

Wohlfühlpraxis mit Strategie ...

Teil 9

Beratung – oder was da wirklich passiert

► Axel Thüne

Sie hatten bei Ihrem Patienten verschiedene „Baustellen“ diagnostiziert und einen neuen Termin für ein entspanntes „Beratungsgespräch“ vereinbart. Wie so oft in letzter Zeit kam Ihnen vor diesem Gespräch noch ein Schmerzpatient dazwischen und dieses Keramikinlay, das ausgerechnet heute mal wieder nicht passen wollte. Sie huschen zum Beratungszimmer – oder wo auch immer Sie Beratungen durchführen – und treffen leicht gehetzt auf Ihren erwartungsvollen Patienten. Was passiert in diesem Moment wohl mit Ihrer Amygdala* und der des Patienten? Beide schreien AAALLAARM – bloß raus hier. Was glauben Sie, wie vertrauensvoll und effektiv wird dieses Gespräch verlaufen?

Finden Sie für „Beratungsgespräche“ Zeiten, die eine größtmögliche Chance für eine angenehme Gesprächssituation bieten. Blocken Sie davor so viel Zeit, dass Sie sich in die Patientensituation hineindenken und den Gesprächsverlauf vorbereiten können. Übrigens meist ist es äußerst hilfreich erfahrene Mitarbeiterinnen zu befragen, wie viel Zeit geblockt werden sollte. Aus meiner Erfahrung sehen Mitarbeiter die vorhandenen Zeitvolumina etwas effektiver als die Inhaber. Sie wissen schon was ich meine...

Angenommen all diese Voraussetzungen sind gegeben. Sie erreichen das Zimmer, in dem Patient schon erwartungsvoll sitzt. Sie sind entspannt und begrüßen Ihr Gegenüber vertrauensvoll und wertschätzend. Was passiert in genau diesem Moment mit der Amygdala* Ihres Patienten? Sie signalisiert erst ein-

mal Friede, obwohl sie sensibilisiert für ein ausuferndes Beratungsgespräch mit tausenden von Fachausdrücken ist. Bitte beginnen Sie jetzt nicht mit der klassischen Beratung. Also der Darstellung der aktuellen Situation im Mund, der Gefahren und der unzähligen Alternativen zur Lösung des Problems. Die Kunst eines vertrauensvollen Patientengesprächs liegt darin, nur das zu sagen, was Ihr Patient tatsächlich braucht, um mit Ihnen seine Wunschlösung zu entwickeln.

Dafür sollten Sie kurze, offene Fragen stellen und vor allem zuhören. Was gibt es zu loben? Hat der Patient PZR in Ihrer Praxis genossen und danach auch gut mitgearbeitet? Erschien er pünktlich zum Termin? Wie haben sich Füllungen, ZE, etc. in seinem Mund integriert? Was fällt Ihnen sonst noch auf? Nach diesem ersten Vertrauensaufbau können Sie schildern, was

Sie im Mund „entdeckt“ haben und wie damit aus medizinischer Sicht umgegangen werden sollte. Beobachten Sie genau, wie Ihr Gegenüber reagiert. Sprechen Sie Ihre Beobachtungen an. Wenn Sie das Gefühl haben, dass er etwas nicht versteht oder unsicher wird, dann fragen Sie bitte nach. Was würde entstehen, wenn Sie „darüber hinweg argumentieren“? Welchen Einfluss hätte das auf die Entscheidung Ihres Patienten? Gehen Sie bitte nicht diesen unsicheren Weg. Statistisch werden in Deutschland nur vier von zehn Kostenvoranschlägen in Zahnarztpraxen umgesetzt. Ein Verlust von 60 % - neben dem Umsatz und Zeitverlust - ein großer Imageschaden. Wenn ein Mensch ein Beratungsgespräch unsicher oder mit dem Gefühl „übertölpelt“ worden zu sein verlässt, wird er sich mit großer Wahrscheinlichkeit nicht für die angebotene Lösung entscheiden. Meist mit dem Argument: „Das ist mir zu teuer“. Genau dieses Gefühl wird er bei Nachfragen aus dem Bekanntenkreis kommunizieren.

Bei Ihnen läuft es ganz anders: Sie haben es mittlerweile geschafft Vertrauen aufzubauen und klären die Alternativen. Mit einer ungefähren Preisangabe, weiß Ihr Patient, welche Kosten in etwa auf ihn zukommen.

Wenn Sie einen Kostenrahmen geben, dann setzen Sie die geschätzten Kosten eher zu hoch als zu gering an. Eine Leistung, die später doch teurer wird, lässt Amygdala* Alarm schlagen. Sollten Sie in der Vergangenheit die Erfahrung gemacht haben, dass Patienten knallhart Preise verlangen, dann ist es dringend Zeit, die Beratungsgespräche zu prüfen. Prüfen Sie einmal Ihre „Kaufrituale“. Wenn Sie in

einer vertrauensvollen Atmosphäre auf einen Verkäufer treffen, der sich für Sie und Ihre Belange interessiert. Der viel zuhört und Sie nicht zu überreden versucht. Der auf Ihre Wünsche eingeht und mit Ihnen Ihre passende Lösung findet. Was passiert dann mit Ihrer Amygdala*? Sie signalisiert sicherlich „Friede“. Angenommen der Verkäufer erklärt Ihnen mit sicherer Stimme und voll Überzeugung die entsprechenden Konditionen. Sie denken zunächst „Ist das teuer“ und wirken etwas unsicher. Der Verkäufer geht darauf ein und gibt Ihnen das Gefühl, dass er Sie versteht und klärt mit Ihnen nochmals die Punkte, die Sie unsicher machen. Wie hoch war bislang die Gefahr, dass Sie den Laden, die Praxis etc. verlassen, prüfen, wo es diese Leistung billiger gibt und dann woanders kaufen?

** Die Amygdala ist eine mandelförmige Struktur im Zentrum des Gehirns. Sie besitzt direkte Verbindungen zum Reptiliengehirn, dem limbischen System und spielt eine entscheidende Rolle in den zentralen Überlebensmechanismen. Die Amygdala beobachtet jede Situation, mit der wir konfrontiert werden. Sie bewertet diese als potentiell gefährlich („Amygdala stellt sich tot“) oder harmlos („Amygdala in Friede“).*



training + moderation + coaching

Eisinger Str. 46, 75249 Kieselbronn
Tel.: 0 72 31 / 60 19 81, Mobil: 01 73 / 6 53 36 75
E-Mail: info@axelthuene.de
www.axelthuene.de