

ZT WIRTSCHAFT

Nur wer erfolgreiche Kunden hat, kann in der Zukunft selbst erfolgreich sein.

Das Dentallabor als beratender Partner von Zahnarztpraxen

Das Jahr 2005 mit all seinen Veränderungen und Neuigkeiten liegt hinter uns und manch einer fragt sich: „Wie wird das Jahr 2006, wird sich der Markt stabilisieren? Steigt die Nachfrage nach Zahnersatz wieder? Wie reagieren meine Kunden, die Zahnärzte? Was kann ich tun, um die Situation für mich so erfolgreich wie möglich zu gestalten? Was werden in Zukunft die Erfolgsfaktoren für ein Dentallabor sein?“

Neben einigen anderen, z. B. der Qualität eines Labors, lässt sich die Frage nach den Erfolgsfaktoren mittlerweile eindeutig beantworten. Der Erfolgsfaktor der Zukunft für ein Labor heißt „Kunde“. Ihre Kunden und damit verbunden wiederum deren Kunden – die Patienten – werden in Zukunft in einem immer größer werdenden Ausmaß über den

Patienten) hat sich gewandelt, wie in vielen anderen Bereichen auch. Heute bestimmt auch im zahnmedizinischen Bereich der Patient, welche Leistung er für welches Geld fordert. Betrachtet man den Wandel der letzten Jahre, so hatte dieser zumindest in einem Bereich immer das gleiche Ergebnis: Die Verunsicherung des Patienten! Und

Frage: Welche Art von Kunden haben Sie? Solche, die gerne die Augen vor notwendigen Veränderungen verschließen oder solche, die mit Ihnen in die Diskussion um notwendige und erfolgsträchtige Veränderungen einsteigen? Bei alledem wird eines jedoch deutlich: Der Patient ist unangefochener König in diesem Spiel um Erfolg. Und darum gilt: Unterstützen Sie Ihre Kunden mit allen gegebenen Möglichkeiten im Kampf um den Patienten, respektive Kunden und dessen finanziellem Engagement. Sicherlich ist die Herausforderung in der Zukunft eine andere als in der Vergangenheit, nur die ist vorbei und nicht wiederherstellbar. Nutzen Sie zusammen mit Ihren Kunden die Möglichkeiten, die sich Ihnen bieten. Marschieren Sie in ein Paradies, in dem jeder in großem Maße selbst dafür verantwortlich ist, wie paradisisch seine Verhältnisse sind.

Qualität, Präzision und Ästhetik. Der Patient der Zukunft ist sich seiner selbst mehr bewusst, Aussehen und damit schöne Zähne werden in der Zukunft immer mehr in das Bewusstsein rücken. Denn zu einem „vollkommenen Bild“ gehören nun einmal auch schöne Zähne. Jeder Patient kalkuliert unterbewusst auf der Basis einer Kosten-Nutzen-Analyse, wenn es um die finanzielle Entscheidung für einen hochwertigen Zahnersatz geht. Für die allermeisten Patienten bedeutet die Entscheidung für (hochwertigen) Zahnersatz eine Entscheidung gegen andere vielleicht schon länger geplante Ausgaben wie Urlaub, Auto, Kleidung oder Ähnliches. In der Gunst um das finanzielle Engagement eines Patienten buhlt die Praxis mit allen anderen Möglichkeiten zum Geld ausgeben. Hier gilt es, dem Patienten das finanzielle Engagement zu erleichtern, ja sogar zu versüßen, indem der Service am und um den Kunden professionalisiert wird. Denn wie leicht kommt bei einer umfangreicheren oder höherwertigen Versorgung ein Eigenanteil des Patienten in Höhe von 2.000 oder mehr Euro

man es sich verschmerzen kann. Oder anders ausgedrückt, wie leicht es wäre, mit Ihnen ins Geschäft zu

nur in einem geringen Umfang objektiv beurteilen kann. Der Patient sucht deswegen nach „Sekundärkriterien“, die er wahrnimmt und nach denen er sein Gesamtbild von der Praxis erstellt. Anhand dieser Kriterien entscheidet er auch, ob er gewillt ist, sich in dieser Praxis finanziell zu engagieren oder nicht. Einige dieser Sekundärkriterien sind in Abbildung 2 aufgeführt. Auf der Basis dieser Kriterien entwickelt der Patient Erwartungen und

Kundenerwartungen im Hinblick auf Beratung

Sie sollen ...

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

Abb. 4

kommen, würde man sich nicht so unprofessionell verhalten. Der professionelle Umgang mit und am Patienten wird in Zukunft über den Erfolg einer Zahnarztpraxis und damit auch über Ihren Erfolg als Labor entscheiden. In der Zukunft wird nicht mehr die Zahnarztpraxis und das Labor mit der höchsten Qualität die Nase vorn haben, sondern vielmehr die Partnerschaft erfolgreich sein, der es gelingt, die Erwartungen des Patienten professionell herauszufinden und zu übererfüllen.

Erwartungen des Kunden respektive Patienten

Die Erwartungen eines Patienten sind mehr oder weniger konkret und bilden sich in Abhängigkeit von seinen individuellen Bedürfnissen. Gleichzeitig werden diese stark von den eigenen Erfahrungen in gleichen oder ähnlichen Zahnarztpraxen beeinflusst. Patientenerwartungen haben in der Regel keine objektive Basis. Es sei denn, es sitzt gerade ein Zahnarztkollege auf dem Stuhl. Für Patienten ist eine objektive Beurteilung der Praxisleistung kaum möglich. Angst und Unsicherheit sorgen beim Patienten immer wieder dafür, dass der Besuch beim Zahnarzt in der Regel als unangenehm empfunden wird. Dennoch ist der Patient durch die Medien sensibilisiert und wird dadurch auch immer kritischer. Das Problem des Patienten ist es jedoch, dass er die fachliche Leistung des Zahnarztes gar nicht oder

der Erfüllungsgrad dieser Erwartungen führt zu seiner Einstellung gegenüber dieser Praxis (s. Abb. 3). Hätten Sie gedacht, dass eine Wartezeit von mehr als elf Minuten schon von den meisten Patienten als negativ empfunden wird? Im Rahmen der Beurteilungskriterien eines Patienten fällt dem Kriterium „persönliche Wertschätzung“ die größte Bedeutung zu. Persönliche Wertschätzung bedeutet Identifikation mit dem Patienten, die grundlegende Voraussetzung für Patienten orientiertes Arbeiten. Den größten Einfluss auf den zukünftigen Erfolg hat jedoch die Qualität der Beratung in einer Zahnarztpraxis.

Kundenberatung auf hohem Niveau

Wem es gelingt, seine Patienten auf hohem Niveau zu beraten und dessen Erwartungen zu erfüllen, hat die besten Voraussetzungen

Der Patient der Zukunft 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

Abb. 1

Erfolg Ihres Dentallabors entscheiden. Daraus ergibt sich eine klare Handlungsrichtung: Machen Sie Ihre Kunden erfolgreich! Denn nur wer seine Kunden erfolgreich macht, hat selbst eine Chance, erfolgreich zu sein. Deren Dilemma ist sozusagen auch Ihr Dilemma, deren Probleme sind auch die Ihrigen. Nehmen Sie sich der Probleme Ihrer Kunden an. Unterstützen Sie sie innerhalb der gegebenen, nicht veränderbaren gesetzlichen Rahmenbedingungen, den größtmöglichen Erfolg zu realisieren. Unterstützen Sie Ihre Kunden bei deren Patienten, denn nicht zuletzt verkauft Ihr Kunde Ihre Produkte an seine Kunden weiter. Er ist somit quasi Ihr „verlängerter Vertriebsarm“. In der Zukunft wird sich der Erfolg eines Labors nicht daran messen lassen, wie viele, sondern vielmehr welche Arbeiten im Labor sind. Nicht Quantität, sondern Qualität zählt. Daraus ergibt sich die nächste Frage: Wie sieht er denn aus, der Patient bzw. Kunde der Zukunft?

Der Wandel vom Patienten zum Kunden

Der voll abgesicherte Patient als Konsument, sei er Kassen- oder Privatpatient, wird auf Grund der Einschnitte im Gesundheitswesen bald der Vergangenheit angehören. Vielmehr werden die Patienten zukünftig eine finanziell immer größer werdende Verantwortung – gerade im Bereich Zahngesundheit und Zahnersatz – übernehmen müssen. Der vorher durch den Anbieter (Zahnarzt) dominierte Markt (Anzahl der

darin begründet sich auch das eigentliche Dilemma. Verunsicherung ist gleichzusetzen mit latenter Misstrauen und damit Gift für jede Zahnarzt-Patienten-Beziehung und damit den Umsatz der Zahnarztpraxis. Stellt sich die Frage: Wer ist neben dem Patienten der Verlierer dieses Wandels? Dieser Wandel wird für all die Praxen zum Problem werden, die bis heute einen geringen Privatanteil haben und diesen im Wesentlichen mit Privatpatienten erzielen. Das heißt: Der Wandel wird für all die Praxen schwierig werden, deren Patienten bis dato keine Eigeninitiative für ihre Zähne und deren Zustand in der Zukunft entwickelt haben. In der Konsequenz heißt dies aber auch, dass der Wandel vom Patienten zum Kunden für all die Praxen eine riesige Herausforderung darstellt, die sich schon heute

auf die Veränderungen einstellen, respektive schon heute mit ihren Patienten wachsen. Wer sich auf seine Kräfte und Ressourcen besinnt, wird seine Chancen nutzen können und gestärkt aus dem Wandel hervorgehen. Dazu braucht es starke Partner, die gemeinsame Ziele haben und diese gemeinsam verfolgen. Stellen Sie sich in einer ruhigen Minute doch einmal die

Der Kunde ist König

Der Patient, den Ihre Kunden behandeln und dessen finanzielle Eigenbelastung in der Zukunft immer mehr steigen wird, hat sich ver-

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

Abb. 2

ändert. Seine Ansprüche haben sich verändert (s. Abb. 1). Der Patient der Zukunft ist durch die Medien stärker sensibilisiert, aber auch teilweise verunsichert. Nichtsdestotrotz bildet sich der Patient auf Grund der zunehmenden Informationsmöglichkeiten und -angebote eine Meinung und Vorstellung im Hinblick auf

Patienten- respektive Kundenerwartungen auf der Basis der Sekundärkriterien

- Sauberkeit, Ordnung, ansprechendes Interieur
- freundlicher Empfang
- angenehme Atmosphäre
- akzeptable Wartezeit
- verständliche Beratung
- störungsfreie, ruhige Gesprächsatmosphäre
- professionelle Anschauungsmaterialien
- persönliche Wertschätzung

Abb. 3

zu Stande. Stellen Sie sich doch einmal folgende Situation vor: Sie nehmen 2.000 Euro in die Hand, gehen zum Juwelier und wollen diesen Betrag für ein Teil aus diesem Laden ausgeben. Was erwarten Sie in dieser Situation vom dort arbeitenden Personal? Eine Seminarteilnehmerin antwortete mir auf diese Frage prompt wie folgt: „Na, da erwarte ich schon, dass die sich lang machen.“ Zu Recht, sollte man meinen. Überlegen Sie doch einmal, wann wurden Sie das letzte Mal perfekt beraten? Wann wurden Sie das letzte Mal richtig professionell bedient? Sie können sich nicht erinnern? Dann geht es Ihnen wie vielen anderen auch, die sich häufig wundern, wie leicht

ZT ZAHNTECHNIK ZEITUNG

INFO

Das **C&T Huhn**-Team besteht aus ausgebildeten Praxiscoachs, die in Zusammenarbeit mit Dentallaboren Zahnarztpraxen fit für den Gesundheitsmarkt der Zukunft machen.

Das **C&T Huhn**-Team betreut Dentallabore umfassend im Bereich Vertrieb, entwickelt Schritt für Schritt die notwendigen Fähigkeiten und Kernkompetenzen eines Dentallabors in den Bereichen Neukundengewinnung, professionelle Bestandskundenbetreuung (CRM), Kommunikation und Unternehmensführung, um im Team fit für den Gesundheitsmarkt der Zukunft zu sein.

C&T Huhn stellt Handwerkszeug und Unterstützung für mehr Erfolg in Dentallaboren und Zahnarztpraxen zur Verfügung.

geschaffen, nicht nur hochwertigen Zahnersatz zu realisieren, sondern auch zufriedene oder gar begeisterte Patienten zu be-

Fortsetzung auf Seite 6