

ZT WIRTSCHAFT

Den Zahnarzt mit kundenorientierter Argumentation überzeugen

Die Grundlagen des aktiven Verkaufens im Dentallabor

Heutzutage genügt es nicht mehr, dass Dentallabore für ihre Kunden, die Zahnärzte, hochwertigen Zahnersatz auf Bestellung anfertigen. Gefragt sind der aktive Verkauf und das kundenorientierte Werben um den Zahnarzt mit dem Ziel, zu einer hohen Kundenbindung zu gelangen. Allerdings: Laborleiter und Zahntechniker sind keine ausgebildeten Verkäufer und tun sich oft schwer, eine kundenorientierte Beziehung aufzubauen. Wer ein paar Grundregeln beachtet, kann den Zahnarzt von seinen zahntechnischen Produkten und Dienstleistungen überzeugen.

Aktives Verkaufen basiert auf einigen Voraussetzungen: Der Laborleiter und seine Mitarbeiter verfügen über eine exzellente Fachkompetenz, haben die „richtige“ Einstellung zum Thema Verkaufen, beherrschen grundlegende Verkaufstechniken und überzeugen mit kommunikativer Kompetenz.

Die Einstellung ist entscheidend

Die Mitarbeiter im Dentallabor sollten über ein fundiertes Produktwissen verfügen – das ist eine Selbstverständlichkeit. Wie aber sieht es mit der Einstellung zum „Verkaufen“ aus? Wenn es ums Verkaufen geht, stehen sich viele Laborleiter und Zahntechniker selbst im

Weg. Denn der Begriff „Verkauf“ hat für sie häufig einen negativen Beigeschmack. Nicht nur ältere Leiter und Mitarbeiter sind von dem traditionellen Berufsbild so geprägt, dass sie nur höchst ungern ein Kundengespräch mit einem Zahnarzt führen, das dem Verkauf dient. Und in der Ausbildung der Labormitarbeiter bleibt der Aspekt des aktiven Verkaufens weitgehend unberücksichtigt.

Der Laborleiter – und dies gilt wie alle weiteren Ausführungen auch für seine Mitarbeiter – sollte sich daher die folgende Einstellung erarbeiten: Er ist nicht allein der Erbringer einer zahntechnischen Dienstleistung. Er muss die Bereitschaft und Fähigkeit haben, die Erwartungen und den Bedarf des Zahnarztes im Kundengespräch zu erkennen, und lernen, im „Kopf des Kunden zu denken“ – „Beziehungsmanagement“ lautet das Stichwort. Die Bewältigung dieser Aufgabe ist nicht leicht – zumeist ist dazu ein nachhaltig wirksames Training erforderlich, in dem der Laborleiter und sein Team die Qualifikationen erwerben, mit denen sie ein Vertrauensverhältnis zum Zahnarzt aufbauen können. Arbeit an der persönlichen Einstellung, Selbstmotivation verbessern, kundenorientierte Sprache gebrauchen, die „Welt des Kunden“ betreten – all dies gehört dazu.

Der Vertrauensaufbau gelingt, wenn der Laborleiter am Menschen interessiert ist – nicht am Zahnarzt, mit dem sich Geld verdienen lässt. Sein Engagement muss darauf abzielen, dem Kunden zu beweisen: „Uns geht es nicht um den Verkauf allein, sondern um eine kundenorientierte Beratung!“ Und dann kann das Dentallabor zum bevorzugten Ansprechpartner des Zahnarztes werden.

Bedarfsorientierter Gesprächsleitfaden

Die Ziele Beziehungsmanagement, Kundenorientierung, Vertrauensaufbau und Verkaufsförderung lassen sich mithilfe eines bedarfsorientierten Gesprächsleitfadens verwirklichen, in dem diese Ziele integriert sind. Der Gesprächsleitfaden dient dabei als „Geländer“ und verleiht die notwendige Sicherheit, um die ersten Beratungs- und Verkaufsgespräche – wenn also „Neuland“ be-

sritten wird – erfolgreich zu gestalten.

Vertrauen in Eröffnungsphase aufbauen

In der Eröffnungsphase stehen der Beziehungs- und Vertrau-

ensaufbau auf dem Programm. Der Zahnarzt wird begrüßt und mit seinem Namen angesprochen. Der Laborleiter lässt den Körper „sprechen“ – bereits ein herzhaftes Lächeln signalisiert, dass es nun dieser Kunde ist, der für ihn in den Mittelpunkt rückt. Indem er Blickkontakt mit dem Zahnarzt aufnimmt, strahlt er Sicherheit aus und schafft eine Vertrauensgrundlage. Ein kurzes Gespräch über ein unverfängliches Thema hilft oft, das Eis zu brechen. Dies fällt umso leichter, je bekannter der Zahnarzt dem Laborleiter ist; es ergeben sich so eher Anknüpfungspunkte für Gesprächsthemen. Damit man nicht nur auf das berühmte-berühmte Wetter-Thema angewiesen ist, sollte sich das Laborteam einige Gesprächsaufhänger überlegen, die vor allem bei Neukunden eingesetzt werden können. Wichtig ist, mit dem Zahnarzt Gemeinsamkeiten zu schaffen. Der Laborleiter kann den Kunden zum Beispiel aktiv nach seiner Meinung zum Labor und seinen Leistungen befragen und ihn auffordern, auch negative Dinge zu äußern. Ebenso bedeutsam für den Vertrauensaufbau sind Informationen, die den persönlichen Bereich berühren. Diese Informationen können auf einer persönlichen Kunden-Karteikarte notiert

werden: Infos zu Hobbys, zum Geburtstag, zu anderen privaten Angelegenheiten. Beim nächsten Kontakt darf sich der Zahnarzt dann über die Begrüßung freuen: „Wie ist denn die Geburtstagsfeier Ihres Sohnes verlaufen?“

Der Laborleiter muss immer wieder fragen, fragen und fragen, um das Gespräch voranzubringen und einen Dialog in Gang zu setzen. Dabei sollte er „W-Fragen“ stellen, etwa „Was- und Wie-Fragen“. Die Fragen heißen **offene Fragen**, weil sie den Zahnarzt zu mehr als nur einem „Ja“ oder „Nein“, sondern zu einer ausführlichen Antwort herausfordern.

Nützlichkeitsfragen stellen: Dabei kombiniert der Laborleiter eine offene Frage mit einem Produktvorteil: „Was halten Sie von der Kostenersparnis?“ oder „Was denken Sie über diese neue Herstellungstechnik?“ Fragen formulieren, in denen er die Gedankengänge des Zahnarztes verarbeitet: „Sehen Sie einen Vorteil dieser Vollgusskrone darin, dass ...?“ Der Laborleiter erhält detailliertere Informationen zum Kundenwunsch und kann seine Nutzenargumentation darauf abstimmen.

Informationsfragen stellen, mit denen er nähere Informationen zum Gesprächsgegenstand einholt. Eine Zuspitzung dieser Frageart ist die **Alternativfrage**, die so formuliert ist, dass der Gesprächspartner seine Antwort aus den vorgegebenen Alternativen auswählen kann. Die **Bestätigungsfrage**



ANZEIGE

AKTUELL >> INFORMATIV >> UNVERZICHTBAR

Labor/Firmenname _____

Name _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

Fax _____ E-Mail _____

Ja, ich abonniere die **Dentalzeitung** für 1 Jahr zum Vorteilspreis von € 30,00 inklusive gesetzl. MwSt. und Versandkosten. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wennes nicht 6 Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird. (Poststempel genügt).

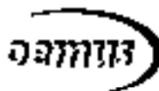
Datum _____

Unterschrift _____

Widerrufsbelehrung: Den Auftrag kann ich ohne Begründung innerhalb von 14 Tagen ab Bestellung bei der OEMUS MEDIA AG, Holbeinstr. 29, 04229 Leipzig schriftlich widerrufen. Rechtzeitige Absendungen genügt.

Unterschrift _____

OEMUS MEDIA AG
Abonnement-Service
Holbeinstr. 29
04229 Leipzig
Tel.: 03 41/464 74-2 00
Fax: 03 41/464 74-2 90
E-Mail: grasse@oemus-media.de
www.oemus.com



ZT 2006

Info- und Beratungsphase: aktives Zuhören und Fragetechniken

In dieser Phase versucht der Laborleiter herauszufinden, was der Zahnarzt braucht und was er ihm bieten kann, um seinen Bedarf zu befriedigen. Die wichtigsten Strategien dabei: das aktive Zuhören und eine qualifizierte Fragetechnik. Aktives Zuhören bedeutet, sich selbst zurückzunehmen, den Zahnarzt reden zu lassen

ZT Nutzen-Matrix

Nutzen-Matrix für Produkt (Muster)		
	Nutzen 1	Nutzen 2
bringt Ihnen		
bedeutet für Sie		
erhöht Ihr		
spart Ihnen		
verhindert		
sorgt für		
ermöglicht Ihnen		
sichert Ihnen		
erleichtert Ihnen		
steigert Ihre		
senkt Ihre		
stärkt		

und genau zuzuhören. Durch geeignetes Nachfragen erhält der Laborleiter Informationen, die ihm helfen, dem Zahnarzt diejenigen zahntechnischen Dienstleistungen und Produkte anzubieten, die dieser benötigt, um seinen Patienten einen optimalen Nutzen bieten zu können. Eine qualifizierte Fragetechnik ist der Schlüssel zur Welt des Kunden.

dient der Absicherung der Antwort des Gesprächspartners: „Habe ich Sie richtig verstanden ...?“ In dieselbe Richtung weist die **Präzisionsfrage**: „Was genau erwarten Sie von dieser Vollgusskrone?“ die Gesprächstechnik des Nachfragens als aktive Form des Zuhörens nutzen, um Gesprächs-

Fortsetzung auf Seite 8