

Was Wurzelbehandlung mit Praxismarketing zu tun hat

Endodontie ist weit mehr als Wovoreits „Kunst der Wurzelbehandlung“¹. Endodontie ist, medizinisch wie unternehmerisch gut durchgeführt, die unbezahlbare, lebenslange Visitenkarte des Zahnarztes mit unbeschränkter Auflage und ein wichtiges Marketing-Tool für die Zahnarztpraxis. Von Stephan F. Kock & Thomas Voeste, Geschäftsführer der Kock & Voeste GmbH.



Stephan F. Kock.



Thomas Voeste.

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 Wurzelspitzenresektion. Geschafft. Endlich hat die Prozedur und der Schmerz ein Ende.“ Und eben doch nicht:

■ Kaum 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

Der gute, alte, weiße Lebensabschnittsleiter ist nicht totzukriegen und pocht noch immer. Was würden Sie an der Stelle dieses Patienten machen? Stillschweigend Nibelungentreue schwören und noch mal in denselben Patientenstuhl, in dieselbe Praxis, zum selben Zahnarzt und kein Ende der Qualen ist in Sicht? Wetten, dass Sie da nie wieder hingehen würden? Sie würden es wohlmöglich auch Kollegen, Freunden und Ihrer Lebenspartnerin erzählen, und all diese Personen haben wiederum Bekannte und Freunde und tragen diese Informationen weiter.

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



Foto: PixAcht

Sorgen Sie für die bestmögliche Behandlung!

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 Auf-

schrift: „Da kannst Du nicht hingehen.“ Diesen Schaden macht kein Arzt 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 & 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 individuelle Leistungsspektrum überzeugend anbieten

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 wohlverdienten Verdienst wieder investieren. Entdecken Sie also diesen Schatz für sich und für Ihre Patienten. ◀◀

Kock & Voeste

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



ANZEIGE

Programmhft als E-Paper
www.endo-kongress.de

3.-5. NOVEMBER 2011 | BONN
KAMEHA GRAND HOTEL BONN

1. JAHRESTAGUNG der DGET

Deutsche Gesellschaft für Endodontologie und zahnärztliche Traumatologie e.V.

10. JAHRESTAGUNG der DGEndo
Deutsche Gesellschaft für Endodontie e.V.

3-D LIVE-OP
MIT PROF. DR. SYNGCUK KIM

Veranstalter
DGET – Deutsche Gesellschaft für Endodontologie und zahnärztliche Traumatologie e.V.
Holbeinstraße 29 | 04229 Leipzig
Tel.: 0341 48474-202 | Fax: 0341 48474-290
sekretariat@dget.de | www.dget.de

Organisation
OEMUS MEDIA AG
Holbeinstraße 29 | 04229 Leipzig
Tel.: 0341 48474-308 | Fax: 0341 48474-390
event@oemus-media.de | www.oemus.com
www.endo-kongress.de

SCAN MICH

Programm Text

FAXANTWORT
0341 48474-390

Bitte senden Sie mir das Programm zum
1. JAHRESTAGUNG der DGET/10. JAHRESTAGUNG der DGEndo
am 3.–5. November 2011 in Bonn zu.

E-MAIL-ADRESSE

PRAXISSTEMPEL

DTG 9/11