

Praxiskommunikation

Verunsicherte Patienten, Kaufzurückhaltung, NEIN zum notwendigen Zahnersatz - jetzt ist professionelle Kommunikation gefragt.



Oder:

Kommunizieren, als würde es um die Wurst gehen,
denn darum geht es!

Herzlich Willkommen!

Claudia Huhn

Diplomkauffrau und Pädagogin

Inhaberin des Zahnärztinnen und Ärztinnen Netzwerks

Beraterin/Trainerin/Coach für vertriebliche Kommunikation



Patientenkommunikation – souverän, einfach, erfolgreich

- Der Patient als Kunde: Erwartungen, Ansprüche, ...
- Was erwartet ein Kunde von einer guten Beratung?
- Gut geplant/organisiert, ist halb gewonnen!
- Wer macht was, wann und wie?
- Zielorientierte Patientenberatung ja bitte – aber wie?
- Faktoren erfolgreicher Patientenberatung

Patientenkommunikation – souverän, einfach, erfolgreich

Grundhaltung:

Patientenberatung ist ein Verkaufsgespräch

Jeder Patient geht mit der für ihn besten Versorgung aus der Praxis

Beraten oder verkaufen?

*Patientenberatung folgt einer Choreographie, gleich einer
Opernpremiere.*

Es kommt auf jeden Ton und
jeden Schritt an!

Ihr Patient als Kunde, ist ...

- ... umfassender informiert, mit einer mehr oder weniger klaren Vorstellung von Qualität, Präzision, Ästhetik und Lebensgefühl
- ... zahnbewußter im Sinne von mitverantwortlicher Partner der Behandlungsabläufe
- ... selbstbewußter
- ... selbstbestimmter
- ... kalkulierend auf der Basis einer Kosten-Nutzen-Analyse

Patientenansprüche an Ihre Zahnarztpraxis

Sekundärkriterien als Entscheidungsgrundlage

- Das Erscheinungsbild der Praxis
- Das Auftreten des Praxisteam
- Die Praxisatmosphäre
- Die Professionalität der Patientenberatung
- Das Leistungs- und Behandlungsspektrum
- Die Wartezeit
- Der Grad der persönlichen Wertschätzung

Verbesserung der Kundenwahrnehmung

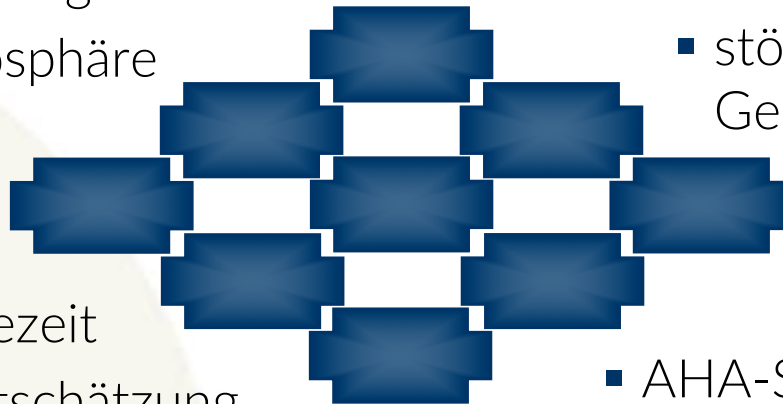
Verbesserung der Kundenwahrnehmung durch Verbesserung der Einflussfaktoren

- Sauberkeit, Ordnung, ansprechendes Interieur
- freundlicher Empfang
- angenehme Atmosphäre

- professionelle Anschauungsmaterialien
- verständliche Beratung
- störungsfreie, ruhige Gesprächsatmosphäre

- akzeptable Wartezeit
- persönliche Wertschätzung

- AHA-Service
- Nachbetreuung



Kundenerwartungen an gute Beratung

Sie sollen ...

- ... sein Selbstwertgefühl nicht angreifen.
- ... ihn nicht langweilen.
- ... ihn aktiv miteinbeziehen: Ich will mitdenken und nicht passiv berieselt werden!
- ... seine Fragen und/oder Einwände ernst nehmen.

Entscheidungskriterien der Patienten:

- Ist der Anbieter seriös, integer und untadelig?
- Hat er eine Antwort auf meine Fragen?
- Hat er eine Lösung für mein Problem?
- Hat er eine Möglichkeit meine Wünsche verständlich zu erfüllen?
- Ist der Nutzen des Angebotes tatsächlich gegeben?
- Ist der Nutzen des Angebotes tatsächlich so wertvoll, dass ich, um die Vorteile des Angebotes zu erlangen, auf etwas anderes verzichten möchte?

Gut geplant ist halb gewonnen!

... wer macht was, wann und wie?

- a) Wer informiert Ihre Patienten über Ihr Leistungsangebot?
- b) Was informiert Ihre Patienten über Ihr Leistungsangebot? (Flyer, Poster, Modelle)
- c) Wann spricht wer mit Ihren Patienten über Ihr Leistungsangebot?
- d) Wie sprechen Sie in Ihrer Praxis über Ihr Leistungsangebot?

Bedarfsarten

1. Dringender Bedarf

- Klar, konkret, deutlich, sofort

Beispiel:

„Frau Maier, Ihre Kronenränder sind nicht mehr dicht. Dadurch entsteht ein kaum zu verhinderndes Kariesrisiko. Hier müssen wir jetzt dringend eine neue Brücke machen. Bitte machen Sie einen Termin, damit wir dieses Thema angehen können.“

Bedarfsarten

2. Wichtiger Bedarf

- Klar, konkret, informierend, Umsetzung beim nächsten Termin

Beispiel:

“Frau Maier, die Kronenränder Ihrer Brücke links unten liegen mittlerweile in einem Umfang frei, der auf Dauer nicht gut für Ihre Zähne unter den Kronen ist. Für heute würde ich sagen, lassen wir es dabei bewenden. Mir ist nur wichtig, dass Sie wissen, dass wir bei Ihrem nächsten Besuch hier über eine neue Versorgung reden müssen, wenn wir nicht Gefahr laufen wollen, dass sich Karies bildet und wir im Extrem diese Pfeiler verlieren.“

Bedarfsarten

3. Möglicher Bedarf

- Hinterfragen, Idee geben, Beratung beim nächsten Termin

Beispiel:

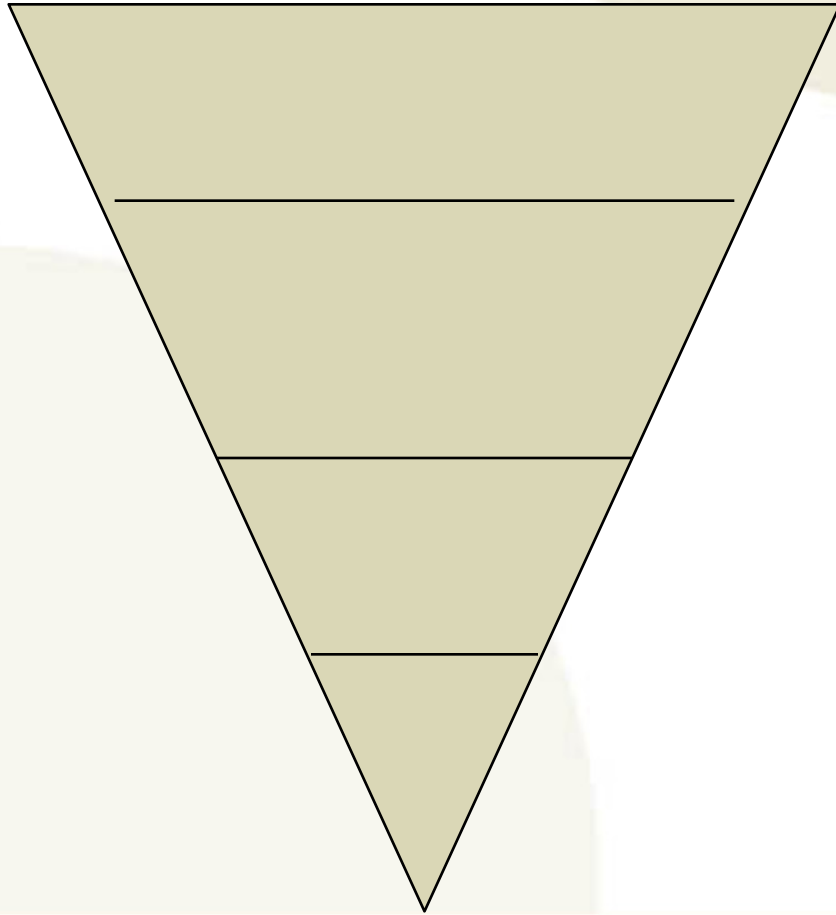
„Frau Maier, darf ich Ihnen eine Frage stellen?

Stören Sie die dunklen Füllungen, wenn Sie lachen? Vielleicht schauen Sie einmal Zuhause im Spiegel, was Ihr Gegenüber in Ihrem Mund sieht, wenn Sie miteinander lachen. Es gibt heute hervorragende Lösungen für diese Fälle, die dafür sorgen, dass niemand sehen kann, dass sie einmal Karies hatten. Wenn Sie Lust haben, lassen Sie uns beim nächsten Besuch drüber reden. “

Dem Gespräch einen Wert geben

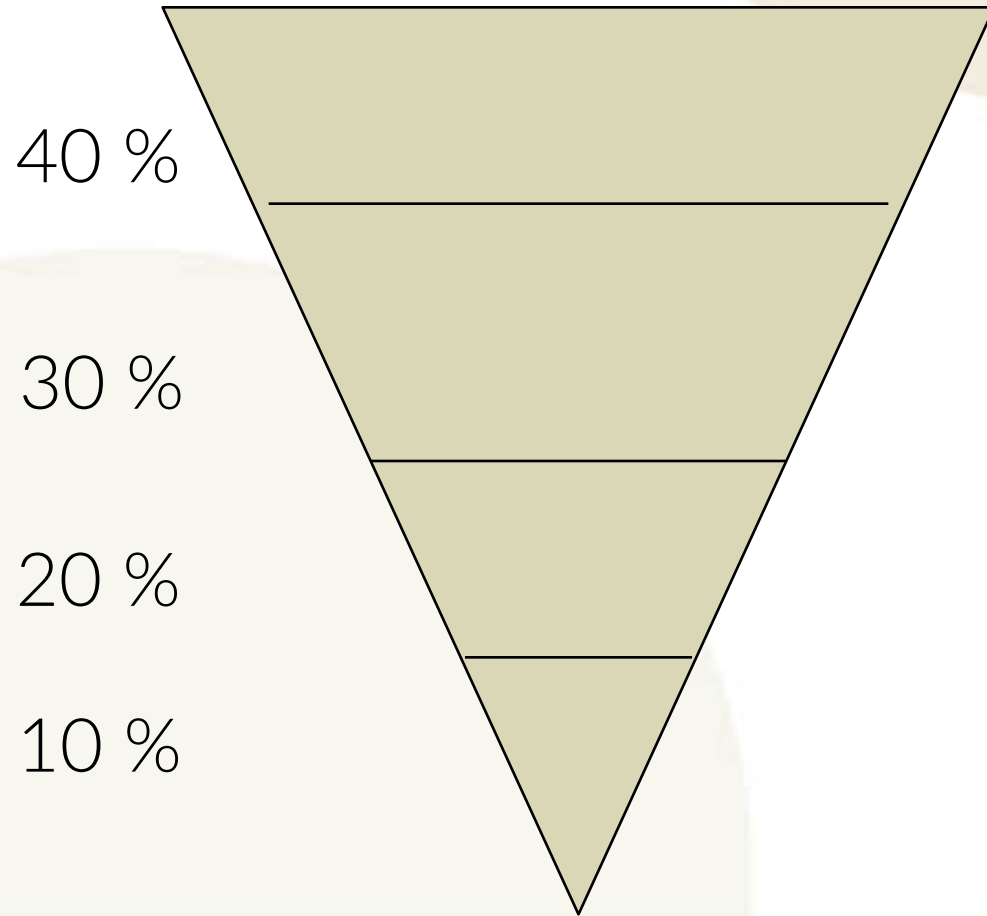
- 1) ZE-Beratung nicht im Anschluß an O1 oder eine Behandlung durchführen – extra Termin vereinbaren
- 2) Ausreichend Zeit für die Beratungen einplanen (min. 30 Minuten, bei umfangreichen Versorgungungen 45 Minuten)

Aufbau eines Beratungsgesprächs



1. Begrüßung:
Sympathie/Vertrauensaufbau
2. Bedarfsanalyse
3. Angebotsphase
2. Abschluß

4 Phasen im Beratungsgespräch



1. Begrüßung:
Sympathie-/Vertrauensaufbau

2. Bedarfsanalyse

3. Angebotsphase

4. Abschluß

Faktoren erfolgreicher Beratungsgespräche

- 1) Entscheiden Sie sich für eine Positionierung – Fisch oder Fleisch, heiß oder kalt – aber nicht Flisch und nicht lauwarm!
- 2) Nicht „Hüterin des Geldes des Patienten“ sein
- 3) Keine Erwartungshaltung bezüglich des Zahnbewußtseins des Patienten haben
- 4) Ihr Patient kann keine Wünsche/Vorstellungen nennen: Dann erarbeiten Sie gemeinsam mit Ihrem Patienten seine Wünsche

Faktoren erfolgreicher Beratungsgespräche:

- 5) Stellen Sie Fragen - Je nach Patiententyp offene oder geschlossene.
- 6) Hören Sie zu, was Ihr Patient Ihnen sagt! Hören Sie vor allem zwischen den Zeilen, denn das, was er nicht sagt, ist häufig viel wichtiger.
- 7) Gehen Sie immer davon aus, dass Ihr Patient für sich nur die beste Versorgung wünscht.
- 8) Lenken Sie das Gespräch, damit der Patient die „richtige“ Entscheidung trifft.

Beraten oder verkaufen?

Der Unterschied zwischen dem richtigen Wort
und dem beinahe richtigen
ist der derselbe Unterschied wie zwischen dem Blitz
und einem Glühwürmchen

(Mark Twain)

Viel Spaß beim Beratungsgewitter!