

Erfolgreiche Dentallabors bieten echten Nutzen

Das wirtschaftliche Rückgrat unseres Landes und der Hoffnungsträger für neu zu schaffende Arbeitsplätze sind die kleinen und mittelständischen Unternehmen. Hier regiert meist noch ein ehrliches Interesse an langfristigem, nachhaltigen Erfolg. Dentallabore machen hier keine Ausnahme. Die meisten wollen echten Nutzen bieten und den Zahnarzt bestmöglich unterstützen. Indem sie diesem helfen, die Wünsche und Bedürfnisse der Patienten zu erfüllen, stärken sie nicht nur ihren Kunden, sondern auch dessen Kunden.

▶ Natascha Brand



Dr. Dr. Cay von Fournier ist Arzt und Unternehmer aus Leidenschaft.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten gilt eine Weisheit mehr denn je: „Schlechte Zeiten sind gut für gute Unternehmer.“ Nur durch ein ganzheitliches Verständnis von Unternehmensführung und Kundenservice sind Dentallabore heute in der Lage, ihre eigene Konjunktur zu gestalten und zu beeinflussen.

Dr. Dr. Cay von Fournier ist aus Überzeugung Arzt und Unternehmer. Zu seiner Vision gehören möglichst viele gesunde Menschen in gesunden Firmen. Der in Medizin und Wirtschaftswissenschaften promovierte Inhaber des vor 20 Jahren gegründeten SchmidtColleg ist bekannt durch seine lebhaften und praxisrelevanten Vorträge und Seminare. SchmidtColleg ist unter seiner Leitung zu einer Unternehmensgruppe geworden, die sich der Vermittlung und Umsetzung einer menschlichen und dennoch (oder gerade trotzdem) erfolgreichen Unternehmensführung widmet. Wir befragten den erfolgreichen Berater des Mittelstandes zu einem neuen Marketingansatz für Dentallabors: „Wie promote ich den Kunden vom Kunden?“

Sie werden demnächst Ihr neues Konzept vorstellen, das sich mit dem Thema: „Wie stärke und promote ich den Kunden meines Kunden“ auseinandersetzt. Welche Idee steht dahinter?

Von einem neuen Konzept möchte ich an dieser Stelle nicht sprechen, denn alle wirk-

lich wesentlichen Dinge im Unternehmertum sind nicht neu. Allerdings werden offensichtlich wirksame Werkzeuge, die bekannt sind, viel zu wenig umgesetzt. Eine Idee zu haben ist schön, aber erst die Umsetzung dieser Idee macht ein Unternehmen erfolgreich. Daher konzentriert sich das SchmidtColleg viel mehr darauf, die Menschen daran zu erinnern, was sie bereits wissen, jedoch nicht tun und praktische Wege anzubieten, wie es getan werden kann.

Ein echter Nutzen für Kunden kann es z. B. sein, wenn ich ihm dabei helfe, seinen Kunden einen Nutzen zu bieten. Hierfür gibt es eine Vielzahl von Beispielen. Neben dem Großhändler oder dem Produzent für den Weiterverkauf sind auch Dentallabore in der Situation, für die Kunden ihrer Kunden zu arbeiten. Deshalb sollten sie sich drei wesentliche Fragen nicht nur für den Zahnarzt (Kunde), sondern auch für den Patienten (Kunde vom Kunden) stellen:

1. *Wovon träumt mein Kunde (und der Kunde meines Kunden)?*
2. *Welche Probleme hat mein Kunde (und der Kunde meines Kunden)?*
3. *Wie kann ich meinem Kunden dabei helfen, seiner Zielgruppe echten Nutzen zu bieten?*

Ein wesentliches Werkzeug ist dabei der direkte Dialog mit den Kunden. Dies ist wertvoll, wird jedoch offensichtlich viel zu selten

info:

Weitere Infos erhalten Sie bei der
SchmidtColleg GmbH & Co. KG
 Innsbrucker Str. 5
 10825 Berlin
 Tel.: 0 30/84 78 81-0
 Fax: 0 30/84 78 81-66
 E-Mail: info@schmidtcolleg.de
www.schmidtcolleg.de