

Damit der Umsatz im Dentallabor stimmt!

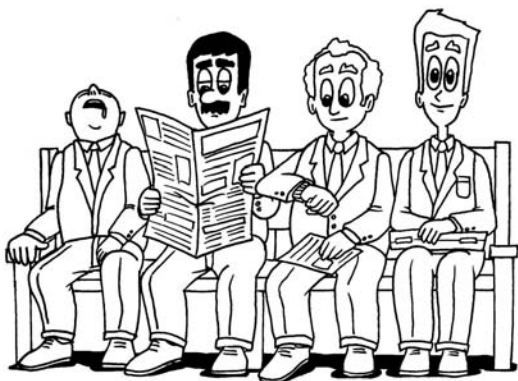
Gute Zahntechniker haben ...

| Oliver Schumacher

Mut, Beharrlichkeit und zielgerichtetes Handeln sind einige wichtige Antriebsmotoren für die erfolgreiche Führung eines Dentallabors. Oliver Schumacher, Trainer für Verkaufserfolge, gibt hilfreiche Impulse, wie Sie als Laborinhaber systematisch Ihren Kundenstamm vergrößern können.

... Mut statt Angst!

Hemmungen im Verkaufsalltag sind das Teuerste, was es gibt. Während manch ein Zahntechniker noch zögert, geht der Mitbewerber einfach zum Zahnarzt, kommt ins Gespräch, berät Patienten und verkauft. Interessanterweise selbst dann, wenn seine Leistungen im Vergleich gar nicht unbedingt besser sind. Letztlich können Zahnärzte nur mit den Dentallabors zusammenarbeiten, welche sie kennen. Viele Zahntechniker zeigen hier zu wenig Engagement, versuchen es vielleicht einmal lieb und nett und geben dann auf. Doch kann ein Dentallabor wirklich ein gutes Angebot haben, wenn der Chef oder Mitarbeiter des Labors es nur einmal versucht und dann nie wieder bei dem Zahnarzt vorstellig wird? Würden manche Zahntechniker weniger darüber nachdenken, sondern einfach den Kontakt aufnehmen, wären viele deutlich erfolgreicher und mutiger. Denn mutig wird, wer Mutiges tut!



... Beharrlichkeit statt Gleichgültigkeit

Es ist vielleicht auf den ersten Blick bequem, einen Verkaufsbezirk zu übernehmen und die dortigen Zahnärzte nur zu verwalten. Über die Jahre hinweg ändern sich aber auch die Kunden: Manche Praxen werden größer, andere schließen. Darum ist es entscheidend, stets dort zu sein, wo etwas „geht“. Manchmal gehört es dazu, sich von gewissen Kleinstkunden früher oder später zu trennen, wenn diese – weil sie vielleicht mit vielen zusammenarbeiten – nicht gemeinsam mit einem Labor wachsen wollen. Aber auch Ausdauer ist gefragt, insbesondere bei der Ansprache und Gewinnung potenzieller Kunden. Hier geht vielen vorschnell die Puste aus – ähnlich wie bei der Preisverhandlung: Statt auf Augenhöhe seinen Preis durchzusetzen, werden viel zu schnell Rabatte gegeben, um kurzfristig den Auftrag an Land zu ziehen.

... Zugänglichkeit statt Verschlussenheit

Welcher Zahntechniker denkt nicht ungern an gewisse Zahnärzte, die sich einfach nicht einmal unverbindlich mit ihnen zusammensetzen wollen? Wer kann sich nicht an Kontaktversuche erinnern, wo er aus der Praxis schneller raus war, als er reingekommen ist? Zahntechniker wollen gerne, dass sich Zahnärzte verändern und offen sind für Neues. Aber wie offen sind Zahntechniker selbst für Neues? Wer Menschen öffnen will, muss selbst offen sein: Darum ist lebenslanges Lernen – gerade im



Verkauf – unverzichtbar. Manchmal reicht nur ein einziger Satz aus einem Seminar, um endlich da weiter zu kommen, wo es bisher nicht gelang. Wenn ein Zahntechniker sagt „Ich kann verkaufen – mir kann keiner etwas vormachen!“, dann arbeitet dieser im Idealfall für den Mitbewerber. Denn wer aufhört besser zu werden – fachlich ebenso wie im Verkauf – ist nicht mehr gut (genug).

... Ziele statt Willenlosigkeit

Zielzahlen spalten so manche Menschen – aber nur dann, wenn es nicht ihre eigenen Ziele sind. Wer Zielzahlen diktiert bekommt und hinter diesen nicht steht, tut sich schwer mit deren Realisierung. Andersherum sind Mitarbeiter nirgends so klar messbar wie im Verkauf. Und kaum ein anderer Bereich wirkt sich so entscheidend auf die unternehmerische Zukunft des Dentallabors aus. Es gibt aber auch die Möglichkeit, an großen Zielen zu wachsen.



Denn mutig wird, **wer Mutiges tut!**

Viele sind hier viel zu bescheiden. Darum dürfen Zahntechniker im Verkauf keine „Kurzstreckenläufer“ sein, sondern „Marathonläufer“. Sie dürfen anspruchsvolle Ziele nicht als Angriff, sondern müssen sie als Herausforderung sehen, die es zu knacken gilt. Und so, wie jeder noch so große Braten gegessen werden kann, wenn die Stückchen nur klein genug sind, so kann auch ein Jahresziel entsprechend runtergebrochen und in kleinen Etappen realisiert werden.

... Tugenden statt Wertelosigkeit

Gerade in der heutigen Zeit sind Werte wie Verlässlichkeit und Ehrlichkeit enorm wichtig. Doch gerade hier versagen viele Zahntechniker. Statt einem

Zahnarzt/Patienten einmal von etwas abzuraten, weil dieser davon nicht profitieren kann oder es bessere Alternativen gibt, stimmen viele mit kurzfristiger Denke dem Behandlungsplan zu. Auch den Zahnarzt rechtzeitig zu informieren, wenn etwas außerplanmäßig läuft, sollte selbstverständlich sein. Und doch hüllen sich viele Zahntechniker in diesem Moment in Schweigen, weil sie hoffen, dass es der Patient vielleicht nicht merkt. Vertrauensbrüche dieser Art sind der Hauptgrund, warum Zahnärzte bestimmten Laboren die Zusammenarbeit kündigen. Sobald der Zahntechniker jedoch nicht versucht, seinem Geschäftspartner und dessen Patienten ein X für ein U zu verkaufen, ist die Basis für alle weiteren Geschäfte und eine langfristige Beziehung hergestellt: Vertrauen.

... Spaß statt Frust

Es geht nicht darum, dass man nur das machen sollte, was einem Spaß macht. Unangenehme Aufgaben gehören zu jeder Tätigkeit einfach dazu. Wichtig aber ist, dennoch weiter zu machen und Spaß am Tun zu haben. Zahntechniker ist einer der interessantesten Berufe der Welt: Er gibt einem die wertvolle Kombination aus fachlicher Beratung – der menschlichen Komponente – und handwerklicher Tätigkeit. Wo sonst gibt es so viel ehrliches Feedback – ein strahlendes Lächeln – im Sinne von sofort sichtbaren

Ergebnissen? Freundet man sich als Zahntechniker auch mit dem Verkaufsaspekt an, kommt noch ein entscheidender Aspekt hinzu: Welche Tätigkeit gibt es sonst, wo so viel einfach mal ausprobiert werden kann – um vielleicht aus einem überzeugten „Ich werde nie ihr Kunde!“ über Monate oder auch Jahre hinweg ein „Jetzt bin ich doch ihr Kunde – und es ist toll!“ zu machen? Freude am Tun ist die Basis, um langfristig am Ball zu bleiben. Wer Spaß am Tun hat, sehnt sich nicht nach dem Wochenende, sondern genießt jeden Moment als Zahntechniker – und verkauft!



Oliver Schumacher
Infos zum Autor

kontakt.

Oliver Schumacher

Katharinenstraße 3
49809 Lingen/Ems
Tel.: 0591 6104416
os@oliver-schumacher.de
www.oliver-schumacher.de

