

Das richtige Personal für Ihre Zahnarztpraxis gewinnen

– ohne teure Agentur!

Das bewährte System für erfolgreiches Social-Media-Recruiting



Video Link: <https://www.loom.com/share/8721f6c6248e49378676cbac719967a4>

Social Recruiting Agenturen nehmen für die Vermittlung einer neuen Position zwischen 8.000 - 12.000 €. Große Teile dieser Leistung bekommen Sie über diesen Kurs.

In diesem Kurs erfahren Sie

- ✓ Wie Sie sich im Markt abheben, warum Mitarbeiter Interviews so wichtig sind
- ✓ Wo Sie nach Mitarbeitern suchen sollten

- ✓ Wie Sie ein System aufbauen, um eine volle Pipeline an Bewerbern aufzubauen
- ✓ Wie Sie exakt eine erste Kampagne schalten wie die Agentur Profis
- ✓ Der 1 Trick, um nur noch mit qualifizierten Bewerber:innen zu sprechen
- ✓ Worauf es bei einem richtig guten Onboarding ankommt

Sie bekommen

- ✓ Fertige Vorlagen (Stellenzeigen, Skripte, Werbetexte, ...)
- ✓ Videoanleitungen für jeden einzelnen Schritt
- ✓ Eine fertige Automatisierung für vor-qualifizierte Bewerber in Ihre Email Inbox
- ✓ Einen exakten Einarbeitungsplan und die 2 Game Changer, um dabei weniger Personal zu binden und die Einarbeitungszeit stark zu verkürzen

Für wen ist dieser Kurs geeignet?

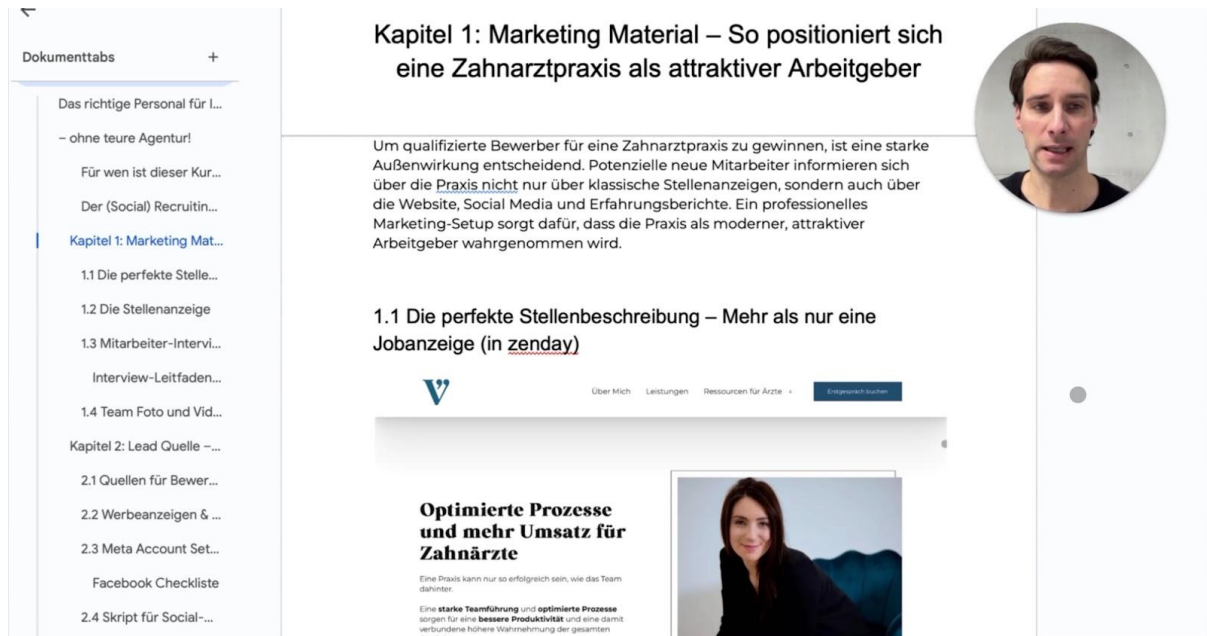
Für Praxen,

- die auf Personalsuche sind und bisher keinen Erfolg hatten
- die überlegen, ob Sie selbst Know-How aufbauen wollen, um unabhängiger von Agenturen zu werden
- die Systeme aufbauen wollen, damit der Fokus wieder auf der Behandlung der Patienten liegt
- die wachsen wollen und mehr Personal benötigen
- die weitere Behandler suchen
- die die Einarbeitungsphase optimieren wollen, um so schneller Cash-flow positiv zu arbeiten
- die Ihre Arbeitsweise optimieren wollen, um die sinkenden Margen zu schützen
- die in allen Bereichen professioneller Arbeiten möchten, um nicht ständig im Feuerlöscher-Modus zu arbeiten

Der (Social) Recruiting Game Plan



Kapitel 1: Marketing Material – So positioniert sich eine Zahnarztpraxis als attraktiver Arbeitgeber



The screenshot shows a Loom video player interface. On the left is a sidebar with document tabs. The main area displays a presentation slide titled 'Kapitel 1: Marketing Material – So positioniert sich eine Zahnarztpraxis als attraktiver Arbeitgeber'. The slide content includes a paragraph about attracting qualified applicants through a strong external presence and a sub-section '1.1 Die perfekte Stellenbeschreibung – Mehr als nur eine Jobanzeige (in zenday)'. Below the text is a screenshot of a dental practice website with the headline 'Optimierte Prozesse und mehr Umsatz für Zahnärzte' and a photo of a woman. A circular video feed of the presenter is visible in the top right corner of the player.

Dokumenttabs +

- Das richtige Personal für I...
- ohne teure Agentur!
- Für wen ist dieser Kur...
- Der (Social) Recruitin...
- Kapitel 1: Marketing Mat...**
- 1.1 Die perfekte Stelle...
- 1.2 Die Stellenanzeige
- 1.3 Mitarbeiter-Intervi...
- Interview-Leitfaden...
- 1.4 Team Foto und Vid...
- Kapitel 2: Lead Quelle –...
- 2.1 Quellen für Bewer...
- 2.2 Werbeanzeigen & ...
- 2.3 Meta Account Set...
- Facebook Checkliste
- 2.4 Skript für Social-...

Kapitel 1: Marketing Material – So positioniert sich eine Zahnarztpraxis als attraktiver Arbeitgeber

Um qualifizierte Bewerber für eine Zahnarztpraxis zu gewinnen, ist eine starke Außenwirkung entscheidend. Potenzielle neue Mitarbeiter informieren sich über die Praxis nicht nur über klassische Stellenanzeigen, sondern auch über die Website, Social Media und Erfahrungsberichte. Ein professionelles Marketing-Setup sorgt dafür, dass die Praxis als moderner, attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen wird.

1.1 Die perfekte Stellenbeschreibung – Mehr als nur eine Jobanzeige (in zenday)

V Über Mich Leistungen Ressourcen für Ärzte + Entgeltlich buchen

Optimierte Prozesse und mehr Umsatz für Zahnärzte

Eine Praxis kann nur so erfolgreich sein, wie das Team dahinter.

Eine **starke Teamführung** und **optimierte Prozesse** sorgen für eine **bessere Produktivität** und eine damit verbundene höhere Wahrnehmung der gesamten Praxis.



Video Link: <https://www.loom.com/share/1f00d2e2ec3c447ea8ea78d8b7aa273d>

Um qualifizierte Bewerber für eine Zahnarztpraxis zu gewinnen, ist eine starke Außenwirkung entscheidend. Potenzielle neue Mitarbeiter informieren sich über die Praxis nicht nur über klassische Stellenanzeigen, sondern auch über die Website, Social Media und Erfahrungsberichte. Ein professionelles Marketing-Setup sorgt dafür, dass die Praxis als moderner, attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen wird.

1.1 Die perfekte Stellenbeschreibung – Mehr als nur eine Jobanzeige (in zenday)



[Über Mich](#) [Leistungen](#) [Ressourcen für Ärzte](#) [Erstgespräch buchen](#)

Optimierte Prozesse und mehr Umsatz für Zahnärzte

Eine Praxis kann nur so erfolgreich sein, wie das Team dahinter.

Eine **starke Teamführung** und **optimierte Prozesse** sorgen für eine **bessere Produktivität** und eine damit verbundene höhere Wahrnehmung der gesamten Qualität.

[Jetzt anfragen](#)

www.verenaheld.com

1. Stellenbezeichnung

Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte

2. Aufgabengebiet

Verwaltung und Organisation der zahnärztlichen Praxis

3. Formelle Qualifikation

Abgeschlossene Ausbildung als Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte oder vergleichbare kaufmännische Ausbildung

4. Stellvertretung

Na

5. Organisatorische Einordnung

- erhält Weisung durch:
 - Praxisinhaber/in oder Praxismanager/in
- gibt Weisung an:

- N/A

6. **Ziel der Stelle**

- Gewährleistung eines reibungslosen Verwaltungsablaufs innerhalb der Praxis
- Optimierung von Praxisprozessen im administrativen Bereich
- Unterstützung der Praxisleitung in organisatorischen und administrativen Angelegenheiten

7. **Aufgaben im Einzelnen (Beispiele)**

- Verantwortung für die Patientenverwaltung, inklusive Aufnahme und Pflege der Patientendaten
- Abwicklung der Korrespondenz mit Patienten, Krankenkassen und anderen Institutionen
- Bearbeitung der zahnärztlichen Abrechnung einschließlich Kassen- und Privatabrechnungen
- Vorbereitung und Unterstützung bei der Buchhaltung und dem Controlling
- Verwaltung und Bestellung von Büromaterial und Verwaltungsbedarf

8. **Sonstige (allg.) Aufgaben**

- Unterstützung bei der Personalverwaltung, inklusive Vorbereitung von Arbeitsverträgen und Zeugnissen
- Mitwirkung bei der Implementierung und Pflege des Qualitätsmanagementsystems

9. **Spezialaufgaben (Beispiele)**

- Erstellung von Statistiken und Auswertungen zur Praxisentwicklung
- Koordination von Terminen und Besprechungen für die Praxisleitung

10. **Besondere Befugnisse (Beispiele)**

- Verantwortung für die Einhaltung von Fristen und Terminen im Verwaltungsbereich
- Selbstständige Bearbeitung und Erledigung der delegierten Verwaltungsaufgaben

11. **Anforderungen an den Stelleninhaber**

- Abgeschlossene Ausbildung als Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte oder vergleichbare kaufmännische Ausbildung

- Erfahrung in der zahnärztlichen Abrechnung und im Praxismanagement
- Versierter Umgang mit Praxisverwaltungssoftware und gängigen Office-Anwendungen
- Hohes Maß an Organisationstalent, Selbstständigkeit und Zuverlässigkeit
- Ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit und Dienstleistungsorientierung

12. **Bezug zu anderen Festlegungen**

- Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften und Richtlinien, insbesondere im Datenschutz
- Befolgung der internen Praxisrichtlinien und des Hygieneplans

1.2 Die Stellenanzeige

Die Stellenanzeige ist oft der erste Berührungspunkt mit Bewerbern. Eine klare und ansprechende Formulierung entscheidet darüber, ob sich qualifizierte Fachkräfte bewerben. Diese Themen sollten alle enthalten sein:

Jobtitel & Unternehmen

 Name der Zahnarztpraxis:

 Standort (Stadt, ggf. Adresse):

Art der Anstellung

 Beschäftigungsart (Vollzeit, Teilzeit, Minijob):

 Arbeitszeiten (z. B. Mo–Fr, flexible Zeiten?):

Vergütung & Benefits

 Gehalt (Tarif? Verhandlungssache?):

 Fortbildungsmöglichkeiten?:

 Flexible Arbeitszeiten?:

 Betriebliche Altersvorsorge?:

 Zuschüsse oder Sonderzahlungen?:

Anforderungen an Bewerber

 Erfahrung mit bestimmten Abrechnungsprogrammen? Wenn ja, welche?:

 Berufserfahrung erforderlich? Falls ja, wie viele Jahre?:

Besondere Rahmenbedingungen

 Werte / Philosophie der Praxis, die in der Anzeige erwähnt werden sollen?:

Bewerbungsprozess

 Benötigte Bewerbungsunterlagen (z. B. Lebenslauf, Anschreiben, Zeugnisse)?:

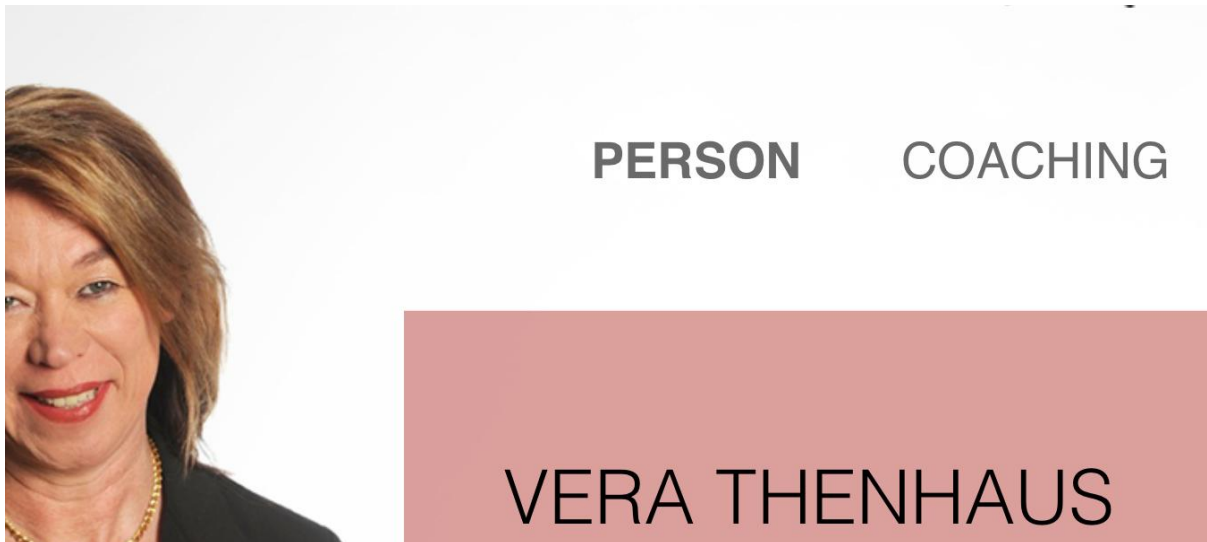
 Ansprechperson für Rückfragen (Name & Kontakt)?:

 E-Mail oder Bewerbungsportal für Bewerbungen?:

 Bewerbungsfrist (falls vorhanden)?:

Checkliste für eine gute Stellenanzeige:

- ☒ Klare Jobbezeichnung: Titel, der in Online-Suchen leicht gefunden wird.
- ☒ Attraktiver Einstieg: Warum sollte sich jemand genau für diese Praxis bewerben?
- ☒ Aufgaben und Verantwortlichkeiten: Übersicht über den Arbeitsalltag.
- ☒ Anforderungen: Fachliche und persönliche Qualifikationen.
- ☒ Benefits: Welche Vorteile bietet die Praxis? (z. B. flexible Arbeitszeiten, Weiterbildung)
- ☒ Call-to-Action: Klare Anleitung zur Bewerbung (z. B. „Jetzt in 60 Sekunden bewerben“).
- ☒ Was sind besondere Benefits?
- ☒ Was ist USP der Praxis? Besondere Spezialisierung, Homeoffice (zenday), Arbeitszeit-Modelle, ...
- ☒ Gibt es spezielle Vergütungsmodelle? (Vera Thenhaus)



<https://die-dentalberaterin.de/>

1.3 Mitarbeiter-Interviews – Authentische Einblicke schaffen Vertrauen

Case Study: Erfolgreiche Mitarbeitersuche & Integration in der Praxis

Warum sind Case Studies wichtig?

Ein authentisches Mitarbeiter-Interview zeigt potenziellen Bewerbern, dass die Praxis ein attraktiver Arbeitsplatz ist. Echte Erfahrungen & Erfolgsgeschichten wirken vertrauenswürdiger als klassische Stellenausschreibungen.

Wo kann die Case Study verwendet werden?

- ✓ Landing Pages (Karriereseite & Bewerbungs-Opt-ins)
- ✓ Social Media & Werbeanzeigen (Instagram, Facebook)
- ✓ Content-Marketing (Blog, YouTube, LinkedIn-Posts)

Interview-Leitfaden für das Video-Interview

1. Transformation / Herausforderungen vor dem Jobwechsel

🎤 Lass uns am Anfang starten – wie war deine berufliche Situation, bevor du dich hier beworben hast?

🎤 Gab es Herausforderungen oder Frustrationen in deinem vorherigen Job?

🎤 Was war für dich am wichtigsten, als du nach einer neuen Stelle gesucht hast?

2. Entscheidung für die Praxis

🎤 Was hat dich an dieser Praxis besonders angesprochen?

🎤 Gab es bestimmte Punkte, die dich überzeugt haben, dich hier zu bewerben?

3. Onboarding & erste Wochen in der Praxis

🎤 Welche Unterstützung hast du in den ersten Wochen erhalten?

🎤 Gab es etwas, das dir besonders geholfen hat, dich schnell einzuarbeiten?

🎤 Welche Aufgaben machen dir besonders Spaß?

4. Ergebnisse & Zufriedenheit

🎤 Welche Aspekte deiner Arbeit gefallen dir besonders gut?

🎤 Wie würdest du die Teamkultur in der Praxis beschreiben?

🎤 Welche Möglichkeiten zur Weiterentwicklung hast du hier?

5. Empfehlung für andere Bewerber

🎤 Würdest du anderen empfehlen, sich hier zu bewerben? Warum?

Zusätzliche Elemente für eine starke Case Study

✓ Videointerview (3-5 Minuten) mit persönlichen Statements.

✓ Transkription des Interviews für Landing Pages & Blogposts. (Jupitrr.ai)

✓ Hochwertiges Mitarbeiterfoto für Vertrauensaufbau.

✓ Zitate als Social-Media-Posts nutzen („Ich hätte nie gedacht, dass ich so schnell ein neues Team finde, das mich wirklich wertschätzt!“).

1.4 Team Foto und Video Inhalte

Sie brauchen keine teure Videoproduktion. Fragen Sie in Ihrem Team, wer gerne fotografiert. Gen Z kennt sich sehr gut mit Fotobearbeitung und auch Videoaufnahmen aus. Authentisch schlägt Hochglanz. Eine Bewerberin möchte ein Gefühl bekommen, wie ein normaler Alltag in Ihrer Praxis aussieht. Eine Highend-Video-Produktion wirkt zwar professionell, kann aber auch gestellt und unecht wirken.

Überlegen Sie für Ihre Praxis

- Was macht unsere Praxis aus und welche Orte möchte ich zeigen?
- Welche Abläufe sind wichtig für eine Interessentin?
- Vor welchem Hintergrund können wir ein Teamfoto machen?
 - clean, nicht zu überladen
 - genug Platz, damit alle im Team entspannt auf das Foto passen
 - eine positive Atmosphäre übermittelt wird



Videos: DER Game Changer in Zukunft für einen effektiven Wissenstransfer.

Wenn Sie mit dem Team zusammen unkompliziert Videos und Bilder aufnehmen können, ist es sehr leicht möglich in Zukunft komplexe Abläufe so zu beschreiben und schneller zu vermitteln. Denken Sie z.B. an Vorbereitungen für Behandlungsabläufe, an eine Vorstellung der Praxis in der ersten Einarbeitungswoche, wenn es eine Einweisung für ein neues Gerät durch Fachpersonal gibt oder sogar für die jährlichen Pflichtunterweisungen. Zusätzlich wird es wahrscheinlich bald möglich sein, diese Videos mit KI zu untertiteln und dieses Transkript auch in mehreren Sprachen zu erzeugen.

1.5 Die Praxis-Website / Instagram Page ... als Bewerber-Magnet

Die Praxis-Website / Instagram Page... sollte nicht nur für Patienten optimiert sein, sondern auch potenzielle Bewerber ansprechen.

Beispiel

Wichtige Elemente auf der Karriereseite:

- ✓ Offene Stellen & Bewerbungsformular (Direkte Bewerbung in wenigen Klicks).
- ✓ Vorstellung des Teams & Arbeitsumfelds (Fotos, Videos, Statements).

✓ Einblicke in den Praxisalltag (z. B. ein „Tag im Leben einer ZFA“).

✓ Häufige Fragen zur Bewerbung (Welche Unterlagen sind nötig? Wie läuft der Prozess?).

...coming soon

Zusammenfassung und nächste Schritte

Marketing-Maßnahme	Warum wichtig?	To-Do für die Praxis
Optimierte Stellenbeschreibung	Mehr qualifizierte Bewerbungen	✓ Überprüfen & anpassen & Marktbegleiter analysieren
Mitarbeiter-Interviews	Schafft Vertrauen & Einblicke	✓ Interviews führen
Karriereseite auf der Website	Erhöht Bewerberzahl	✓ Falls nicht vorhanden, erstellen
USP der Praxis definieren	Klare Differenzierung von anderen Praxen	✓ Vorteile klar kommunizieren

Kapitel 2: Lead Quelle – Wo und wie finden Zahnarztpraxen die richtigen Bewerber?

Dokumenttabs +

1.2 Die Stellenanzeige

1.3 Mitarbeiter-Intervi...
Interview-Leitfaden...

1.4 Team Foto und Vid...

Kapitel 2: Lead Quelle – ...

2.1 Quellen für Bewer...

2.2 Werbeanzeigen & ...

2.3 Meta Account Set...
Facebook Checkliste

2.4 Skript für Social-...

2.5 Lead Generation

2.6 Die erste Kampag...

Kapitel 3: Auswahlproze...

3.1 Lead-Formular & C...

3.2 Follow-up & Konta...

3.4 Präsentation der P...

Zahnarztpraxen die richtigen Bewerber?

Ein starkes Marketing-Setup sorgt dafür, dass potenzielle Bewerber die Praxis als attraktiven Arbeitgeber wahrnehmen. Doch wie erreicht man diese Personen aktiv? In diesem Kapitel geht es darum, welche Kanäle und Methoden am besten geeignet sind, um Bewerber gezielt zu gewinnen.



2.1 Quellen für Bewerber – Wo sucht das Fachpersonal?

Nicht jeder Bewerber sucht aktiv nach einer neuen Stelle. Deshalb ist es wichtig, die richtigen Kanäle zu nutzen, um sowohl aktiv als auch passiv Suchende zu erreichen.

Beste Quellen für Zahnarztpraxen:

- ✓ Online-Jobbörsen für medizinisches Fachpersonal:
 - Indeed, StepStone, Zahnjob.de
 - Spezialisierte Gesundheitsportale
- ✓ Soziale Netzwerke:
 - Facebook-Gruppen für Zahnmedizinisches Personal
 - LinkedIn für Fachkräfte & Praxismanagement



Video Link: <https://www.loom.com/share/77baf3b96d5b4cc895d1bed8e2ee49f3>

Ein starkes Marketing-Setup sorgt dafür, dass potenzielle Bewerber die Praxis als attraktiven Arbeitgeber wahrnehmen. Doch wie erreicht man diese Personen aktiv? In diesem Kapitel geht es darum, welche Kanäle und Methoden am besten geeignet sind, um Bewerber gezielt zu gewinnen.

2.1 Quellen für Bewerber – Wo sucht das Fachpersonal?

Nicht jeder Bewerber sucht aktiv nach einer neuen Stelle. Deshalb ist es wichtig, die richtigen Kanäle zu nutzen, um sowohl aktiv als auch passiv Suchende zu erreichen.

Beste Quellen für Zahnarztpraxen:

✓ Online-Jobbörsen für medizinisches Fachpersonal:

- Indeed, StepStone, Zahnjob.de
- Spezialisierte Gesundheitsportale

✓ Soziale Netzwerke:

- Facebook-Gruppen für Zahnmedizinisches Personal
- LinkedIn für Fachkräfte & Praxismanagement



zenday ebook: social recruiting mit LinkedIn (2024)

✓ Google Jobs & Google My Business:

- Eigene Stellenausschreibungen bei Google listen lassen

✓ Direkte Ansprache (Active Sourcing):

- Potenzielle Kandidaten auf Plattformen wie LinkedIn oder Facebook direkt kontaktieren

✓ Empfehlungsmarketing & bestehendes Netzwerk nutzen:

- Bestehende Mitarbeiter ermutigen, die Praxis weiterzuempfehlen
- Ex-Mitarbeiter oder ehemalige Azubis ansprechen

✓ Paid Traffic

- Schalten von online Werbung auf Meta (FB, Instagram)

2.2 Werbeanzeigen & Kampagnen – Mit bezahlter Werbung gezielt Bewerber ansprechen

Um schneller geeignete Kandidaten zu erreichen, setzen viele Unternehmen auf bezahlte Anzeigen in sozialen Netzwerken. Besonders Meta Ads (Facebook & Instagram) sind dafür gut geeignet.

Welche Werbekanäle funktionieren am besten?

📌 Facebook & Instagram Ads:

- Erreichen aktiv und passiv suchende Bewerber.
- Zielgruppengenaue Ansprache durch Standort-, Berufs- und Interessenfilter.

📌 Google Ads für Bewerbersuche:

- Durch gezielte Suchanzeigen erreichen Praxen Bewerber, die aktiv nach Stellen suchen.

📌 YouTube- & Instagram-Werbung mit Praxis-Videos:

- Authentische Einblicke durch kurze Werbeclips.

2.3 Meta Account Set-up

Viele Zahnarztpraxen nutzen bereits Social Media, allerdings oft nur für Patientenkommunikation. Um Bewerber gezielt anzusprechen, kann eine separater Landingpage sinnvoll sein.

Warum eine separate Landingpage / Email Account / ...?

📌 Bessere Sichtbarkeit für Bewerber (keine Vermischung mit Patientenkommunikation).

📌 Gezielter Content für Fachkräfte (z. B. Einblicke in den Arbeitsalltag, Benefits, offene Stellen).

📌 Bessere Performance in Meta Ads (Anzeigen auf Karriereseite statt Patienten-Website lenken, Pixel).

Facebook Checkliste

Wir gehen in dem Video die Checkliste durch für das Aufsetzen des Accounts. Es gibt gewisse Routinen (Warm-up), Unternehmens-Daten (Ort, Steuernr. ...) und Logiken (die Ad Struktur), die berücksichtigt werden müssen.

Facebook-Einrichtung → (Hier Quick Loom Video zur Testkampagne)

- ☐ Die Auktion → Verstehe, wie die Auktion funktioniert
- ☐ Einrichtung des Facebook PreLaunch → PreLaunch SOP
 - ☐ Dokument → CX | Facebook Launch SOP
 - ☐ Pixel zum Funnel/Website hinzufügen → Pixel-Setup
- ☐ Dein Werbekonto aufwärmen → (LOOM Video)
- ☐ ...

2.4 Skript für Social-Media-Posts & Anzeigen

Eine klare und überzeugende Sprache ist entscheidend, um Aufmerksamkeit zu erzeugen.

Beispiel für eine Facebook-Ad:

„Hey zusammen! Wir suchen eine freundliche & motivierte ZMV für unsere moderne Zahnarztpraxis in [Standort]. ☀️ Wir bieten dir flexible Arbeitszeiten, ein familiäres Team und regelmäßige Weiterbildungen. Interesse? Bewirb dich jetzt in 60 Sekunden hier: [Link zur Bewerbung] 🚀“

1. Videoskript für Instagram Ad

Dauer: 30-45 Sekunden

Szene 1: (Intro)

Bilder: Eine freundliche, helle Zahnarztpraxis. Mitarbeiterin begrüßt einen Patienten am Empfang mit einem Lächeln.

Voice-over:

„Bist du auf der Suche nach einer neuen Herausforderung in einem freundlichen, dynamischen Team? Wir suchen Verstärkung!“

Szene 2: (Mitarbeiterin arbeitet am Schreibtisch)

Bilder: Eine Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte arbeitet an einem Computer, ordnet Unterlagen, telefoniert mit einer Krankenkasse.

Voice-over:

„Bei uns übernimmst du die Verantwortung für die Organisation und Verwaltung der Praxis – von der Patientenaufnahme bis zur Abrechnung.“

Szene 3: (Mitarbeiterin spricht direkt in die Kamera)

Bilder: Mitarbeiterin spricht mit einem freundlichen, professionellen Ton.

Mitarbeiterin:

„Ich liebe es, den Überblick zu behalten und Prozesse zu optimieren. Hier ist kein Tag wie der andere, und ich fühle mich immer unterstützt!“

Szene 4: (Abschluss)

Bilder: Das Team in der Praxis steht zusammen, lacht und hat Spaß bei der Arbeit.

Voice-over:

„Wenn du eine abgeschlossene Ausbildung als Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte oder eine vergleichbare Qualifikation hast – komm zu uns! Bewirb dich jetzt und werde Teil unseres großartigen Teams.“

Text auf dem Bildschirm: „Jetzt bewerben! [Link]“

2. Überschrift für die Anzeige in 2 Varianten

Variante 1:

„Werde Teil unseres Teams! Wir suchen eine Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte.“

Variante 2:

„Organisationsprofi gesucht! Verstärke unser Team als Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte.“

3. Varianten für den Primary Text (Beschreibung unter der Anzeige)

Variante 1:

Hast du Erfahrung in der Praxisverwaltung oder eine kaufmännische Ausbildung? Wir suchen eine Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte zur Optimierung unserer Praxisprozesse. Bewirb dich jetzt!

Variante 2:

Organisation ist dein Ding? Wir suchen eine Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte für Abrechnung, Patientenverwaltung & Praxisorganisation. Werde Teil unseres Teams – jetzt bewerben!

Variante 3:

Übernimm Verantwortung in einem herzlichen Team! Wir suchen eine Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte mit Erfahrung in der Praxisverwaltung. Bewirb dich jetzt!

Beschreibung

♦ **Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte (m/w/d) gesucht!** ♦

Du bist ein Organisationstalent und möchtest in einer gut organisierten Zahnarztpraxis arbeiten? Dann haben wir genau die richtige Stelle für dich! 🙌

In unserer modernen Praxis mit 5 Behandlungszimmern und einem tollen Team aus 8 Mitarbeitern suchen wir Verstärkung! Als Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte übernimmst du die Verantwortung für die gesamte Verwaltung und Organisation unserer Praxis. 📁

♦ **Deine Aufgaben:**

- ✓ Patientenverwaltung und Datenpflege 📝
- ✓ Abrechnung (Kassen- und Privatabrechnungen) 💰
- ✓ Unterstützung in der Buchhaltung und dem Controlling 📊
- ✓ Bestellung von Büromaterial und Verwaltungsbedarf ✍️
- ✓ Personalverwaltung und Mitwirkung beim Qualitätsmanagement ⚙️
- ✓ Koordination von Terminen und Besprechungen 📅

♦ **Was wir dir bieten:**

- ✓ Flexible Arbeitszeiten 🕒
- ✓ Ein tolles Team, das auch außerhalb der Arbeit zusammen Zeit verbringt 🤝
- ✓ Provisionsanteil in der Vergütung 💎
- ✓ Organisierte und angenehme Arbeitsatmosphäre ☀️

♦ **Was du mitbringen solltest:**

- ✓ Abgeschlossene Ausbildung als Zahnmedizinische Verwaltungsangestellte oder vergleichbare kaufmännische Ausbildung 🎓
- ✓ Erfahrung in der zahnärztlichen Abrechnung und Praxisorganisation 🏢
- ✓ Gute Kenntnisse in Praxisverwaltungssoftware und Office-Anwendungen 💻
- ✓ Hohe Kommunikationsfähigkeit und ein freundliches Auftreten ✨

Wenn du Lust hast, in einem dynamischen Team durchzustarten und Verantwortung zu übernehmen, freuen wir uns auf deine Bewerbung! 😊

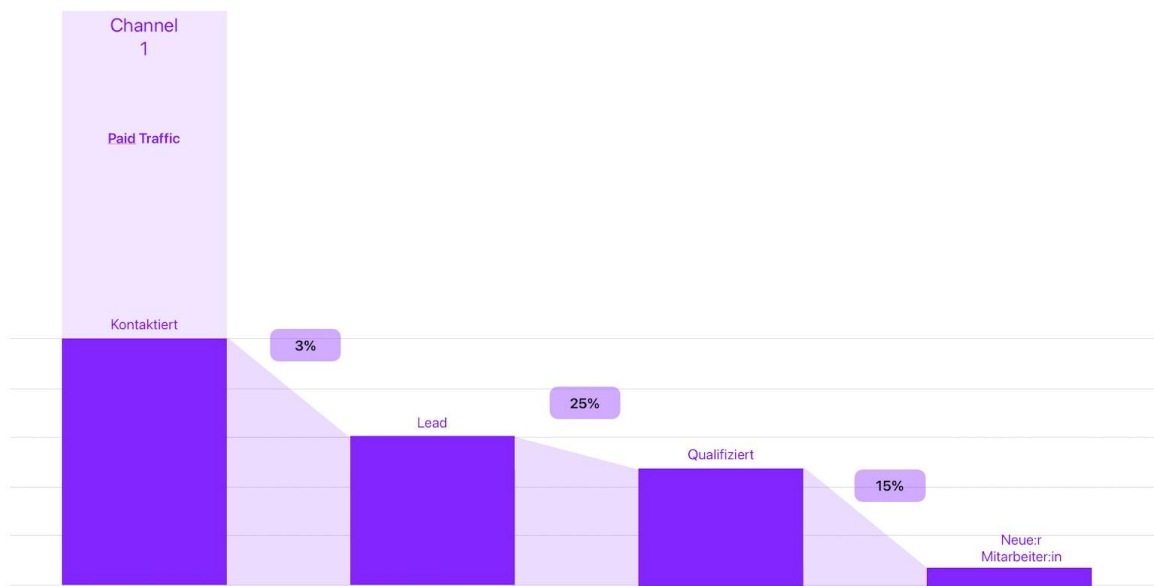
#Zahnarzt #Verwaltungsangestellte #Jobangebot #Karriere #Zahnarztpraxis
#Teamwork #Flexibilität #Abrechnung #Büroorganisation #Jobsuche
#Bewerbung #Zahnarztteam #Organisationstalent #Karrierechancen
#Praxismanagement

➡ Weitere Gedanken für eine individuelle Anzeige:

? Welche Vorteile der Praxis sollen hervorgehoben werden?

? Gibt es bestehendes Bild- oder Videomaterial?

2.5 Lead Generation



2.6 Die erste Kampagne aufsetzen (nach einem Warm-up)

Elemente einer Kampagne

Kampagne 1

- ☐ Ad Sets
 - ☐ Ad 1
 - ☐ Ad 2

✓ Die Auktion verstehen (warum Auktion)

- Ordentliches Setup
 - FB Page
 - Insta Page
 - U-Daten
- Warm up
- Qualität Ads

✓ Die erste Kampagne für Bewerber:innen

✓ Platzierung

✓ Statisch vs. Video

✓ Lead Center

✓ Budget und Erwartungen

Zusammenfassung & Nächste Schritte

Recruiting-Maßnahme	Warum wichtig?	To-Do für die Praxis
Nutzung der richtigen Kanäle	Erreichen der besten Bewerber	✓ Relevante Plattformen identifizieren, Personal fragen (!)
Gezielte Werbeanzeigen	Schnellere Bewerberansprache	✓ Werbebudget & Strategie festlegen
Optimierte Social-Media-Posts	Erhöhte Aufmerksamkeit für offene Stellen	✓ Inhalte für Social Media erstellen
Recruiting-Account aufbauen	Klare Trennung zwischen Patienten- & Bewerberkommunikation	✓ Entscheidung über Social-Media-Strategie treffen

Kapitel 3: Auswahlprozess – So filtert man die besten Bewerber ohne Aufwand heraus

Dokumenttabs +

- 2.1 Quellen für Bewerber...
- 2.2 Werbeanzeigen & ...
- 2.3 Meta Account Set...
- Facebook Checkliste
- 2.4 Skript für Social-...
- 2.5 Lead Generation
- 2.6 Die erste Kampag...
- Kapitel 3: Auswahlproze...**
- 3.1 Lead-Formular & C...
- 3.2 Follow-up & Konta...
- 3.4 Präsentation der P...
- 3.5 Vertragsangebot ...
- Kapitel 4: Onboarding & ...
- 4.1 Strukturierter Eina...
- 4.2 Schulungen & Trai...
- 4.3 Management & W...

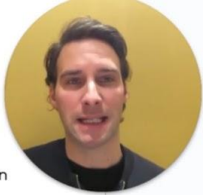
Kapitel 3: Auswahlprozess – So filtert man die besten Bewerber ohne Aufwand heraus

Die besten Bewerber zu finden, bedeutet nicht nur, möglichst viele Bewerbungen zu erhalten, sondern auch die richtigen Talente auszuwählen. Ein klar strukturierter Auswahlprozess und eine Vorqualifizierung sorgt dafür, dass nur qualifizierte und motivierte Kandidaten* in die engere Wahl kommen.

Das Problem bei der bisherigen Methode: zu viele nicht ausreichend qualifizierte Bewerbungen über das Website Formular.

👤 DER Trick für automatisch qualifizierte Bewerbungen mit mehr absichtlich eingefügter „resistance“!

```
graph LR; A["Meta Ad  
Insta FB"] --> B["Leads  
Qualifiziert"]; B -- "Schicken Email" --> C["Qualifiziert"]
```

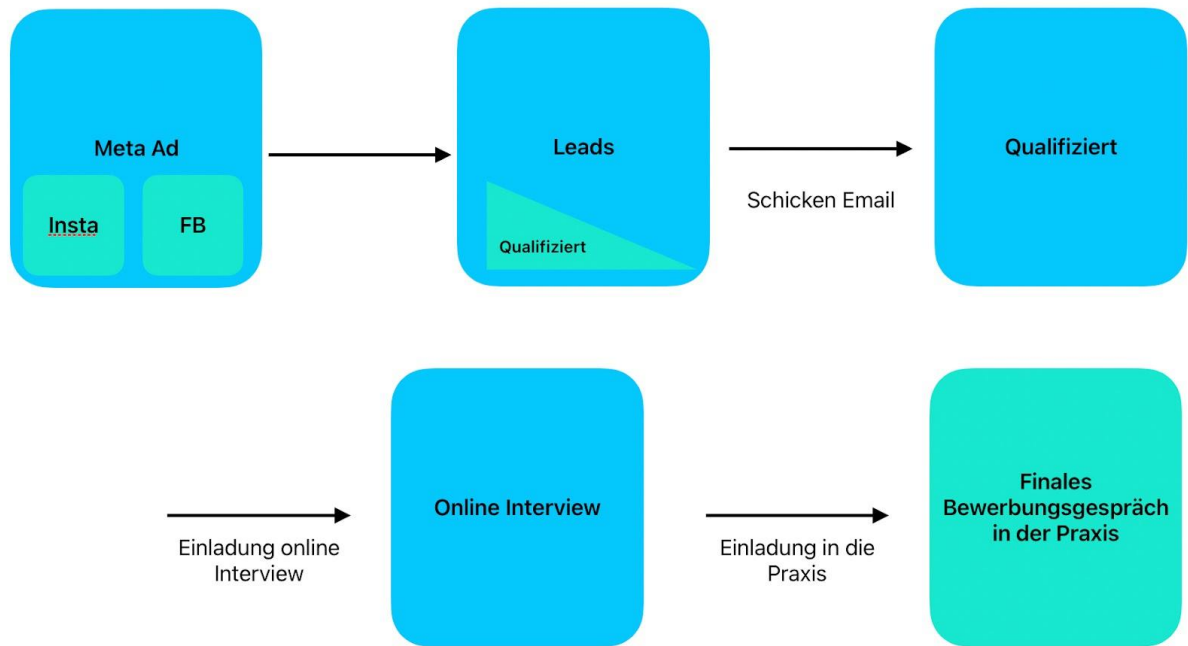


Video Link: <https://www.loom.com/share/16e3ac2434e64acbb71a685b41800dfc>

Die besten Bewerber zu finden, bedeutet nicht nur, möglichst viele Bewerbungen zu erhalten, sondern auch die richtigen Talente auszuwählen. Ein klar strukturierter Auswahlprozess und eine Vorqualifizierung sorgt dafür, dass nur qualifizierte und motivierte Kandidaten* in die engere Wahl kommen.

Das Problem bei der bisherigen Methode: zu viele nicht ausreichend qualifizierte Bewerbungen über das Website Formular.

👤 DER Trick für automatisch qualifizierte Bewerbungen mit mehr absichtlich eingefügter „resistance“!



3.1 Lead-Formular & Challenge – Wer passt zur Praxis?

Lead Form

Facebook Formular

Zenday Software

In 2 kurzen Schritten

Zugang zu allen Trainings-Materialien

Bitte tragen Sie kurz Ihre Kontaktdaten ein und wir schicken Ihnen die Infos per Email zu.

Auf welchem Stand ist Ihr QM System? (1 schlecht, 7 top)

1-3

Continue

Benutzerdefinierte Fragen 1 von 4

“Challenge“



zenday

Deutsch sprechende Terminvermittler gesucht! Werden Sie Teil unseres Teams und arbeiten Sie von zu Hause aus!

Wer sind wir?

zenday ist ein schnell wachsendes Software Startup das Zahnarztpraxen hilft in Rekordzeit ein Qualitätsmanagement System aufzubauen. Die Lösung wurde zusammen mit dem Markt entwickelt und ist sehr gefragt.

Was machst Du?

Wir suchen Termin Setter, die Interessenten anrufen und einen Demo-Termin bestätigen und an diesen erinnern.

Was brauchst Du dafür?

Wir haben ein fertiges Skript und bringen Dir alles bei.

Du brauchst

- ☐ Ein Headset
- ☐ Internet
- ☐ Gute Deutsch Kenntnisse

💡 Mehrere Qualifizierungsstufen:

Lead Form

- ✓ Persönliche Informationen: Name, Kontaktdaten

Email

- ✓ Berufserfahrung & Qualifikationen:

Relevante Ausbildung & Praxiskenntnisse

- ✓ Möglichkeit, Dokumente hochzuladen (optional)

Email mit Loom / Handy Video / Audio-Aufnahme

- ✓ Kurze Motivationsfrage: „Warum möchtest du in unserer Praxis arbeiten?“

➡ Automatisierte Vorauswahl: Bewerber, die zentrale Anforderungen nicht erfüllen, können direkt aussortiert werden.

Die drei Qualifizierungsstufen filtern ungeeignete Kandidaten:innen aus:

- ✓ Sind so motiviert zu antworten
- ✓ Sprachkenntnisse und schriftliche Ausdrucksweise (Vorsicht: Chat GPT)
- ✓ Erster Eindruck, Kultur-fit und technisches Verständnis mit „Challenge“

Damit Bewerber sich unkompliziert bewerben können, ist ein leicht zugängliches Online-Formular entscheidend. Ein gut strukturiertes Bewerbungsformular hilft, bereits eine erste Vorauswahl zu treffen.

Elemente eines effektiven Bewerberformulars:

- ✓ Persönliche Informationen: Name, Kontaktdaten
- ✓ Berufserfahrung & Qualifikationen: Relevante Ausbildung & Praxiskenntnisse
- ✓ Kurze „Challenge“: „Warum möchtest du in unserer Praxis arbeiten?“
- ✓ Möglichkeit, Dokumente hochzuladen (Email)

3.2 Follow-up & Kontaktaufnahme – Schnell reagieren, gute Bewerber nicht verlieren

Schnelligkeit ist entscheidend! Studien zeigen, dass Unternehmen, die Bewerbern innerhalb von 24–48 Stunden (!) antworten, die besten Chancen auf eine erfolgreiche Einstellung haben.

Lead Center: Hier finden Sie alle Daten aus der Lead Form jedes Kandidaten

Video Link: <https://www.loom.com/share/b82b107d79eb4a1fa382be2a3b01063a>

Effektiver Follow-up-Prozess:

 Automatische Eingangsbestätigung der Bewerbung: „Danke für deine Bewerbung! Wir melden uns innerhalb von X Tagen.“

 Persönliche Kontaktaufnahme innerhalb von 48 Stunden: Einladung zum Gespräch oder Absage.

 Einfache Terminbuchung für das Erstgespräch: Digitale Kalenderintegration für schnelle Terminvergabe.



Pro Tipp: [Calendly](#) und

fertige Vorlagen aufbauen (neutral, negativ, positiv)

➡ Individuelle Anpassungen:

Soll die Kontaktaufnahme telefonisch, per E-Mail oder über WhatsApp erfolgen?

3.3 Vorstellungsgespräch & Bewerberqualifizierung – Wer passt wirklich?

Im Vorstellungsgespräch zeigt sich, ob ein Bewerber nicht nur fachlich, sondern auch persönlich zur Praxis passt.

Vorlagen von Verena Held in zenday

Struktur eines effizienten (online) Interviews:

 Begrüßung & Vorstellung der Praxis

- Kurz die Werte & Besonderheiten der Praxis erklären.

Fachliche Fragen:

- Welche Erfahrung hast du in der Zahnmedizin?
- Welche zahnmedizinischen Programme hast du bereits genutzt?

Soft Skills & Persönlichkeit:

- Wie gehst du mit stressigen Situationen um?
- Was macht für dich ein gutes Arbeitsklima aus?

Klärung offener Fragen & Erwartungen

- Welche Fragen hat der Bewerber?
- Welche Weiterentwicklungswünsche hat er/sie?

Nächste Schritte klären & Abschied

- Transparente Kommunikation: Wann bekommt der Bewerber eine Rückmeldung?

➡ Was ist bei Ihnen noch gewünscht:

- Gibt es besondere Interviewfragen, die für die Praxis wichtig sind?
- Soll ein zweites Gespräch oder Probearbeiten folgen?

Pro Tipp: wer passt in Ihr Team? Die unterschiedlichen Profile nach Belbin:



3.4 Präsentation der Praxis & Unternehmenskultur – Bewerber überzeugen

Ein Vorstellungsgespräch ist nicht nur eine Chance für die Praxis, den Bewerber zu prüfen – sondern auch eine Gelegenheit, ihn zu begeistern!

Wie präsentiert man die Praxis überzeugend?



Kurzes Einführungsvideo: Vorstellung des Teams & der Arbeitskultur.



Live-Rundgang durch die Praxis: Zeigen, wo und wie gearbeitet wird.



Mitarbeiter als Botschafter: Falls möglich, Gespräch mit einem Teammitglied anbieten.

➔ Ihr weiteren Möglichkeiten zur individuellen Praxispräsentation:

- Welche Highlights der Praxis sollen betont werden?
- Gibt es ein Vorstellungsvideo oder muss es erstellt werden?



Pro Tipp: fertige Videos und Unterlagen vor den beiden Gesprächen versenden. Hat die Bewerberin alle Dokumente vorab gelesen und verstanden?

3.5 Vertragsangebot & Incentives – Den Bewerber für sich gewinnen

Top-Bewerber haben oft mehrere Optionen. Deshalb ist ein attraktives Angebot entscheidend, um sie für die Praxis zu gewinnen.

Inzentivierung: Vera Thenhaus berät hier Praxen sehr erfolgreich (Case Study)

Was macht ein gutes Angebot aus?



Klare Gehaltsstruktur & Transparenz



Weiterbildungs- & Entwicklungsmöglichkeiten



Flexible Arbeitszeiten & Work-Life-Balance



Teamkultur & Benefits (z. B. Teamevents, Bonuszahlungen)

➡ Lücke für individuelle Vertragsdetails:

- Welche Benefits bietet die Praxis konkret?
- Gibt es variable Gehaltsbestandteile oder Boni?

Zusammenfassung & Nächste Schritte

Schritt	Warum wichtig?	To-Do für die Praxis
Online-Formular mit Vorauswahl	Schnell & effizient geeignete Bewerber identifizieren	✅ Erstellen oder optimieren
Praxispräsentation verbessern	Bewerber überzeugen & für sich gewinnen	✅ Falls nicht vorhanden, ein Konzept erstellen
Attraktive Vertragsangebote	Die besten Talente für die Praxis sichern	✅ Wettbewerbsfähige Benefits & Gehaltspakete prüfen, Inzentivierung prüfen

Kapitel 4: Onboarding & Training – Neue Mitarbeiter erfolgreich einarbeiten

kumentabs +

- Facebook Checkliste
- 2.4 Skript für Social-...
- 2.5 Lead Generation
- 2.6 Die erste Kampag...
- Kapitel 3: Auswahlproze...
- 3.1 Lead-Formular & C...
- 3.2 Follow-up & Konta...
- 3.4 Präsentation der P...
- 3.5 Vertragsangebot ...
- Kapitel 4: Onboarding &...**
- 4.1 Strukturierter Eina...
- 4.2 Schulungen & Trai...
- 4.3 Management & W...
- 4.4 Feedback & KPIs ...

Kapitel 4: Onboarding & Training – Neue Mitarbeiter erfolgreich einarbeiten

Die Einarbeitung neuer Mitarbeiter ist entscheidend für deren langfristige Motivation und Produktivität. Ein gut strukturiertes Onboarding sorgt dafür, dass sich neue Teammitglieder von Anfang an willkommen fühlen, schnell eingearbeitet werden und effektiv in die Praxisabläufe integriert sind.

 **Buch Tipp:**

Bringing the Dream Back to Small Business Worldwide!

The E Myth Revisited

Why Most Small Businesses Don't Work and What to Do About It

MICHAEL E. GERBER

The World's #1 Small Business Guru

Thinking in Systems

A Primer

Donella H. Meadows

Edited by Diana Wright, Sustainability Institute



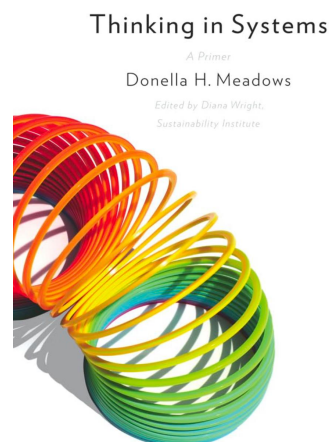
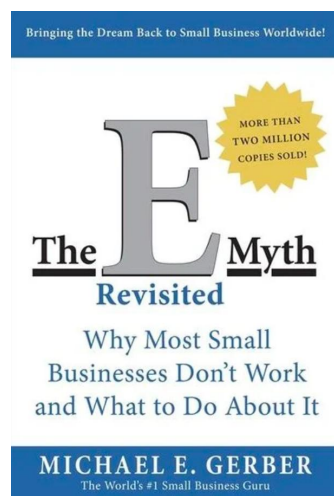


Video Link: <https://www.loom.com/share/cf29f5c803a84920ae012b2c3d9a92ed>

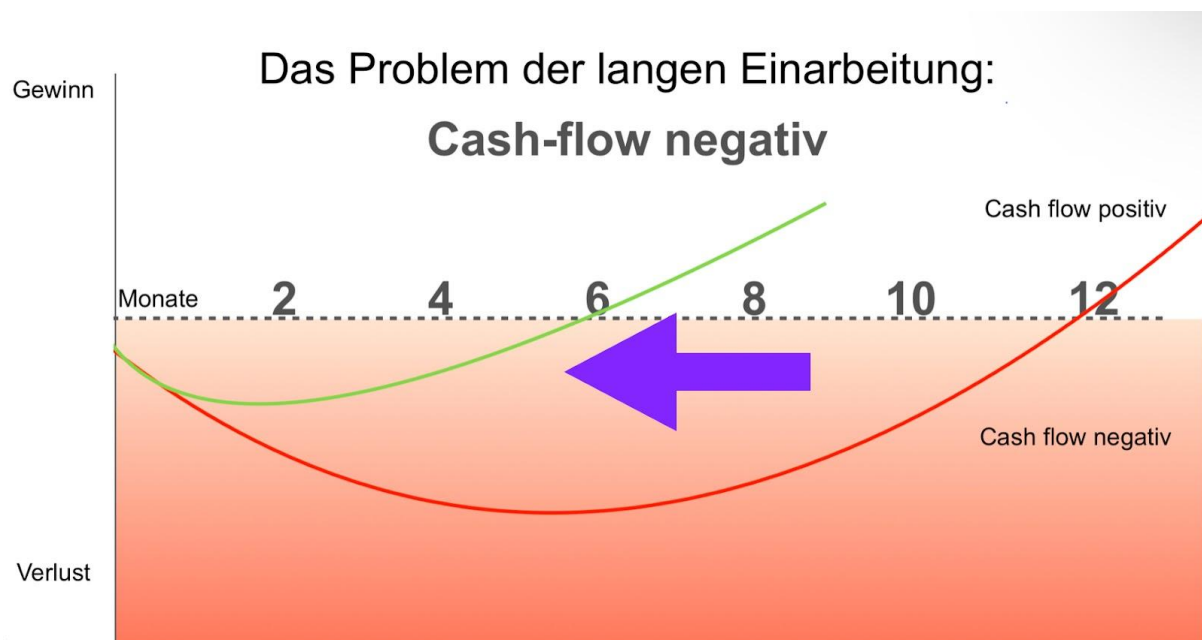
Die Einarbeitung neuer Mitarbeiter ist entscheidend für deren langfristige Motivation und Produktivität. Ein gut strukturiertes Onboarding sorgt dafür, dass sich neue Teammitglieder von Anfang an willkommen fühlen, schnell eingearbeitet werden und effektiv in die Praxisabläufe integriert sind.



Buch Tipp:



Warum ist Onboarding so wichtig? Kosten und Belastung eines Onboardings:



4.1 Strukturierter Einarbeitungsplan – Ein klarer Start für neue Mitarbeiter

Neue Mitarbeiter brauchen eine klare Orientierung, um sich in den ersten Wochen schnell zurechtzufinden. Ein Einarbeitungsplan hilft dabei, alle wichtigen Informationen strukturiert zu vermitteln.

Die ersten Tage:

- 📌 Begrüßung & Vorstellen des Teams
- 📌 Führung durch die Praxis & Arbeitsplatz-Einweisung
- 📌 Übergabe eines Willkommenspakets (z. B. mit Arbeitsmaterialien & Praxisleitfaden)

Die ersten Wochen:

- 📌 Schrittweise Einführung in die Abläufe der Praxis
- 📌 Training an den genutzten Praxisprogrammen (z. B. Abrechnungssoftware)
- 📌 Schattentage mit erfahrenen Kollegen zur praktischen Einarbeitung

➡ Tipps zur weiteren individuellen Anpassungen:

- Gibt es bereits einen strukturierten Einarbeitungsplan oder muss er erstellt werden?
- Welche Programme & Abläufe sind für neue Mitarbeiter besonders wichtig?

4.2 Schulungen & Training – Fachliche & persönliche Entwicklung fördern

Regelmäßige Schulungen sorgen dafür, dass Mitarbeiter stets auf dem neuesten Stand sind und sich weiterentwickeln können.

Mögliche Schulungsthemen:

 Hygiene & Arbeitssicherheit: Aktuelle Vorschriften & praktische Umsetzung.
([zenday ebook: 3 Schritte QM](#))

 Praxissoftware & Terminmanagement: Effiziente Nutzung der Programme.

 Pro Tipp: Loom

 Patientenkommunikation: Umgang mit unterschiedlichen Patiententypen.

 Notfallmanagement & Erste Hilfe: Wichtige Sofortmaßnahmen in der Praxis.

 Individuelle Geräte-Einträge (!)

 Pro Tipp: YouTube Videos der Hersteller verlinken

 Pro Tipp: Bedienungsanleitungen aufbereiten

 Tagesablauf

➡ Lücke für spezifische Schulungsthemen:

- Welche Schulungen sind für neue Mitarbeiter besonders relevant?
- Gibt es bereits ein internes Fortbildungsprogramm?

4.3 Management & Workflow – Effiziente Prozesse für neue Mitarbeiter

Eine gute Praxisorganisation hilft neuen Mitarbeitern, sich schnell in den Arbeitsablauf einzufügen.

Effiziente Arbeitsprozesse:

- ✓ Klare Arbeitsanweisungen & Checklisten für wiederkehrende Aufgaben
- ✓ Digitale Tools für Wissensmanagement, Aufgabenmanagement und zur Kommunikation
- ✓ Verantwortlichkeiten klar definieren (z. B. wer ist Ansprechpartner für Fragen?)

➔ Lücke für praxisbezogene Prozesse:

- Welche Arbeitsabläufe sollen neuen Mitarbeitern besonders schnell vermittelt werden?
- Welche digitalen Tools oder Organisationsmethoden nutzt die Praxis bereits?

4.4 Feedback & KPIs – Erfolg messbar machen & kontinuierlich verbessern

Ein gutes Onboarding endet nicht nach ein paar Wochen. Regelmäßiges Feedback & Erfolgskontrollen helfen neuen Mitarbeitern, sich weiterzuentwickeln.

Wichtige Maßnahmen für erfolgreiches Feedback:

- ✚ Regelmäßige Feedbackgespräche mit dem Vorgesetzten
- ✚ Checkliste zur Überprüfung des Lernfortschritts
- ✚ Mitarbeiterbefragungen zur Optimierung des Onboarding-Prozesses

➔ Lücke für spezifische KPIs & Erfolgsmessung:

- Gibt es definierte Kennzahlen zur Erfolgskontrolle während der Einarbeitung?
- Welche Methoden zur Feedback-Einholung werden bereits genutzt?

Zusammenfassung & Nächste Schritte

Onboarding-Maßnahme	Warum wichtig?	To-Do für die Praxis
Strukturierter Einarbeitungsplan	Erleichtert neuen Mitarbeitern den Einstieg	✓ Falls nicht vorhanden, erstellen
Regelmäßige Schulungen & Training	Fördert Fachwissen & Soft Skills	✓ Schulungsthemen & Zeitplan festlegen
Klare Arbeitsprozesse & Verantwortlichkeiten	Verhindert Unsicherheiten & verbessert Effizienz	✓ Prozesse dokumentieren & kommunizieren
Regelmäßiges Feedback & Erfolgsmessung	Unterstützt neue Mitarbeiter & optimiert das Onboarding	✓ Feedbackmechanismen implementieren

Danke!

Und viel Erfolg...

www.zen-day.de