

Fitnessprogramm für den Verkauf von Zuzahlerleistungen

Wie Sie mit der Analyse Ihrer Ausgangslage, der Planung der geeigneten Maßnahmen und dem richtigen Training für Ihr Praxisteam das Umsatzziel erreichen. Von Thomas Hopf.

■ Erfolg oder Misserfolg beim Verkauf von Zuzahlerleistungen hängen oft von Fehleinschätzungen und falschen Herangehensweisen ab. Nicht jede Praxis bringt die gleichen Voraussetzungen mit, um alle möglichen Zusatzleistungen erfolgreich zu verkaufen. Geht man mit dem



Thomas Hopf



für die eigene Praxis ungeeigneten Angebot an den Start, ist es deutlich schwieriger, sein Ziel erfolgreich zu erreichen.

Die Ausgangslage überprüfen

Eine Analyse der IST-Situation ist der erste Schritt, um den Verkauf von Zuzahlerleistungen nachhaltig zu steigern. Dabei sollten zum Beispiel folgende Aspekte hinterfragt und Informationen dazu zusammengetragen werden:

- Standort der Praxis und Rahmenbedingungen
- Aktuelle Patientenstruktur in der Praxis und im regionalen Umfeld
- Praxisräume und Kapazitäten
- Aktuelle Personalkapazitäten

- Ausbildung und besondere Qualifikationen im Team
- Aktuelles Leistungsspektrum der Praxis
- Aktuelle Materialien zur Patienteninformation bei privaten Leistungen
- Wettbewerb, dessen Leistungsspektrum und Verkaufserfolg.

Zahlen auch die weichen Faktoren zu hinterfragen. Letztere betreffen unter anderem die persönliche Haltung des Arztes und seiner Mitarbeiter gegenüber privaten Leistungen. Dabei wird geklärt, ob das Praxisteam voll und ganz hinter den Zuzahlerleistungen und der Preisstruktur steht, oder ob es innere Widerstände gibt, die so auch indirekt den Verkauf verhindern.

Nötige Maßnahmen identifizieren und umsetzen

Steht fest, welche Zuzahlerleistungen angeboten werden sollen, und sind Ziele definiert, wie viel künftig mit diesen Leistungen erwirtschaftet werden soll, dann können nötigen Maßnahmen bestimmt und das Team gezielt trainiert werden.

Fundierte Kalkulation gibt Sicherheit in der Argumentation

Viele Praxen tun sich schwer dabei, für die jeweilige Behandlung adäquate



Scheinargumente entkräften

Die Argumente der Praxen, warum Patienten eine bestimmte Leistung nicht möchten, sind oft Scheinargumente, die sich entkräften lassen. Typische Beispiele dafür sind:

- Die Patienten haben kein Geld.
- Die Patienten haben kein Einsehen.
- Die Patienten nehmen diese Leistung nicht an.
- Die Preise sind nicht durchsetzbar.
- Was früher kostenlos war, können wir heute nicht in Rechnung stellen.
- Der Praxisstandort ist in einem einkommensschwachen Gebiet.

Demgegenüber stehen Fakten, die deutlich dafür sprechen, dass Privatleistungen verkauft werden könnten, wie beispielsweise:

- Patienten haben Geld, sie geben es lediglich für andere Dinge aus.
- Patienten können ein Einsehen haben, sie möchten aber informiert und überzeugt sein.
- Patienten nehmen die Leistung an, wenn sie die Wahl haben zwischen kurzfristiger Problembehebung und langfristiger Lösung.
- Preise sind durchsetzbar, wenn die Leistung dahinter für den Patienten transparent und nachvollziehbar ist und er den Wert anerkennt.
- Auch einkommensschwache Gebiete haben Potenzial, doch nur wer seine Patienten so informiert, dass diese die Wahlmöglichkeiten tatsächlich für sich erkennen und nutzen können, hat hier Erfolg.

Fazit: Zuzahlerleistungen lassen sich erfolgreich verkaufen, wenn:

- Die innere Haltung gegenüber den Leistungen positiv ist.
- Die Scheinargumente für Misserfolg beim Verkauf entkräftet wurden.
- Das Leistungsspektrum zielgruppenorientiert ist und zur Praxis passt.
- Jeder im Team von dem Angebot überzeugt und dazu geschult ist.
- Die Preise dafür betriebswirtschaftlich fundiert kalkuliert wurden.
- Privatleistung mit angemessener Qualität zu einem angemessenen Preis angeboten werden.
- Die Bedarfserkundung beim Patienten durch gezielte Fragetechniken erfolgt.
- Die Patienten optimal medizinisch beraten werden.
- Die Patienten durch Informationen in die Lage versetzt werden, sich bewusst selbst zu entscheiden.
- Der Zahnarzt in seiner Kernkompetenz als Mediziner authentisch bleibt. ◀

Kock & Voeste

Existenzsicherung
für die Heilberufe GmbH
Kantstraße 44/45, 10625 Berlin
Tel.: 030 318669-0, Fax: 030 318669-30
info@kockundvoeste.de



ANZEIGE

MEDIWERT Ihr Partner für abschreibungsfähige Premiumimmobilien

LEIPZIG LIVE

Hautnah. Intensiv. Porsche. Sind Sie dabei?

Für mehr Infos bitte klicken

Nur noch wenige Plätze frei!

Exklusives Porsche-Event Leipzig 18./19. Juni

- Fahrerevent auf werkseigener FIA Rennstrecke - Sie fahren Porsche Panamera + Porsche 911
- Eindrucksvolle Besichtigung des Porschewerkes
- Dinner weit über den Dächern der Stadt
- Entdecken Sie mit uns das Nightlife von Leipzig
- Exklusiver Hotelaufenthalt
- Stadttour auf den Spuren von Bach und Goethes Faust - für Ihr Gefühl zum MEDIWERT Immobilienstandort inkl. Präsentation ausgewählter Immobilien
- Kanalrundfahrt durch die Wasserstadt Leipzig
- Freuen Sie sich auf ein unvergessliches Erlebniswochenende

Unkostenpauschale
inkl. Fahrzeugstellung
499,-€/Teilnehmer*

Jetzt Reservierungsunterlagen per E-Mail oder Fax anfordern!
Onlineanmeldung und weitere Informationen erhalten Sie unter:

Adresse/Firmenstempel

www.MEDIWERT.de

* Teilnehmerzahl ist begrenzt! Anmeldung bis spätestens 13.05.2011!

MEDIWERT GmbH
 Kolbeinstr. 3
 04229 Leipzig
 Tel.: 0341 / 2470977
 Fax: 0341 / 2470978
 Mail: kontakt@mediwert.de