

Beratungsgespräche: Ihr Erfolgsfaktor

PN Fortsetzung von Seite 1

leichter und effektiver geführt werden können. Positive Aussagen wie: „Gut, dass Sie mich danach fragen. Sicherlich ist es Ihnen wichtig, zu erfahren, ob

tungen genau zu erkennen und darauf auf jeden Fall einzugehen. Eine weitere Grundvoraussetzung, um die Compliance bei den Patienten zu erhöhen, ist Ihr Vorbild als Zahnarzt und Team. In Kundeneinwänden und Nach-

Zahngesundheit, um zukünftig weiterhin karies- und entzündungsfrei zu bleiben. Daher legen die Prophylaxe-Mitarbeiter großen Wert darauf, die Motivation der Patienten bei der häuslichen Mundhygieneinstruktion

leichtert. Hat der Patient zu Hause vorbildlich mitgearbeitet, geben Sie im Recall ein entsprechendes Feedback und sprechen Sie ein Lob aus. Und wenn die Mitarbeit mal nicht so gut war, sprechen Sie es bitte immer freundlich, klar und offen an. So erfahren Sie meist den Grund dafür, was dieser Patient noch für eine kontinuierliche Anwendung benötigt. Kehren Sie es bitte nicht einfach unter den Tisch. Der Patient, der verstanden hat, dass er mit seiner häuslichen Mundpflege die Intervalle und Dauer der Prophylaxebehandlung beeinflussen kann, wird zusätzlich motiviert und erkennt den Vorteil, den ihm die Preisgestaltung bietet. Dann brauchen Sie nicht mehr zu überzeugen, sondern nur noch die individuellen Wünsche der Patienten zu erfüllen. Menschen werden immer älter. So spielt neben dem Wunsch nach Ästhetik und dem sich „rundum Wohlfühlen“ das Sicherheitsbestreben im gesellschaftlichen Kontext eine immer wichtigere Rolle: „Wenn ich Sie richtig verstehe, ist es Ihnen

wichtig, auch im hohen Alter noch sicher und kraftvoll zubeißen zu können, wenn Sie Ihre Freunde oder Enkel zum Essen einladen?“

Vermitteln Sie Ihren Patienten, welchen unwiederbringlichen „Schatz“ sie im Mund tragen – und wie wichtig es ist, ihn zu erhalten! Mehr über Motivation, positive patientenorientierte Formulierungen in der Sprache, alltags-taugliche Werkzeuge, praktikable Tipps oder deutliche Veränderungen im Kaufverhalten können über Coaching, Training und Seminare erlernt werden. Informationen erhalten Sie unter nachstehendem Kontakt. **PN**



Abb. 1: In der sympathischen Patientenberatung werden neben den Wünschen der Patientin auch die Risiken angesprochen, damit die Patientin nachvollziehen kann, welchen langfristigen Nutzen eine Parodontitisbehandlung mit sich bringt.

Bild: Godizart



Abb. 2: Die Patientin probiert sich im Beratungsgespräch in der Anwendung von Hilfsmitteln und bekommt somit direkten Zugang zur späteren Anwendung von Interdentalbürstchen. Diese werden in der Behandlung individuell angepasst.

Bild: Godizart

unser Team auch regelmäßig in die Prophylaxe geht!“ fördern Glaubwürdigkeit und Authentizität. Es lässt Sie als Team noch sympathischer wirken. Die beste Voraussetzung, einen Patienten langfristig zu gewinnen, ist ein ehrliches und wohl dosiertes Lob, da es automatisch das Menschen-Selbstbild positiv verstärkt.

fragen können Sie versteckte Wünsche entdecken, und diese als Chance wahrnehmen. Auf Fragen wie: „Was kostet denn die Prophylaxe bei Ihnen, bestimmt ist sie teuer?“ können Sie wunderbar mit: „Gut, dass Sie diese Frage stellen. Erst wenn für Sie der Punkt geklärt ist, können Sie einer Prophylaxesitzung zustimmen, richtig?“ antworten.

bestens zu fördern. Eine einfache Methode, um Patienten zu motivieren, ist es, sie die Erfahrung mit Hilfsmitteln selbst erleben zu lassen. Das Erleben bleibt länger im Gedächtnis und die spätere Selbstanwendung wird somit er-

Kommunikativen Aspekt als Chance nutzen

Der Patient gleicht mit jedem Besuch erneut ab, ob der erste Eindruck, den er von der Praxis erhalten hat, weiter standhält. Wie begegnen ihm das Mitarbeiter-Team und der Zahnarzt, haben sie ein offenes Ohr für seine Vorbehalte und Ängste? Herrscht ein fröhliches, unbeschwertes Arbeitsklima, wird die Terminierung fristgerecht eingehalten, wie ist die Patientenaufmerksamkeit, die Qualität der Arbeit und die Verbindlichkeit?

Ein Praxiscoaching kann dahingehend einen Nutzen bringen, ein Team noch produktiver aufzustellen. Bereits vorhandene kommunikative und rhetorische Fähigkeiten von Zahnarzt und Team werden gemeinsam erarbeitet. Im Coaching werden dann verbindliche Handlungsweisen geübt, um zukünftig sicher und ertragreich Beratungsgespräche führen zu können. Kommunizieren Sie echt, ehrlich und natürlich, dann überzeugen Sie. Ein wichtiges Ziel ist es, dass bereits im Vorfeld Zahnarzt und Team selber (!) von der Hochwertigkeit der eigenen Praxisleistungen und dem dahinterliegenden Patientennutzen überzeugt sind. Schärfen Sie in den Beratungsgesprächen Ihre Wahrnehmung und gehen Sie achtsam mit den Gefühlen und Einstellungen Ihrer Mitmenschen um. Gleich zu Beginn der Beziehung gilt es, das Anliegen des Patienten, seine Motive, seine Wünsche und seine Erwar-

Transparente Selbstzahlerleistungen und Servicedenken

In der Aufklärung/Beratung spielen die unterschiedlichen Erwartungen der einzelnen Patienten eine wichtige Rolle. Wenn Sie die individuellen Bedürfnisse Ihrer Kunden erfassen, können die Angebote der Zusatzleistungen diesen Wünschen angeglichen werden: „Was ist Ihnen heute besonders wichtig?“ Leicht verständliche Patienteninformationen über Therapieangebote, beispielsweise in Form von hochwertigen Arbeitsmodellen, Schaubildern oder Foldern unterstützen bewusst die Wünsche des Patienten, sich weiterhin gut, sicher und attraktiv zu fühlen. Nach der Auswertung des vorgenommenen Risikochecks lässt sich dann entweder eine „professionelle“ Zahnreinigung oder ein „therapeutisches“ Konzept erklären. Je nach Risikoeinteilung kann das Konzept aus einer Reinigung oder aus aufeinander aufbauenden Prophylaxesitzungen bestehen. So erklären sich individuelles Preisniveau und die andersgeartete Zeitinvestition.

Patientennutzen ansprechen und fördern

Damit die jeweilige Therapie einen langfristigen Erfolg verspricht, benötigen Patienten das Wissen um den Nutzen der täglichen Mitarbeit. Die Eigenverantwortung unterstützt die

PN Adresse



Brigitte Godizart
 Fachberatung und Training für das Zahnarzt-Team
 Boisheimer Straße 196
 41751 Viersen
 Tel.: 0 21 62/1 06 94 37
 Mobil: 0173/2 58 33 86
 E-Mail: brigitte@godizart.de
 www.godizart.de

ANZEIGE



Partner der Heilberufe








Sie zahlen viel zu viel Steuern? Und das auch noch regelmäßig im Voraus?

MEDIWERT ist der Spezialist für abschreibungsfähige Premiumimmobilien. Steuervorteile sind für uns nur der kurzfristige Effekt. Langfristig profitieren Sie von hohen Mieteinnahmen, die nur Immobilien mit hochwertiger Ausstattung in Toplage erzielen.

Viele Ihrer Kollegen profitieren bereits heute von einer MEDIWERT-Premiumimmobilie **ohne Eigenkapitaleinsatz**.

Weitere Informationen finden Sie auch hier: www.mediwert.de

Senden Sie uns diesen Abschnitt per Post oder Fax zu

Praxisstempel/Adresse

Bitte senden Sie mir ausführliches Infomaterial zu.

Bitte kontaktieren Sie mich zwecks eines Beratungsgesprächs per E-Mail oder Telefon.

MEDIWERT GmbH
 Kolbestraße 3
 04229 Leipzig

Tel.: 0341 2470977
 Fax: 0341 2470978
 www.mediwert.de
 kontakt@mediwert.de