

# Was Wurzelbehandlung mit Praxismarketing zu tun hat

| Stephan F. Kock, Thomas Voeste

Endodontie ist weit mehr als Wowereits „Kunst der Wurzelbehandlung“<sup>1</sup>. Endodontie ist, medizinisch wie unternehmerisch gut durchgeführt, die unbezahlbare, lebenslange Visitenkarte des Zahnarztes mit unbeschränkter Auflage und damit ein bislang völlig unterschätztes Marketing-Tool für die Zahnarztpraxis.

**K**aum eine Behandlung im Patientenstuhl wird öfter wiederholt, kaum eine Behandlung dauert länger, kaum eine Behandlung nervt den Patienten mehr. Immer wieder und wieder muss er zum Zahnarzt wegen ein und derselben Sache. Oft ist dies kaum verständlich für die Patienten, die Schmerzen bleiben, der Zahn soll ja erhalten bleiben, Frontzahn noch dazu – und lebendig. Nicht selten ist leider die ganze Mühe schließlich vergebens. Die Sehnsucht des Patienten nach Schmerzfreiheit wächst ins Unermessliche und es bleibt einzig die WSR. Der medizinisch völlig unwissende Patient denkt jetzt: „Endlich Wurzelresektion. Geschafft. Endlich hat die Prozedur und der Schmerz ein Ende.“

Und eben doch nicht: Der gute, alte, weiße Lebensabschnittsbegleiter ist nicht totzukriegen und pocht noch immer. Was würden Sie an der Stelle dieses Patienten machen? Stillschweigend Nibelungentreue schwören und noch mal in den selben Patientenstuhl, in die selbe Praxis, zum selben Zahnarzt und kein Ende der Qualen ist in Sicht? Wetten, dass Sie da nie wieder hingehen würden? Sie würden es wohl möglich auch Kollegen, Freunden und Ihrer Lebenspartnerin erzählen und all diese

Personen haben wiederum Bekannte und Freunde und tragen diese Informationen weiter. Ein guter Arzt ist ein genauso gutes Gesprächsthema wie ein schlechter Arzt. Und so rollt die Negativ-PR-Lawine dieser Praxis durchs Land mit der Aufschrift: „Da kannst Du nicht hingehen.“ Diesen Schaden macht kein Praxisinhaber und kein Zauberer wieder wett.

Besser, man spricht positiv von Ihnen, besser, Sie haben zufriedene Patienten. Besser, Sie haben schnelleren Heilungserfolg, kürzere Stuhlzeiten und ein gutes Image, das sich nach außen hin wie gezeigt potenziert – aber positiv. Das ist unbezahlbar und wertvoll – fast wie der Nibelungenschatz –, um im Bild zu bleiben.

Aber wie kommt man hin zu diesem Schatz? Sorgen Sie einfach für die bestmögliche Behandlung, auch und gerade, wenn private Zusatzleistungen erforderlich sind. Was würden Sie wollen bei Pulpitis-Ärger? Natürlich für Sie nur das Beste. Also warum nicht für Ihre Patienten? Hier ist schon der Start gemacht. Sie müssen voll und ganz zu den privaten Zusatzleistungen stehen. Dann sind Sie authentisch, dann sind Sie glaubhaft, und nur so können Sie erfolgreich verkaufen.

Sie haben generell Schwierigkeiten, private Zusatzleistungen zu verkaufen? Dann lesen Sie weiter. Verstanden haben Sie aber bereits: wenn nicht private Zusatzleistungen bei der Wurzelkanalbehandlung verkaufen, wann dann?

Es ist kein Geheimnis: kaum ein Wurzelkanal ist glatt und gerade wie eine Bowlingbahn. Oft ist er gekrümmt und verästelt. Und so passiert es auch dem besten Zahnarzt, dass er den Kanal nicht optimal reinigen und/oder verschließen kann. Und so nimmt der Canossagang des Patienten seinen Lauf ohne Ende. Aber halt! Es geht auch anders. Die beiden infrage kommenden privaten Zusatzleistungen, die „Phys“ und die elektrometrische Längenmessung, oder gar, wesentlich seltener, die komplett private medizinische Versorgung. Also müssen Sie mit Ihrem Patienten ein Verkaufsgespräch führen, wie ein Unternehmer oder gar wie ein Verkäufer. Welcher Praxisinhaber macht das schon gerne? Lernen Sie ab sofort diese Gespräche lieben. Es lohnt sich doppelt: monetär zum einen und für Ihr Praxisimage zum anderen.

„Ärzte müssen die sogenannten weichen Themen in der Praxisorganisation und Kommunikation genauso professionell angehen wie ihr Fachgebiet. Wer das beherrscht, ist auf dem Weg zum Erfolg. Wer das ignoriert, der verliert“, so einer, der es wissen muss, Marc Müller, Geschäftsführer der ADVISION Steuerberatungsgesellschaft mbH mit Spezialisierung auf Beratung für Heilberufe.

Für den Verkauf dieser privaten Zusatzleistungen – sowie für den Verkauf von Zuzahlerleistungen – gibt es eine erprobte und effektive Kommunikationsstrategie aus dem Hause der Kock &

1 Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit bei Kongresseröffnung „35. Deutscher Fortbildungskongress für die Zahnmedizinische Fachangestellte“

Voeste GmbH, Marktführer der Existenzberater für Heilberufler, bei der es gilt, der oft ablehnenden Haltung von Patienten, wenn es um das liebe Geld geht, erfolgreich entgegenzutreten. Das A und O dabei ist die genaue Bedarfsermittlung und die eigene Authentizität.

Denn nur, wer sich in die Patientenperspektive hineinversetzt und hundertprozentig zu der jeweiligen privaten Zusatzleistung steht, nur der kann auch erfolgreich verkaufen. Dabei ist es ganz besonders wichtig, das jeweils individuelle Leistungsspektrum überzeugend anzubieten, ohne dabei zu viel zu reden. Spezielle, erlernbare Frage-techniken helfen dabei. Denn nur wer die richtigen Fragen stellt und wirklich zuhören kann, der kann ein Gespräch auch erfolgreich führen und lenken und last, not least zum Abschluss kommen. Genau darum geht es: verkaufen. Und wenn Sie dies gelernt und erfolgreich praktiziert haben, dann können Sie

auch diesen wohl verdienten Verdienst wieder investieren. Entdecken Sie also diesen Schatz für sich und für Ihre Patienten.



## kontakt.

### Kock & Voeste Existenzsicherung für die Heilberufe GmbH

Stephan F. Kock  
Inhaber und Geschäftsführer  
Kantstraße 44/45, 10625 Berlin  
Tel.: 0 30/31 86 69-0  
E-Mail: info@kockundvoeste.de  
www.kockundvoeste.de

## autoren.



### Stephan F. Kock

Geschäftsführer Kock & Voeste GmbH, Studium der Theologie und Psychologie, Systemischer Coach SG, Supervisor DGSV, Berater und Trainer für Praxisführung und -kommunikation.



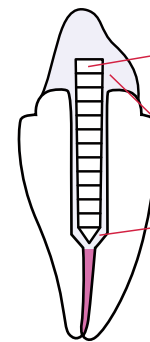
### Thomas Voeste

Geschäftsführer Kock & Voeste GmbH, Sparkassenkaufmann, Lehrbeauftragter für BWL (Universität Witten/Herdecke), Systemischer Coach SG, EFQM-Assessor. Berater und Trainer für Praxisentwicklung und Sanierungen, Existenzgründung, Abrechnung.

ANZEIGE

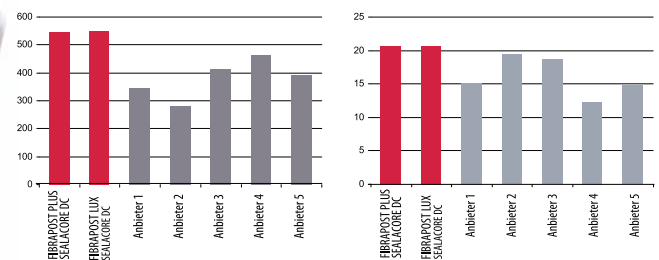
# FIBRAPOST & SEALACORE ALL-IN-ONE BUILD UP KIT

Alles was Sie brauchen für den  
einfachen und sicheren  
Stumpfaufbau



- FIBRAPOST**
- Fiberglas verstärkte Komposit-Stifte
  - Mit Retentionsrillen
  - Optimale Hafteigenschaften
  - Silanisierte Glasfasern
  - Optimierte mechanische Eigenschaften
- SEALACORE DC**
- Nanoverstärktes, selbststänzendes Bond
  - Dualhärtender Komposit zur Befestigung und zum Stumpfaufbau
  - Fließfähig

Haftwerte (links) und Biegebruchfestigkeiten (rechts) der FIBRAPOST Stifte mit Sealacore DC im Vergleich mit anderen Wurzelstiftsystemen



**Spezialangebot**  
**All-in-one build up Kit**

€ 259,-

Angebot gültig bis 30. November 2011. Preise ohne MwSt und Versand.

Info und Bestellung:

i-Dent 0700 69 69 90 90  
M&W Dental 060 42 88 00 88



Swiss quality  
dental products