



© Axel Thüne, Illustration aus dem Buch „Die Magnetpraxis“

**Sie sind auf der Suche nach dem ultimativen Kick für ein erfolgreiches Beratungsgespräch? Lassen Sie aus Kostenvoranschlägen „perfekte“ Wunschlösungen entstehen und Ihre Patienten werden mit Freude die Rechnung bezahlen und die positiven Erlebnisse weitererzählen.**

Um das zu erreichen, benötigen Sie mehr, als nur ein paar rhetorisch geschliffene Sätze. Es bedarf eines intensiven Vertrauensaufbaus vor dem Beratungsgespräch, denn die Grundlage jeglicher Entscheidung ist Vertrauen. Wenn Menschen in einer Zahnarztpraxis wie Patienten (Erduldende, Kranke) behandelt werden und sobald es um das „liebe Geld“ geht zum Kunden werden, scheint das sehr verdächtig.

### Überlegungen

Lange vor dem Beratungsgespräch kommt die Überlegung, welche Zielgruppe möchte ich mit meinen Leistungen erreichen? Was sollen unsere Patienten über uns sagen? Möchten wir zufriedene oder begeisterte Patienten? Welchen Eindruck vermittelt unsere Homepage? Ist klar zu erkennen, welche ästhetischen Highlights in unserer Praxis erreicht werden können?

Sie und Ihr Team sind einzigartig. Daher gilt es gemeinsam herauszufinden, wie Sie in Ihrer Praxis den Weg bis zum Beratungsgespräch gestalten. Finden Sie heraus, welche vertrauensfördernden Aktivitäten es braucht, um mit Ihren Patienten die ideale Wunschlösung zu finden. Wenn das Thema „Außendarstellung“

# Vom Beratungsgespräch zur Wunschlösung

Das Patientengespräch in einer „Magnetpraxis“

Ein Beitrag von Axel Thüne, Kieselbronn

geklärt ist, geht es um den persönlichen Kontakt. Was erleben Menschen, wenn Sie in Ihrer Praxis anrufen. Ist da die gestresste Meldung, die sich bereits tausendfach „bewährt“ hat oder fühlt sich der Anrufer freudig empfangen? Wie werden Menschen in Ihrer Praxis begrüßt? Fühlen sie sich wie beim Zahnarzt oder erleben sie von Anfang eine vertrauensvolle Atmosphäre? Der beste Weg ist die persönliche Begrüßung und möglicherweise schon erste Informationen zu den (ästhetischen) Möglichkeiten, die in der Praxis geboten werden. Nach der Zeit im Wartezimmer erfolgt das erste Bekanntmachen. Stellen Sie sich vor, Sie wollen jemanden kennenlernen und mit ihm die Basis für eine langfristige Beziehung schaffen. Würden Sie für den ersten wichtigen Augenblick ein Umfeld des Wohlfühlens und Geborgenseins wählen oder ein Umfeld das Angst bereitet? Mit Sicherheit verspüren Menschen auf einem Behandlungsstuhl und mit einem Lätzchen um den Hals, kein Wohlgefühl. Hinzu kommt, dass ein Behandler am Behandlungsstuhl keine kommunikationsfördernde Sitzposition mit dem passenden Abstand einnehmen kann. Bitte wählen Sie für das Erstgespräch einen anderen Ort. Ob es idealerweise das Beratungszimmer oder nur die kleine Gesprächsecke im Behandlungszimmer ist, Sie werden sofort die veränderte Gesprächsatmosphäre wahrnehmen können.

Starten Sie das Erstgespräch nicht mit der Frage „Was fehlt uns denn“ (außer beim Schmerzpatienten), sondern stellen Sie sich zunächst persönlich vor. Erklären Sie, warum Ihnen wichtig ist, etwas von der „Welt des Patienten“ zu erfahren. Es gilt zu fragen und zuzuhören. Lassen Sie Ihr Gegenüber von sich, seinen Erwartungen und Wünschen erzählen. In dieser wichtigen Phase erfahren Sie alles, um später in Ihrem Beratungsgespräch patientenorientiert die richtige Lösung zu finden. Doku-

mentieren Sie das Gehörte und geben Sie einen kurzen Überblick Ihrer Praxisphilosophie.

Erst jetzt geht es auf den Behandlungsstuhl. Sobald Sie diese Positionierung des Patienten nicht mehr für nötig erachten, erlösen Sie ihn bitte davon. Geben Sie erklärende Informationen in der Beratungsecke, im Stehen oder an einem Ort Ihrer Wahl.

Für das folgende Beratungsgespräch an einem neuen Termin wählen Sie einen Platz, der „Ästhetik“ ausstrahlt, das Umfeld hat enorme Auswirkungen auf den Verlauf. Bereiten Sie Ihre Aufzeichnungen aus dem Erstgespräch vor. Worauf legt Ihr Gegenüber besonders Wert, welche Erwartungen an Ihre Praxis hat er? Zu Beginn des Gespräches vermitteln Sie, was Sie in seinem Mund entdeckt haben und dass es jetzt darum geht, mit dem Patienten seine Wunschlösung zu finden. Erfragen Sie, welche Prioritäten er setzt. Soll die Therapie so einfach wie möglich oder funktionell und hochwertig gestaltet werden? Sensibilisieren Sie all Ihre Wahrnehmungskanäle, um herauszufinden, was sich hinter den Worten des Patienten verbirgt. Sobald Sie einen Anflug von Unsicherheit verspüren, haken Sie nach. „Habe ich Sie richtig verstanden, dass es für Sie wichtig ist ...“. Nachdem Sie die Wünsche Ihres Patienten kennen, erkunden Sie mit ihm die verschiedenen Möglichkeiten. Setzen Sie aktive Elemente wie Zeichnen, Vorher-Nachher-Bilder, Bilder von vergleichbaren ästhetischen Lösungen et cetera ein. Als hilfreich erweisen sich „Demo-Mappen“ im Praxisdesign, die über viel Bildmaterial verfügen. Für Technikfreaks, die mehr Hintergrundwissen wünschen, können Grafiken des technischen Ablaufs gezeigt werden. Bitte zeigen Sie dies aber nur auf Nachfrage des Patienten. Sie bevorzugen es, „elektronisch“ zu demonstrieren? In diesem Fall leisten „Tablet PCs“ hervorragende Dienste. Gipsmodelle zur Demonstration sind kontraproduktiv, da ein Veneer auf Gips für einen Patienten nicht ästhetisch erscheint. Die Vorstellungskraft wie dieses „Keramikteilchen“ auf dunklem Untergrund im Mund wirken soll, müsste enorm sein.

Lassen Sie Ihrem Patienten Zeit, um seine Entscheidung zu treffen. Warten Sie auf seine Fragen. Erzählen Sie bitte jetzt nur das, was abgefragt wird. Sobald Sie beginnen einen „Ästhetikvortrag“ zu halten, entsteht Skepsis. Nur Verkäufer, die nicht überzeugt von ihrer Leistung und dem passenden Preis sind, reden viel. Wenn wir viel reden, überreden wir. Überredungskünste haben jedoch nur ein kurzes „Haltbarkeitsdatum“. Im Gespräch wird nichts verstanden und wer nichts verstanden hat, wird auch nicht bereit sein,

dafür Geld zu zahlen. Beglückwünschen Sie am Ende Ihren Patienten zu seiner guten Wahl und besprechen Sie mit ihm den weiteren Ablauf. Erklären Sie ihm, wo die Arbeit angefertigt wird und erklären Sie ihm, warum Sie sich auf „Ihr“ Dentallabor verlassen. Je nach dem wie Sie dem Patienten die Wichtigkeit eines Besuchstermines im Labor kommunizieren, entsteht ein großer Unterschied in seiner Vorstellungswelt: Sagen Sie, dass er „noch zur Farbnahme muß“ oder, dass die für ihn angefertigten Zähne „maßkonfektioniert“ – also individuell für ihn entworfen und gefertigt werden. Als nächstes wird geklärt, welche Termine benötigt werden und wann der Patient mit der definitiven Arbeit rechnen darf. Apropos rechnen, geben Sie eine etwaige Hausnummer, was die Wunscherfüllung kostet und verweisen Sie auf eine detaillierte Kostenaufstellung. Diese Kostenaufklärung kann von einer Mitarbeiterin Ihres Vertrauens im Anschluss oder bei einem weiteren Termin übernommen werden.

Mit dieser vertrauensvollen Beratung steht der ästhetischen Wunschlösung mit Weiterempfehlungsfaktor nichts mehr im Wege. ■

#### Über den Autor

Axel Thüne ist ausgebildeter Groß- und Außenhandelskaufmann und akkreditierter Insights Discovery-Trainer und -Coach. Er hält Schulungen für Zahnarztpraxen, Dentallabore, Führungskräfte, Vertriebsmitarbeiter, Coaching-on-the-job für Verkäufer et cetera. Seit 2001 gilt seine volle Konzentration der Tätigkeit als Trainer, Moderator und Praxiscoach von Zahnarztpraxen. In seinen Kursen und Referaten geht es vor allem um die Details der Beratung und insbesondere um das „Wie“ in der Kommunikation. Dies geschieht unter Berücksichtigung der ethischen Anforderungen des Berufstandes.



#### Korrespondenzadresse

Axel Thüne  
Eisinger Straße 46  
75249 Kieselbronn  
Fon +49 7231 601981  
axel@axelthuene.de