je kunt overwegen. Het exacte verzekeringspakket kan variëren. Dit is afhankelijk van de specifieke behoeften en vereisten van je praktijk.

Tip: ABN AMRO Verzekeringen heeft voor alle mondzorgpraktijken een heel mooi verzekeringspakket, zowel voor starters als voor gevestigde praktijken.

Verzekeringen voor medici

Hier zijn enkele verzekeringen die vaak worden aanbevolen voor een mondzorgpraktijk:

Bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering

Dit is een kernproduct dat voor ieder bedrijf of beroep noodzakelijk is. Het dekt schade aan personen (dood, letsel, aantasting van gezondheid van personen) en schade aan zaken (beschadiging, vernietiging of het verlies van zaken). Het gaat primair om schade veroorzaakt aan of bij derden, schade van medewerkers veroorzaakt bij bedrijfsactiviteiten en om schade als gevolg van het geleverd product.

Beroepsaansprakelijkheidsverzekering

Deze verzekering dekt de eventuele vermogensschade die derden lijden door een (onbedoelde) beroepsfout. Dit kan zijn door vergissingen, nalatigheid, verzuim, onachtzaamheid en dergelijke. De verzekering geldt uitsluitend voor fouten die optreden binnen de verzekerde hoedanigheid. Daarnaast is er dekking voor verweer (passieve rechtsbijstand) tegen onterechte claims.

Rechtsbijstandverzekering

Een aansprakelijkheidsverzekering dekt alleen de kosten van verweer tegen claims van anderen. Maar wat als je zelf een andere partij aansprakelijk wilt stellen of als de claim niet onder de aansprakelijkheidsverzekering valt? In dat geval kan een rechtsbijstandverzekering je helpen. Het is dus slim om een rechtsbijstandverzekering af te sluiten.

Met een rechtsbijstandverzekering ben je verzekerd voor juridische hulp bij conflicten. Denk aan geschillen met leveranciers, klanten of personeel. Deze zaken zijn standaard meeverzekerd. Zo sta je niet alleen in juridische kwesties.

Inventarisverzekering

Een inventarisverzekering dekt schade aan de spullen in je mondzorgpraktijk. Dit gaat om tandheelkundige apparatuur, meubilair en computers. Het is belangrijk om je eigendommen goed te verzekeren. Zo ben je beschermd tegen onverwachte kosten bij schade.

Arbeidsongeschiktheidsverzekering

Een arbeidsongeschiktheidsverzekering biedt financiële bescherming als je door ziekte of letsel niet kunt werken. Deze verzekering helpt bij het vervangen van je inkomen en het dekken van medische kosten. Het is belangrijk om hierover na te denken.

Daarnaast kun je ook andere verzekeringen overwegen. Denk aan een verzekering voor het pand, een huurdersbelangverzekering als je huurt, een inventarisverzekering, en een bedrijfsschadeverzekering.

Het is verstandig om contact op te nemen met een verzekeringsadviseur die gespecialiseerd is in de tandheelkundige sector. Zo kun je de specifieke behoeften van jouw mondzorgpraktijk bespreken en de beste verzekeringsdekking kiezen.

3.3 Factoring en declareren in eigen beheer

Om voldoende inkomsten te genereren, is het belangrijk dat de behandelingen die je uitvoert ook worden betaald. Je kunt ervoor kiezen om de facturatie uit te besteden of zelf te doen.

Factoring

Factoring is een financiële dienst waarbij je de uitstaande facturen van je mondzorgpraktijk verkoopt aan een factoringsmaatschappij. Deze maatschappij neemt de verantwoordelijkheid voor het innen van de facturen over. Als praktijkeigenaar ontvang je een bepaald percentage van het factuurbedrag direct. Dit gebeurt meestal binnen 2 tot 6 weken, afhankelijk van de afspraken die je maakt.

Het resterende bedrag krijg je nadat de facturen volledig zijn geïnd, min een vergoeding voor de factoringdiensten. Zo hoef je je geen zorgen te maken over het innen van betalingen en heb je snel toegang tot een groot deel van je inkomsten.

Lees ons artikel [Debiteuren- en voorraadfinanciering](#)

Factoring biedt praktijken verschillende voordelen:

- Verbeterde cashflow. Met factoring krijg je als praktijkeigenaar direct betaald voor je facturen. Hierdoor beschik je sneller over geld om je dagelijkse praktijkactiviteiten te financieren. Dit kan helpen bij het beheren van je uitgaven en het investeren in je praktijk.
- Factoring vermindert de administratieve last en kan je tijd en middelen besparen. Door het verkopen van de facturen aan een factoringsmaatschappij, wordt het debiteurenbeheer uitbesteed. De factoringsmaatschappij neemt niet alleen het innen van de betalingen over, maar verstuurt ook herinneringen en beheert eventuele betwistingen.
- Vaak biedt een factoringsmaatschappij integratiemogelijkheden met diverse praktijkmanagementsystemen. Hierdoor kunnen facturatie en betalingen naadloos worden geïntegreerd in je workflow als zorgverlener. Dit maakt het beheer van je financiën eenvoudiger en efficiënter.

Declareren in eigen beheer

Als praktijkhouder kun je behandelingen direct factureren aan de patiënt of eerst indienen bij de betrokken zorgverzekeraar van de patiënt. Dit laatste noemen we clearing van declaraties. In de mondzorg heb je geen zorgcontract nodig om declaraties bij zorgverzekeraars in te dienen.

Bij het clearen betaalt de zorgverzekeraar het vergoede deel direct aan jouw praktijk. Het onvergoede deel factureer je dan aan de patiënt. In een reguliere praktijk in Nederland wordt ongeveer 70% van de praktijkomzet door de zorgverzekeraar vergoed. De overige 30% factureer je als eigen bijdrage aan de patiënt.

Je kunt er ook voor kiezen om de volledige nota aan de patiënt te sturen of deze direct te laten betalen, bijvoorbeeld met een pinautomaat bij de receptie. Het is gebruikelijk om eerst de declaratie in te dienen bij de zorgverzekeraar en de restnota naar de patiënt te sturen.

Je kunt je declaraties via Vecozo bij zorgverzekeraars indienen. In de meeste gevallen kan dit direct via de praktijksoftware. Echter, veel pakketten zijn hierin niet heel sterk ontwikkeld. Daarom zijn er ook aanvullende softwaresystemen beschikbaar die het indienen en verwerken van declaraties makkelijker maken. Voorbeelden van zulke bedrijven zijn Payt en Intelly. Deze systemen kunnen je helpen bij het omzetten van declaraties naar facturen en betalingen, waardoor het proces efficiënter verloopt.

Voordelen van declareren in eigen beheer

- Door zelf te declareren, behoud je het contact met de patiënt. De klantrelatie blijft bestaan na de behandeling. De patiënt krijgt een rekening direct van de praktijk en kan daar eventuele vragen of klachten indienen. Denk aan vragen over de behandeling of verzoeken om een betalingsregeling. Dit bevordert een goede communicatie en klanttevredenheid.
- Als praktijkhouder blijf je zelf in alle fases eigenaar van een declaratie en kun je het proces volgen. Dit geeft je een duidelijk beeld van je relevante en betaalde omzet. Hierdoor kun je bijvoorbeeld ingehuurde zzp'ers beter vergoeden. Je houdt zo meer controle over je financiële situatie en kunt efficiënter beheer voeren.

We denken met je mee

Veel mondzorgbehandelingen worden niet (volledig) vergoed door de zorgverzekeraar. In zulke gevallen kan de [zakelijke betaalapp van Tikkie](#) een uitkomst zijn.

- Met Tikkie stuur je eenvoudig een betaalverzoek naar de patiënt. De ontvanger kiest zelf van welke rekening het bedrag wordt afgeschreven. Dit maakt betalen makkelijk en flexibel voor je patiënten.
- Als ondernemer kun je zelf een uiterste betaaldatum instellen, bijvoorbeeld 2 weken. De patiënt krijgt na een aantal dagen automatisch een betaalherinnering. Dit helpt om tijdige betalingen te stimuleren zonder dat je er zelf achteraan hoeft.
- Werk je in een praktijk met meerdere collega's? Je kunt de administratie met een gerust hart overdragen aan andere collega's. Zij kunnen zelfstandig in de Tikkie-portal aan de slag en zien in één oogopslag welke patiënten wel en niet hebben betaald. Ze hebben echter geen toegang tot je volledige administratie, waardoor de privacy en integriteit van je gegevens gewaarborgd blijven.

- [Starten als zzp'er in een tandartspraktijk](#)
- [Stappenplan voor beginnende tandartsen](#)
- [Events voor medici](#)
- [Sector specialisten mondzorg ABN AMRO](#)

Tot slot: bijna klaar met lezen, wat nu?

Je hebt kunnen lezen dat er bij het starten van een nulpraktijk veel komt kijken. Van een grondig marktonderzoek tot het regelen van een financiering.

Ieder zijn vak zeggen we dan. Jij bent goed in het verlenen van mondzorg, en wij weten precies wat er komt kijken bij de start van een nulpraktijk. Jouw tijd die je investeert om ons tijdig te informeren over je plannen om een praktijk te starten, betaalt zich vrijwel altijd terug.

Onze experts staan klaar om samen met jou dit ingrijpende traject succesvol af te ronden. We nodigen je graag uit om je ambities en ideeën te bespreken tijdens een eerste vrijblijvend gesprek. Zo kunnen we samen de beste aanpak voor jouw nulpraktijk bepalen.

[Maak vrijblijvend een afspraak](#)