

PZR: Patienten begeistern – mit moderner Psychologie

| Wolfgang Jätzold

Professionelle Zahnreinigung (PZR) ist in den meisten Zahnarztpraxen ein Standardangebot geworden. Als Selbstzahlerleistung trägt sie zur wirtschaftlichen Unabhängigkeit der Praxis und des Behandlers bei. Und auch die Patienten profitieren von der effektiven Prophylaxe, denn mit einer ausgewogenen Mundhygiene sinkt ihr Risiko für Zahnersatz und die Haltbarkeit der Zähne wird deutlich verlängert. Patienten den Sinn und Zweck der Leistung zu erklären und sie dafür zu begeistern, ist eine kommunikative Herausforderung, die gelernt werden kann.

Zwischen Zahnarztpraxen bestehen sehr große Unterschiede, wenn es um das Thema Prophylaxe und die PZR geht. In manchen Praxen wird das Angebot hervorragend angenommen, bei anderen hingegen liegt die Auslastung fast bei null. Grund hierfür sind in den seltensten Fällen der Standort oder gar die Patientenstruktur. Ausschlaggebend ist so gut wie immer die Ansprache der Patienten. Wie werden sie auf das Angebot aufmerksam gemacht, was sind die Vorteile und warum ist die PZR gut angelegtes Kapital für die eigene Gesundheit? Wenn diese Fragen sympathisch, mit Hintergrundwissen und psychologischer Struktur kommuniziert werden, werden aus den Patienten Interessenten und Abnehmer privater Leistungen. Hierzu ist es notwendig, das Personal entsprechend zu schulen und ihm Argumentationslinien anzubieten.

Der Spagat zwischen Kosten und Nutzen

Als Selbstzahlerleistung wird das Angebot zur PZR von dem mündigen Patienten selbstverständlich kritisch hinterfragt. Der Zahnarzt oder die Prophylaxeassistentin ist gefordert, ihm einen ausreichenden Nutzen darzustellen, damit er aus eigener Überzeugung

zustimmt. Das in den Medien gepflegte Bild einer „Abzocke“ bei nicht von der GKV übernommenen Angeboten einer Praxis gießt noch zusätzlich Öl ins Feuer. Selbst wenn diese Aufgabe in der Zahnarztpraxis gut gelöst wird, tun sich genau die Patienten schwer, bei denen ein „Nutzen“ – in diesem Fall das Ausbleiben von neuen Zahnproblemen – (noch) nicht konkret belegbar ist. Hinzu kommt, dass die positiven Effekte besserer Zahnpflege nicht sofort eintreten, sondern Zeit benötigen. Die PZR ist also ein Versprechen in eine für uns ungewisse Zukunft. Dem steht allerdings schon jetzt ein realer „Aufwand“ gegenüber – nämlich der Preis, den der Patient für die PZR zahlen muss. Auch die unterschiedliche Bewertung von Chancen und Risiken entspricht unserer Natur, besonders wenn es sich bei den Chancen um zukünftige Ereignisse handelt, deren Eintreten nicht genau vorhergesagt werden kann.

Gute Argumente für ein gesundes Mundgefühl und zufriedene Zahnärzte

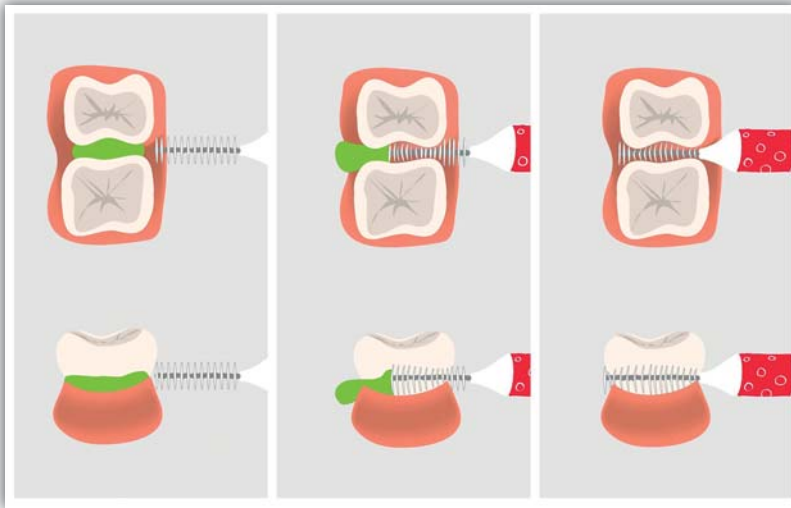
Es liegt im Interesse sowohl des Zahnarztes als auch seiner Patienten, einen guten Hygienezustand im Mund dauerhaft zu erreichen. Denn genau dieser ist die Voraussetzung für Gesundheit und



Einbüschelbürste: Moderne Einbüschelbürsten sind einfach in der Anwendung.

Wohlbefinden des Patienten. Bei einer regelmäßigen und professionellen Pflege können zukünftige Behandlungen vermieden werden. Für den Zahnarzt bietet dies ein weitaus besseres Umfeld, in dem er erfolgreich seine chirurgischen, konservierenden oder prothetischen Arbeiten ausführen kann. Eine gut ausgelastete Prophylaxe erwirtschaftet darüber hinaus auch einen nicht unerheblichen Beitrag zum Erfolg seiner Praxis.

An diesem Punkt setzt das Konzept der zweasy gmbh an, die ein eigenes Sortiment von effektiven Zahnpflegeprodukten anbietet. Das Unternehmen hat dazu eine Kommunikationsstrategie entwickelt, die den Praxen mit moderner Sozialpsychologie hilft, Interesse für die PZR zu wecken und Patienten langfristig dafür zu gewinnen. Bereits nach einer kurzen Schulung



Patientenpräsentation: Klare Grafiken unterstützen die Präsentation.

können die Praxismitarbeiter die verwendeten Argumentationen umsetzen und sicher vor den Patienten präsentieren.

Mit der richtigen Psychologie zum Erfolg

Psychologisches Kernelement der zur Verfügung gestellten Präsentation ist das besonders bei Westeuropäern ausgeprägte Bedürfnis, einem Zustand kognitiver Dissonanz nicht dauerhaft ausgesetzt zu sein. Mit dem sorgfältigen Aufbau der Dissonanzsituation



Sortiment: Gute Produkte für effektive Zahnpflege.

sowie deren zielgerichteter Auflösung werden sowohl die Akzeptanz der PZR erleichtert als auch die Basis für eine dauerhafte Eigenmotivation des Patienten gelegt. Zum Ankerpunkt der Wahrnehmung wird die für jeden Patienten drohende Gefahr einer Parodontitis. Die dafür zu leistende Aufklärungsarbeit ist bereits integriert, denn durch jahrzehntelange Werbeaussagen bestehen bei vielen Patienten falsche oder unvollständige Vorstellungen zu Parodontitis und deren Folgen. Auf diese Weise sichert sich die Präsentation auch die erforderliche Aufmerk-

samkeit für eine ehrliche Analyse der Zahnpflichtechniken. Mit diesem neuen Wissen erkennt der Patient selbst die wesentlichen Probleme und bildet eine positive Erwartung für funktionale Verbesserungen. Werden diese dann verständlich dargestellt und enthalten eine ausreichende Unterscheidung zu den bisherigen Putzgewohnheiten, kann der oft gefürchtete schleichende „Rückfall“ vermieden werden. Zum Abschluss wird dem aufgeklärten Patienten ein Weg zu mehr Selbstbestimmung und Unabhängigkeit in der Zahnpflege aufgezeigt. Diese Transparenz bestätigt sein Vertrauen in die Praxis positiv. Die Mitarbeiter sind seine freundlichen Helfer – und nicht mehr die oft unangenehmen Mahner. Wenn der Patient nun innerhalb weniger Wochen die ersten Erfolge selbst spürt und sieht, ist er dauerhaft als Botschafter für diese partnerschaftliche Form der Zahngesundheit gewonnen. Die PZR entwickelt sich damit zu einem Bindungsfaktor von Bestandpatienten und einem positiven Unterscheidungsmerkmal bei Neupatienten.

kontakt.

zweasy gmbh
Wolfgang Jätzold
Tel.: 0651 20198480
info@zweasy.org
www.zweasy-shop.de

Gegensprech- anlagen für Praxis & Labor



AKTION:
Alt gegen Neu!
Fragen Sie uns.

**Freisprech-Kommunikation
von Raum zu Raum:
ergonomisch, hygienisch
und unkompliziert!**

Über 20.000 Praxen und Labore nutzen bereits die vielfältigen Leistungsmerkmale unserer Anlagen, wie z. B.:

- + Musikübertragung
- + Türöffner
- + Patientenaufruf
- + Lichtruf
- + Sammelruf
- + Notruf
- + Abhörsperre

Rufen Sie uns an – wir beraten Sie gerne!

Multivox Petersen GmbH
Bergische Gasse 15 | D-52066 Aachen
Tel.: +49 241 502164 | info@multivox.de
www.multivox.de

MULTIVOX®
SPRECHANLAGEN