

Bereikbaarheid in de praktijk

Het gebruik van sociale media, zoals Twitter, Facebook, LinkedIn en YouTube, is in de moderne samenleving niet meer weg te denken. Sociale media bestaan uit internettoepassingen die het mogelijk maken tekst, beeld en geluid met elkaar te delen op een gebruiksvriendelijke manier. Met het benutten van de mogelijkheden van sociale media kan de gebruiker eenvoudiger voldoen aan zijn behoeften van sociaal gedrag, erkenning en zelfontplooiing. Ook tandartsen en tandartspraktijken maken steeds veelvuldiger gebruik van sociale media. Op de betreffende website van een tandartspraktijk staat dan vaak het bekende doorklikicoontje naar de sociale media.

Sociale media hebben een aantal sterke kanten. Zij zijn vaak erg actueel, overall snel ter plekke, digitaal gesproken dan, en de inhoud van een website is eenvoudig te verspreiden. Een nadeel is dat iedereen van alles kan zeggen over de desbetreffende bedrijven of personen, zonder dat duidelijk is of de feiten op waarheid berusten of onnodig beschadigend zijn. Zo stond vorig jaar in de *Daily Mail* een schokkend verhaal over een vrouwelijke tandarts die uit wraak onder narcose alle

gebitselementen van haar ex-vriend had verwijderd. Toen dit verhaal later werd geverifieerd, bleek het niet op waarheid te berusten. De redactie van de krant had het bericht klakkeloos overgenomen van sociale media en men wist ook niet meer precies waar het bericht vandaan kwam.

De website van een tandarts is in eerste instantie een visitekaartje naar de buitenwereld, maar dient evenzeer een goede bron van informatie te zijn richting huidige en/of potentiële patiënten. Mede dankzij het experiment 'vrije prijsvorming mondzorg' in 2012, waarbij de belangrijke randvoorwaarde werd gesteld dat transparantie - en daarmee ook een praktijkwebsite - hoog in het vaandel moest staan, is het aantal praktijkwebsites in Nederland de afgelopen jaren aanzienlijk toegenomen. Waar volgens onderzoek van de Nederlandse Maatschappij tot bevordering der Tandheelkunde (NMT) uit 2006 nog slechts 17% van de praktijken over een website beschikte, bleek dit percentage in januari 2012 toegenomen te zijn tot 87. Hierbij is het wel van belang dat de website concrete, actuele en volledige informatie bevat. Richtlijnen hiervoor zijn onder andere te vinden in de Europese 'Code of Ethics for Dentists' uit 2007, het Europese 'Manuel of Dental Practice' uit 2009 en de 'Gedragsregels voor tandartsen' van de NMT.

In het najaar van 2012 hebben 2 bachelorstudenten van het Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam (ACTA) een inventarisatie gemaakt van de aanwezigheid, de inhoud en de kwaliteit van de tandheelkundewebsites in Nederland. Hiertoe namen zij een steekproef uit de 'Tandartsengids' van de NMT. Met behulp van een uitgebreide checklist werden de websites geëvalueerd. Uit dit onderzoek onder ruim 300 tandartsen bleek dat 89% van de praktijken inmiddels over een website beschikte. Wel was er een groot verschil aantoonbaar wat de inhoud en de kwaliteit van de websites betrof. Geen enkele website voldeed aan alle eisen van de eerder genoemde codes

en gedragsregels. Verplichte onderdelen als het vermelden van een BIG-nummer en verwijzing naar het BIG-register waren veelal niet aanwezig. Ook ontbraken in zo'n 10% van de gevallen de naam van de tandarts en het e-mailadres van de praktijk op de websites. Op dit moment worden deze gegevens verder geanalyseerd en bewerkt voor een publicatie in het *Nederlands Tijdschrift voor Tandheelkunde*.

Uit recent promotieonderzoek van Rutger Sonneveld bleek dat meer dan de helft van de patiënten en van de tandartsen vinden dat de praktijktelefoon binnen 30 seconden moet worden opgenomen. Een veldonderzoek door dental-Info uit 2011 liet echter zien dat de telefonische bereikbaarheid van tandartsen niet hoog scoort. Ruim een derde van de tandartspraktijken was 's middags telefonisch slecht bereikbaar. De patiënt kreeg dan een ingesproken bericht te horen of er werd helemaal niet opgenomen. In de ochtend moest een kwart van de patiënten herhaaldelijk bellen voordat werd opgenomen of zij werden 'in de wacht' gezet. Telefonische onbereikbaarheid blijkt een van de grootste ergernissen van patiënten te zijn. Op dit terrein valt dus nog een flinke winst te behalen in tevredenheidsonderzoeken. In plaats van voortdurend te twitteren, Facebook bij te werken of het profiel op LinkedIn te verbeteren, is het misschien een beter idee om eerst de rinkelende telefoon op te nemen...

Ten slotte iets anders. In de rubriek 'Nieuws' start met ingang van deze editie het onderdeel 'Onder de loep!' in het tijdschrift. Hierin wordt door promovendi ingegaan op hun lopende promotieonderzoek. De redactie wil met 'Onder de loep' de lezer bekend maken met het huidige tandheelkundig onderzoek en een inkijkje geven in de beslommeringen rondom promotieonderzoek. Het eerste 'proefkonijn' in dit nieuwe onderdeel van het tijdschrift is Denise Duijster, promovenda aan het Academisch Centrum Tandheelkunde Amsterdam.

