

Unsere Patienten, mein Chef und ich:

# Die Praxismitarbeiterin als zentraler Kommunikationspartner

25 Highlights einer bemerkenswerten Veranstaltung

von Dr. Nicole V. Wagner

MÜNCHEN – Gelegentlich braucht auch eine Chefin bzw. ein Chef einen Motivations-schub und bucht eine Fortbildung. Doch das Problem vieler derartiger Veranstaltungen ist es, dass wir von ihnen sehr begeistert in unsere Praxis kommen, unsere Mitarbeiterinnen jedoch alles andere als überzeugt sind. Viele der Neuerungen verlaufen so im Sand. Was bringt denn dann die Fortbildung? Geht es auch anders?

Das Konzept des „Praxistages 2006“ von Hans-Uwe L. Köhler geht auf diese Herausforderung ein. Zum Praxistag geht das gesamte Praxisteam und nicht der Zahnarzt alleine. So kann sich das Team gegenseitig motivieren und die Neuerungen verwirklichen.

*Im Folgenden nun 25 Highlights einer Veranstaltung, die Sie sofort in Ihrer Praxis umsetzen können.*

## 1. Wie kommen Sie und Ihr Team an die Spitze?

Indem Sie nie mehr erklären, warum etwas nicht geht!

Damit beseitigen Sie den größten Energiekiller. Konzentrieren Sie sich darauf, was Sie erreichen wollen und sprechen Sie darüber.

## 2. Wovon hängt Ihr Erfolg ab?

Ob eine Idee funktioniert oder nicht, hängt nicht vom örtlichen Standort ab! Wie erfolg-

reich Sie sind, ist auch nicht von ihren fachlichen Kompetenzen abhängig, es wird ausschließlich von Ihren kommunikativen Fähigkeiten bestimmt. Doch welcher Zahnarzt nimmt sich die Zeit, diese Fähigkeiten zu trainieren? **Tipp:** Bei Hans-Uwe L. Köhler können Sie das schnell und effektiv lernen.

## 3. Was zeichnet ein Spitzenteam aus?

Jeder im Team muss seinen Beruf lieben, damit er diese Liebe im Umgang mit Patienten und Teammitgliedern weitergeben kann. Wer seinen Beruf nicht mag, soll doch bitte etwas anderes machen. Jeder hat die freie Wahl! **Tipp für Zahnarzt und HelferIn gleichermaßen:** Wenn Ihnen etwas nicht gefällt, sprechen Sie darüber, aber maulen Sie nicht rum.

## 4. Wie wird ein Team spitze?

Indem die Chefs ihren Mitarbeiterinnen mehr zutrauen, denn sie können und wollen mehr. Wenn Sie Menschen fördern wollen, dann fordern Sie sie!

## 5. Was ist die Basis eines jeglichen Umgangs mit Menschen?

- Wer sich selbst nicht mag, der kann andere nicht mögen.
- Wer sich selbst nicht liebt, der kann andere nicht lieben.
- Wer andere nicht lieben kann, hat im Umgang mit Menschen nichts zu suchen.



Hans-Uwe L. Köhler

## • Wer mit Menschen umgeht, geht mit Seelen um. Er betritt heiligen Boden.

Die Sehnsucht nach Geltung und Anerkennung.

## 6. Was ist das Wichtigste, um etwas zu erreichen?

Das Wichtigste ist die **Zielformulierung!** Klären Sie folgende Fragen:

- Was wollen Sie erreichen?
- Welches Ziel steuern Sie an?

## 7. Was ist das Entscheidende einer Spitzenpraxis?

Eine Spitzenpraxis ist anders – **außergewöhnlich.**

**Aufgabe:** In welchen Bereichen sind Sie das bzw. in welchem Bereich wollen Sie es werden?

Maßgeblich hierbei ist, dass Sie in diesem Bereich die Nummer 1 sind bzw. werden – denn wer kennt schon die Nummer 2?

## 8. Was ist mentales Kuscheln?

Dies sind kleine Glücksbotschaften für das gesamte Team und den Patienten.

**Tipp:** Rufen Sie das Team nach der Behandlung zusammen und bewundern Sie gemeinsam die Arbeit.

Die eigene Erfahrung der Autorin hat gezeigt, dass dies nicht nur ein Multiplikator von Patienten ist, sondern den Zusammenhalt der Praxis steigert. Das Team identifiziert sich mit der Arbeit.

## 9. Welches ist der am weitesten verbreitete Wunsch aller Menschen?

Sie werden begeistert sein, wenn Sie feststellen, was diese einfache Maßnahme bewirkt.

*Nun kommen wir zum Gespräch mit dem Patienten.*

## 10. Kennen Sie es, dass der Patient fragt, wann er wieder etwas essen darf?

Dies ist oft ein verzweifelter Versuch des Patienten, mit seinem Behandler ins Gespräch zu kommen. Befriedigen Sie doch einfach dieses Bedürfnis.

**Tipp:** Nachdem man am Patienten gearbeitet hat, nimmt sich der/die Zahnarzt/in die Zeit und erklärt dem Patienten, was er da eigentlich gemacht hat. Somit machen Sie Patienten zu Multiplikatoren und erwirtschaften ein Maximum – und machen dabei Ihre Patienten glücklich und zufrieden.

## 11. Was ist das wichtigste körpersprachliche Signal bei der Besprechung des HKPs?

Das Aufklappen der Hände, das Öffnen der Handflächen zum Patienten hin – so zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie unbewaffnet sind.

## 12. Wie kann die Mitarbeiterin das Gespräch unterstützen?

Sehr gut ist es zu lächeln und zu nicken, wenn der/die Chef/Chefin redet. Die Mitarbeiterin bestätigt somit körper-sprachlich, was gerade gesagt wurde. Dies geht sofort ins Unterbewusstsein des Patienten/Kunden.

## 13. Worum geht es dem Patienten/Kunden beim Kaufen?

Es geht dem Patienten nicht um eine Krone oder um ein Implantat. Es geht ihm um **Kauf-motive** wie **Sicherheit** und **Halbarkeit**. Sprechen Sie darüber.

## 14. Das Kaufmotiv „Erhalt der eigenen Gesundheit“ steht übrigens an letzter Stelle.

Wenn man auf der Schiene Gesundheit fährt, ist man deshalb am Ende aller Kaufmotive. Wenn sich die Praxis allerdings auf den Bereich Wellness – Spa ausrichtet, sieht es dagegen anders aus.

## 15. Eines der bedeutendsten Kaufmotive überhaupt ist der Wunsch nach Bequemlichkeit.

Richtig und falsch gibt es in der Schule und das macht keinen Spaß.

**Tipp:** Sagen Sie ihren Patienten: „Am bequemsten putzen Sie, ...“ Entscheidend hierbei ist es, das Wort „bequem“ auch entsprechend zu betonen.

*Im Folgenden einige Tipps zu häufigen Patientenaussagen:*



Training fürs „Verkaufsgespräch“.

**16. Der Patient sagt: „Das ist aber teuer.“**

Bleiben Sie ganz ruhig – der Kunde kauft gerade.

Ihre Antwort könnte lauten: „Stimmt genau, da haben Sie recht.“

**17. Der Patient sagt: „Das ist zu teuer.“**

Hier findet ein Vergleich statt. Nun gilt es herauszufinden, womit wird verglichen?

Fragen Sie ganz einfach: „Wie meinen Sie das?“ Bitte beachten Sie dabei: Bloß nicht verteidigen! Siehe dazu ganz vorne Punkt 1: Nie mehr erklären, wieso etwas nicht funktioniert (Energiekiller Nr. 1).

**18. Der Patient sagt: „Beim anderen ist es billiger!“**

Was bedeutet diese Patientenaussage wirklich? Der Patient war bei einem anderen Zahnarzt. Das ist vorbei. Jetzt ist er hier bei Ihnen. Warum wohl? Er weiß doch, dass der andere günstiger ist. Antwort: Der Patient möchte den Wert erklärt bekommen. Also erklären Sie ihm diesen Wert.

**19. Der Patient fragt: „Geht das nicht auch billiger?“**

Antwort: „Na klar, auf was wollen Sie verzichten?“

**20. Der Patient sagt: „Sie sind eine Apotheke!“**

Antwort: „Herr Pfennigfuchser, wenn Sie damit unsere Servicebereitschaft und unsere Qualität meinen, dann stimmt das!“ Drehen Sie einfach das Argument komplett um.

*Es folgen direkte Maßnahmen für den Praxisalltag. Einige Dinge müssen Sie nur umdefinieren, andere in die Tat umsetzen. Vielleicht machen Sie aus einigen sogar Ihre persönliche Affirmation für Ihren Beruf?*

**21. Ab sofort gilt: Misserfolg ist Lernen.**

**22. Mein Beruf ist meine „Mission“.**

**23. Mein Beruf als Zahnarzt-helferin hat einen Auftrag!**  
Definieren Sie ihn.

**24. Sagen Sie sich: Ich bin Zahnarzt! – ich schenke Menschen ihr Lachen zurück, das pure Glück! Lebensqualität vergrößern, das kann ich, dafür bin ich exzellent ausgebildet worden.**

**25. Last, but not least: Begeistern Sie sich und Ihr Umfeld. Denn Begeisterung**

- überzeugt!
- lässt Ziele erreichen!
- ist perfekte Eigenmotivation = stete Energiequelle!
- macht sympathisch!
- macht leistungsfähig!
- schafft Mitstreiter!

Die Autorin selbst hatte bereits einen Wochenkurs bei Hans-Uwe L. Köhler auf Mallorca\*\* besucht. Doch nach einer gewissen Zeit tat es mal wieder gut, das Wissen aufzufrischen. Nun konnten wir eine

Standortanalyse machen: Was haben wir bereits umgesetzt, was können wir noch tun? Zudem gibt es doch immer wieder etwas Neues von Hans-Uwe L. Köhler zu lernen. Das Gespräch mit ihm ergab auch, dass im September sein neues Buch erscheint. Hier geht er ausführlich auf den Small-Talk mit dem Patienten ein, der vielen von uns so schwer fällt. Auf dieses Buch freue ich mich schon sehr und werde eine der ersten sein, die es bestellt.

Was auch eine super Idee ist, ist das Hörbuch\*\*\* von seinem Bestseller: „Verkaufen ist wie Liebe“. Zeit zum Lesen habe ich selten, aber im Auto etwas anhören, das geht schon – ich wundere mich immer, wie viel man so ganz mühelos nebenbei aufnehmen kann.

Falls Sie Hans-Uwe L. Köhler live erleben möchten – vielleicht ist der Praxistag\*\*\*\* in den nächsten Wochen ja auch in Ihrer Nähe. Viel Spaß dabei! ☑

**Appetit bekommen auf den Praxistag 2006?**

Hier die aktuellen Tourdaten:

- 31.5. Berlin
- 21.6. Köln
- 28.6. Stuttgart
- 13.9. Halle
- 11.10. Hannover
- 18.10. Ulm
- 8.11. Essen
- 15.11. Dresden
- 22.11. Fulda
- 29.11. Hamburg

ANZEIGE

# Flemming

DENTAL



Schon ab  
**€ 5,57**  
monatlich\*

## DentSelect

Private Zusatzversicherung:  
Mehr Zahnersatz für gesetzlich Versicherte.

# 30 % Kostenübernahme - auch für Keramik- und Implantat-Versorgungen!\*\*

Informieren Sie sich: 0800 353 664 64  
[www.Flemming-Dental.de](http://www.Flemming-Dental.de)

\*Beitragssatz für einen 30jährigen Mann  
\*\*Während der ersten 3 Jahre Erstattungshöchstbetrag € 250,- pro Jahr. Ab dem 4. Versicherungsjahr keine Begrenzung mehr.

Hinweis: Es gelten die Allgemeinen Versicherungsbedingungen und Beiträge des Tarifs 723Plus der Allianz Privaten Krankenversicherungs-AG in der bei Vertragsabschluss des jeweiligen Versicherungsvertrages gültigen Fassung.

# Schöne Zähne.

\* Funktioniert uneingeschränkt auch bei Zahnärztinnen ;-)) Die Redaktion versucht solche Doppelbenamungen in der Regel aus Gründen der Leservereinfachung zu vermeiden.

\*\* Näheres dazu unter [www.ifg-hl.de](http://www.ifg-hl.de)

\*\*\* [www.hans-uwe-koehler.de](http://www.hans-uwe-koehler.de)

\*\*\*\* [www.praxistag2006.de](http://www.praxistag2006.de)