

Wenn das weiße Kaninchen kommt ...

Marc M. Galal, Vertriebsstrainer, Frankfurt am Main, zeigt, wie mit der richtigen Sprachstruktur im Patientengespräch aktiv verkauft werden kann.

Sie kennen doch bestimmt das weiße Kaninchen mit der großen Uhr aus Alice im Wunderland, immer gehetzt, immer in Eile, ständig ruft es: „Ach je, ach je, ich komm' zu spät!“ Gehetzt von Terminen bei Zahnärzten und der Arbeit im Labor, vergessen Zahntechniker oft das Wesentliche – den Patienten! Entscheidend ist im Verkauf deshalb, sich immer wieder grundlegende Abläufe ins Gedächtnis zu rufen und zu fokussieren, was wirklich wichtig ist: Die Kraft der Vorstellung und eine überzeugende Sprachstruktur, um Zahnärzte und Patienten für sich zu gewinnen und den Umsatz zu steigern. Makellose Zähne und ein tolles Lächeln wirken wie ein Magnet. Hollywood hat das längst

ANZEIGE



erkennt und auf dem roten Teppich strahlen nicht nur die Diamanten der Stars um die Wette, sondern auch ihre Zähne. Ein bisschen Hollywood bietet jede Zahnarztpraxis, doch viele Zahntechniker tun sich in der Zusammenarbeit mit Zahnärzten eher schwer damit, ihre Patienten richtig zu beraten, Bedürfnisse zu wecken und Wünsche zu erfüllen. Viele Zahntechniker sind zu viel Techniker und zu wenig Verkäufer. Sie haben Angst, dass sie wie ein Staubsauger-Vertreter wirken könnten, der seinen Patienten auf Teufel komm raus etwas aufschwätzen will. Die Kunst liegt darin, sowohl fürsorglicher Zahntechniker als auch Verkäufer zu sein. Der Erfolg liegt wie so oft in der Balance.

Bitte lächeln!

Viele Zahnärzte überfordern mit den medizinisch möglichen Behandlungsmöglichkeiten, wenn auch meistens unbewusst und ungewollt, ihre Patienten. Und auch Zahntechniker starten voller Energie oft mit blindem Elan in ein Patientengespräch. Auch wenn die Angst des Patienten vor dem Zahnarztbesuch grundsätzlich rückläufig ist, ist eine Behandlung doch oft mit Unsicherheit verbunden. Für welche Behandlungsmethode soll ich mich entscheiden? Welcher Zahnersatz ist der richtige für mich? Ist das, für was ich mich entschieden habe, auch sein Geld

wert? Bei all diesen Fragen und der hohen Unsicherheit lautet das Motto für den Zahntechniker, vom ersten Augenblick an, Fingerspitzengefühl zu beweisen:

- Begrüßen Sie Ihren Patienten freundlich und schenken Sie ihm ein Lächeln.
- Achten Sie darauf, dass Ihre Stimme einen warmen, beruhigenden Klang hat und dass Sie nicht zu schnell sprechen. Sie wollen Ihren Patienten nicht noch zusätzlich nervös machen.
- Achten Sie darauf, dass Sie ihm nicht zu nahe kommen. Neben der notwendigen Untersuchung am Behandlungsstuhl, führen Sie ein umfangreiches und ausführliches Verkaufsgespräch vielleicht besser an einem Schreibtisch.

Sitzt der Patient erst einmal auf dem Zahnarztstuhl, reduziert sich seine Kommunikationsfähigkeit häufig auf ein Minimum. Richtig aufnahmefähig sind nur die wenigsten Patienten, auch wenn sie sich eigentlich über die unterschiedlichen Möglichkeiten für ein schöneres Lächeln informieren wollen. Hauptsache „schnell vorbei“ hört man oft, doch davon sollte sich kein Zahntechniker ablenken lassen. Faktisch zählt, wie bei jedem Verkaufsgespräch, dass nur gemeinsam herausgefunden werden kann, welches Produkt und welche Behandlung tatsächlich perfekt zu dem jeweiligen Patienten passen.

Der Ton macht die Musik

Das Auftreten des Patienten, seine Kleidung und seine Wortwahl geben wertvolle Hinweise darauf, wie er angesprochen werden will. Es heißt nicht umsonst „GLEICH und GLEICH gesellt sich gern“, denn Menschen neigen dazu, sich mit Personen zu umgeben, die ihnen ähnlich sind. Dieses Muster kann im Verkaufsgespräch eine entscheidende Hilfe sein. Wiederholen Sie aus diesem Grund Äußerungen des Patienten und pacen (spiegeln) Sie ihn. Das schafft Ver-

trauen! Mit einer Ausnahme: Ist Ihr Patient extrem nervös, ist es nicht sinnvoll, sein vielleicht hektisches Gebaren und seine mitunter schnelle und abgehackte Sprechweise zu spiegeln. Gegensteuern lautet hier die Devise! Der Zahntechniker kann die Stimmung positiv beeinflussen, indem er betont ruhig atmet, langsam spricht und darauf achtet, dass seine Bewegungen ebenfalls ruhig sind.

Mit Fachwissen punkten

Hat der Patient Fragen zu einem einzelnen Produkt oder einer spezifischen Vorgehensweise, dann sollte der Zahntechniker diese beantworten und deutlich machen, dass er auf dem neuesten Stand des Wissens ist:

- Schildern Sie die Vor- und Nachteile des Produktes.
- Weisen Sie auch auf Alternativen hin und erklären Sie genau, warum Sie das eine Produkt dem anderen vorziehen würden.

Das Fachwissen ist notwendig, um erfolgreich zu sein. Doch nur Know-how allein führt nicht zum Erfolg, denn nur, wenn sich der Patient gut betreut, respektiert und kompetent beraten fühlt, wird er sich für ein Produkt entscheiden. Da dieser Entscheidungsprozess in der Regel unterbewusst abläuft, ist die richtige Technik sehr wichtig:

- Versuchen Sie, freundlich und aufgeräumt zu wirken. Egal wie stressig der Tag bislang war, Sie verkaufen nicht nur ein Produkt, sondern auch sich selbst und das Labor, für das Sie arbeiten.
- Sprechen Sie den Verstand an, aber vergessen Sie darüber nicht die anderen Sinne!

Die Kraft der Vorstellung

Imaginäre Bilder helfen dabei, Kunden gezielter anzusprechen. Hinter unserem Handeln liegen tief sitzende und prägende Bilder, hinter diesen Bildern stecken Gefühle und hinter diesen Gefühlen wiederum Werte – Werte, hinter denen sich unbewusst alles verbirgt, was den Patienten zum Handeln bewegt. Diese Gedankenwelt zu steuern ist nicht einfach und im Umgang mit Patienten ein komplexes Thema. Wer als Zahntechniker allerdings die Vorstellungskraft seines Patienten aktivieren kann, Bilder im Kopf anschaulich lebendig werden lässt, hat

im Verkauf enorme Vorteile. Folgende zwei Stepps bauen dabei logisch aufeinander auf:

- Stellen Sie Ihrem Patienten die richtigen Fragen, und er wird schon jetzt fühlen, hören und sehen, wie er von seinem neuen Zahnersatz profitiert.
- Mit diesen Fragen bringen Sie Ihren Patienten dazu, aus der eigenen Perspektive genau zu schildern, wie er sich damit fühlt, was er alles wieder machen kann und was dies für ihn bedeutet.

Qualität der Fragen steigert Quantität der Abschlüsse

Der Patient muss sich selbst, wie in einem Film, in der Zukunft sehen, wie er mit dem Produkt umgeht. Zahntechniker, die auf diese Weise in die Denkstrukturen ihrer Patienten eintauchen, haben ein leichtes Spiel im Verkauf. Die drei folgenden Stepps geben den nötigen strukturellen Rahmen für ein optimales Verkaufsgespräch:

1. Konsequenz aufzeigen

Patienten möchten verständlicherweise eine optimale Lösung erhalten. Zahntechniker können mit dem Faktor Konsequenz auf anschauliche Art und Weise Vertrauen beim Patienten aufbauen. Hier ist nicht nur die perfekte Gelegenheit, das Produkt in vollem Glanz erstrahlen zu lassen, sondern auch, dem Patienten klar und deutlich zu vermitteln, mit welchen Konsequenzen er rechnen muss, wenn er sich nicht behandeln lässt:

- Das heißt ...?
- Das bedeutet für Sie ...?
- Das führt dazu ...?

2. Positive Absicht demonstrieren

Einmal mehr lautet die Devise im Verkaufsgespräch: Zuhören! Was strebt der Patient an? Welche positive Absicht verfolgt er? Nur wenn der Zahntechniker auf eventuelle Bedenken und Anmerkungen des Patienten eingeht, fühlt dieser sich gut aufgehoben und sicher. Ein guter Grundpfeiler, um auch Einwände in positive Absichten umzuwandeln:

- Ihre Absicht ist also ...?
- Sie möchten also ...?
- Ihr Wunsch ist ...?

3. Hierarchie der Werte veranschaulichen

Welcher Wert ist für den Patienten der höchste? Durch Fragen kann der Zahntechniker ein neues Ziel definieren, das für den Patienten evtl. sogar einen höheren Wert hat als der, den er ursprünglich angestrebt hat:

- Ist es nicht besser ..., als ...?
- Ist es nicht schöner ..., anstatt ...?
- Ist es nicht nützlicher ..., als ...?

Wichtig ist in allen drei Bereichen die Qualität der Fragen, denn diese steigert die Quantität der Abschlüsse. Und damit setzt sich für den Zahntechniker eine Erfolgsspirale in Gang: Je mehr Abschlüsse umso mehr Umsatz; je mehr Umsatz umso größer ist die Gelassenheit und Sicherheit, ein Verkaufsprofi zu sein. Strahlend bei einem Verkaufsgespräch zu überzeugen, ist nicht immer einfach, wenn das eine oder andere nicht so läuft wie erwartet. Die eigene innere Ruhe und Zuversicht suggeriert dem Patienten, dass er genau bei diesem (und keinem anderen) Zahntechniker sehr gut aufgehoben ist. Zahntechniker sorgen dafür, dass Patienten eine bestmögliche, vor allem jedoch eine individuell passende Versorgung erhalten. Glaubwürdigkeit, Fürsorge für den Patienten und immer wieder die Frage, ob die Behandlung die richtige für den Patienten ist, sind wichtig, um die Gratwanderung als verkaufter Zahnarzt zu schaffen. Und wenn das weiße Kaninchen wieder einmal auftaucht und mit einem Blick auf seine Uhr drängt: Bleiben Sie ruhig; gehen Sie, wie Sie es gelernt haben, Schritt für Schritt vor. Patienten sind auch nur Menschen ... und viele von ihnen kennen das weiße Kaninchen ebenfalls. Wie wohltuend ist es da, gemeinsam einen Gang zurückzuschalten, ein ebenso angenehmes wie ziel führendes Verkaufsgespräch zu führen, das beide mit dem guten Gefühl verlassen, das Richtige getan und sich richtig entschieden zu haben. ZT

ZT Kurzvita



Marc M. Galal ist Vertriebsexperte und lizenziertes NLP-Trainer. Auf dieser Grundlage hat er das Verkaufskonzept NLS® Neuro-Linguistic-Selling entwickelt. Eine einzigartige Verkaufslinguistik macht NLS® zu einem unentbehrlichen Werkzeug für den modernen, professionellen Verkäufer.

ZT Adresse

Marc M. Galal Institut
Rudolfstr. 13-17
60327 Frankfurt am Main
Tel.: 0 69/74 09 32 70
E-Mail: info@marcgalal.com



ZENOTECH mini – 40 x 42 x 38 cm Maße einfach zum Verlieben!

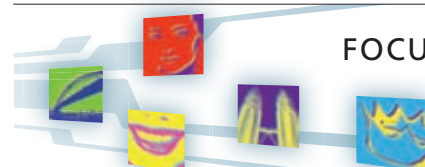
ZENOTECH *mini*

High-Tech muss nicht immer groß sein. Das ultrakompakte Fräsystem ZENOTECH mini glänzt mit Effizienz und Wertigkeit. Vereint mit Scanner und PC komprimieren wir Ihr Labor auf Schreibtischgröße. Mit WIELAND in die digitale Zukunft – einfach zum Verlieben.

- Professioneller Einstieg zum kleinen Preis
- 4-Achs-Geometrie
- Werkzeugwechsel und Vermessung automatisch
- Alle Indikationen – auch vollanatomisch
- inklusive CAM-Software

Einschalten und loslegen!

Die Zukunft kann kommen – ZENOTECH macht es Ihnen einfach. Freuen Sie sich drauf! EXPECT THE DIFFERENCE! BY WIELAND.



FOCUS ON INDICATIONS!