

Turnaround im Dentallabor?

Der Verkaufstrainer und Buchautor Oliver Schumacher erklärt Zahntechnikern, „warum es vielen an Fahrt fehlt“, und wie sie erfolgreicher werden können.

Sind Zahntechniker, was den aktiven Verkauf anbelangt, ins Misslingen verliert, steckt das gesamte Dentallabor in der Krise: Es werden zunehmend weniger Aufträge generiert, die Umsätze sinken, Zahnärzte springen ab und die Liquidität wird schlechter. Der Teufelskreis beginnt: Je mehr Kunden gehen, desto demotivierter werden die Zahntechniker in ihrer Rolle als Verkäufer – und bestärken – unbewusst – noch mehr Zahnärzte im Gehen.

Manche Dentallabors wollen immer mehr: Höhere Umsatzzahlen, attraktivere Gewinne, interessantere Marktanteile. Kurz: Je schwärzer die Zahlen, desto besser. Aber in der Regel ziehen in einem Labor nicht alle an einem Strang. Einige Zahntechniker haben sich bereits von dem Gedanken verabschiedet, jemals ihre Zielvorgaben im Verkauf – sofern es überhaupt welche gibt – erreichen zu können. Andere arbeiten nach der Devise „Ein Fisch, der in der Mitte schwimmt, wird nicht gefressen“. Sie wollen nicht auffallen – weder positiv noch negativ –, weil sie fürchten, entweder noch mehr verkaufen oder ihrem Chef Rechenschaft ablegen zu müssen. Aber auch manche Führungskräfte tun sich



schwer: Weil sie nicht akzeptiert werden und oft selbst nicht wissen, wie sie ihre Mitarbeiter zur Zielerfüllung führen sollen, scheuen sie das persönliche Gespräch. So verkommen zwangsmäßig angesetzte Besprechungen zu Sit-ins: Zahlen der Vergangenheit werden zeitraubend präsentiert, statt Konzepte und Strategien zu erarbeiten, wie im

Labor alle gemeinsam mehr Fahrt aufnehmen können. Und während auf Teammeetings verhaltener Applaus für die Spitzenverkäufer im Labor aufbrandet, lästern die Schwächsten ab, weil sie meinen, auch solche Zahlen machen zu können, wenn sie denn größere Praxen, einen besseren Bereich oder andere Chancen hätten.

Drei Probleme führen zum Konjunkturprogramm für Mitbewerber

Einige Dentallabors sind durch solche innerbetrieblichen Quellen nur mit sich selbst beschäftigt und machen dadurch ein Konjunkturprogramm für ihre

geben als sich selbst. Und kaum ein Zahnarzt wird zum Anbieter „Sie sind mir nicht engagiert genug – ich kaufe woanders!“ sagen. Eher etwas, das unverfänglich ist, wie „Wir arbeiten schon mit genug Labors zusammen“, „Ich muss mir das noch einmal überlegen“ oder „Leider sind Sie zu teuer“. Vielleicht ist auch gerade daran zu erklären, warum bestimmte Zahntechniker glauben, sie könnten mehr verkaufen, wenn der eigene Preis (endlich) niedriger wäre. Und während der „schwache“ Verkäufer sich in der Rolle des Opfers sieht, macht der Mitbewerber den Auftrag. Warum der Zahnarzt gerade bei diesem kauft, auch wenn er gar nicht billiger war, werden sich solche Verkäufer vermutlich nie erklären können ...

Problem Nr. 1: Minderleister

Bewerbungsgespräche sind Lügengespräche. Fragt der Laborchef den Zahntechniker, ob er auch verkaufen kann oder gerne Neukundengewinnung betreibt, hört er in der Regel ein Ja. Fragt der Bewerber, ob er hin und wieder kurzfristig Urlaub be-

ANZEIGE

V-Max*

... für das Labor!

* Durch ausgefeilte Material-Geräte-Kombinationen mit Höchstgeschwindigkeit zum Top-Ergebnis.

www.dreve.com/dentamid



Mitbewerber. Schließlich kaufen Zahnärzte nicht nur zahn-technische Leistungen, sondern letztlich vor allem von Menschen bzw. dem Zahntechniker als Verkäufer. Und gerade dieser beeinflusst mit seiner Stimmung, seinem Engagement und seinem Verhalten entscheidend die Wahrscheinlichkeit eines Auftrags. Doch gerade „schwache“ Verkäufer wollen das nicht hören. Schließlich ist es immer schöner, anderen die Schuld zu

kommen könne und auch Unterstützung in Form von Weiterbildung erhält, hört auch dieser meist ein Ja. Und dann kommt die Realität, die oftmals doch ganz anders aussieht: Der Zahntechniker ist lieber im Labor oder bei Bestandskunden, statt als Verkäufer Neukundengewinnung zu betreiben. Und der Arbeitgeber ist doch nicht so offen und sozial, wie es zu Anfang

Fortsetzung auf Seite 8 **ZT**

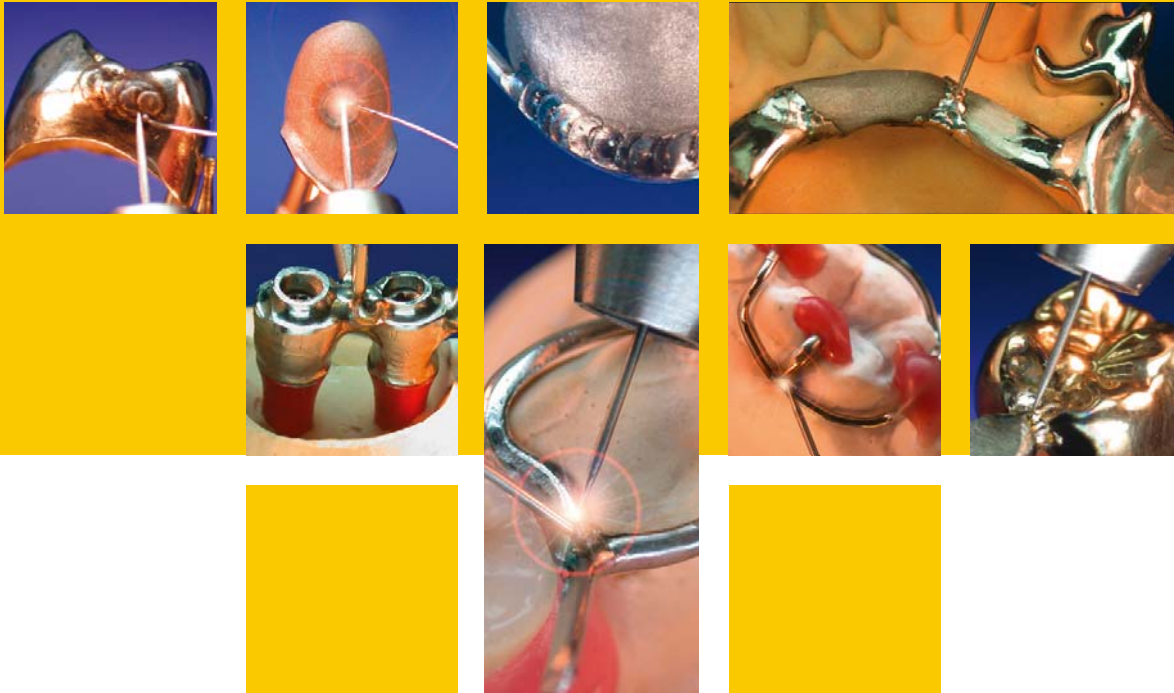
10 Jahre phaser

Mikroimpulsschweißgeräte



JUBILÄUMS EDITION

Sondermodell mit 4-20 fachem Stereo-Zoom-Mikroskop auf festem Stativ mit verschiebbarem Blendschutz – daher noch einfacher auch als „stand-alone“ Optik einsetzbar.



RÜCKKAUF-ANGEBOT

punktgenaues Schweißen in feinsten Qualität.

Noch einfacher, noch vielseitiger und - gerade bei kritischen Legierungen – noch materialschonender in allen dentalen Schweißsituationen.

Für jede Schweißaufgabe die passende „Schussgeschwindigkeit“. Durch Kontaktschweißmodus exzellente Basis für die Kieferorthopädie.

Sie arbeiten bereits mit einem phaser und sind an der neuesten Gerätegeneration interessiert – kein Problem!

Wir machen Ihnen bei Neubestellung eines phasers ein besonders attraktives Rückkaufangebot für Ihr Altgerät.

Sie werden überrascht sein wie günstig dentales Schweißen sein kann.

Rufen Sie uns an.

Tel. +49 (0) 61 72-99 770-0

www.primogroup.de · primotec@primogroup.de



ZT Fortsetzung von Seite 6

schien. In vielen Labors werden – wenn überhaupt – nur einmal im Jahr Mitarbeitergespräche geführt. Richtig wäre es, diese viel häufiger zu tätigen. Neben der fachlichen Arbeit im Labor ist es eine wichtige Aufgabe von Zahntechnikern, Umsätze zu generieren. Die Aufgabe von Laborchefs und/oder Führungskräften ist es, den Mitarbeitern gegebenenfalls zu helfen, diese mit höherer Sicherheit zu realisieren. Gerade bei neuen Mitarbeitern sind viele Gespräche hilfreich. Auf welcher Grundlage sonst soll ein Mitarbeiter über die Probezeit hinaus beschäftigt werden? Etwa nach dem Bauchgefühl? Wenn ein Zahntechniker nach vier Monaten Mittel und Wege findet, sich beispielsweise vor der Neukundengewinnung zu drücken, warum sollte dies nach zwölf Monaten anders sein?

Darum ist es – im Interesse beider – besser, ein wenig gewinnbringendes Arbeitsverhältnis frühzeitig zu beenden. Nicht nur, weil mit hoher Wahrscheinlichkeit ein im Verkauf besserer Zahntechniker die Interessen



des Labors konsequenter vertritt, sondern auch, weil ein schwacher Mitarbeiter – nicht nur was den aktiven Verkauf angeht – Strahlkraft auf seine Kollegen hat: Warum soll sich ein

Zahntechniker „ein Bein ausreißen“, wenn andere mit einer deutlich schlechteren Performance geduldet werden? Nicht zu vergessen ist, dass auch der Austausch von Führungs-

kräften wie ein Befreiungsschlag für die Laborbelegschaft wirken kann. Denn kaum ein Zahntechniker leistet aus sich selbst heraus langfristig Verkaufsbesterleistung, wenn sein Vorgesetzter ihn nicht unterstützt.

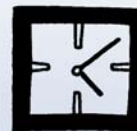
Problem Nr. 2: Mangelnde Kommunikation

So manches Mal wecken Laborchefs ohne böse Absicht falsche Hoffnungen und damit negative Emotionen. Kommt beispielsweise einer auf die Idee, eine Umfrage unter den Mitarbeitern zu machen, was denn alles „an der Front“ nicht läuft, dann ist die Absicht sicherlich gut. Kommuniziert er danach aber nicht offen, wie die Umfrage tatsächlich ausgefallen ist, dann macht er sich verdächtig: Sollte etwa die Umfrage nur ein Alibi-Mittel gewesen sein, um den Mitarbeitern zwei Monate lang das Gefühl zu geben, dass sich nun etwas ändert? Warum werden dann keine Konsequenzen bzw. Veränderungen mehr kommuniziert? Wie intensiv werden Mitarbeiter eigentlich in Entscheidungen mit eingebunden? Wie viel Vertrauen

Büros für die Kollegen „auf der anderen Seite“ ist häufig nur sehr gering. Die entscheidende Frage ist: Kocht jeder im Labor sein eigenes Süppchen oder ist es üblich, sich wirklich offen auszutauschen? Werden eigentlich Zahntechniker von der Laborleitung gefragt, was sie sich wünschen, damit sie „draußen“ noch bessere Umsätze machen können?

Mal angenommen, einzelne Mitarbeiter – egal aus welcher Abteilung – fangen in ihrem Freundeskreis an, von ihrem Arbeitgeber zu erzählen: Leuchten dann ihre Augen vor Begeisterung, weil das so ein tolles Labor ist? Oder bittet der Arbeitnehmer um einen Themenwechsel, damit er schnell wieder auf bessere Gedanken kommt?

So manche Dentallabors stellen sich leider im Laufe der Jahre selbst ein Bein, weil sie den so wichtigen Kontakt untereinander vernachlässigen. Fühlt sich ein einzelner Mitarbeiter nur noch wie eine Nummer, fragt sich jeder qualifizierte Zahntechniker schnell, ob es nicht woanders mehr Spaß machen würde, zu ar-



ANZEIGE

Hedent Dampfstrahlgeräte für jeden Einsatz das Richtige!

Hedent bietet ein volles Programm an Dampfstrahlgeräten, die in verschiedenen Industriebereichen ihre Anwendung finden. Durch die mitgelieferte Wandhalterung haben die kompakten Geräte wenig Platzbedarf. Alle Geräte werden aus hochwertigem Edelstahl und qualitativ anspruchsvollen Aggregaten und Bausteinen gefertigt. Die Düse am Handstück ist bei allen Geräten auswechselbar. So kann die Stärke des Dampfstrahls auf den Arbeitsbereich abgestimmt werden. Die Geräte besitzen hohe Sicherheitsstandards und sind durch drei verschiedene Sicherheitssysteme abgesichert.

Das Ergebnis – zuverlässige, wartungsfreundliche Geräte mit hoher Lebensdauer!



Hedent Inkosteam Economy
Ein kompaktes Gerät für täglichen Einsatz im kleineren Labor und im Praxislabor. Das Kesselvolumen ist auf den Bedarf eines kleinen Labors ausgelegt. Das Gerät muss manuell gefüllt werden. Die Füllmenge wird durch Kontrollleuchten angezeigt.



Inkosteam (Standard)
Leistungsstarkes Hochdruckdampfstrahlgerät für den täglichen Einsatz in Praxis und Labor, wo hartnäckiger Schmutz auf kleinstem Raum zu entfernen ist.



Inkosteam II mit zwei Dampfstufen. Normaldampf und Nassdampf mit hoher Spülwirkung erfüllt höchste Ansprüche an ein Dampfstrahlgerät.



Hedent Inkoquell 6 ist ein Wasser- aufbereitungsgerät zur Versorgung von Dampfstrahlgeräten mit kalkfreiem Wasser bei automatischer Kesselfüllung.



Dampfdüsen 1 mm, 2 mm und 3 mm zusätzlich erhältlich.

Hedent GmbH
Obere Zeil 6 – 8
D-61440 Oberursel/Taunus
Germany
Telefon 06171-5 2036
Telefax 06171-5 2090
info@hedent.de
www.hedent.de

Weitere Produkte und Informationen finden Sie auf unserer Homepage!



lebt der Laborinhaber seinen Mitarbeitern gegenüber vor? Darf in Besprechungen Klartext im Sinne des „großen Ganzen“ gesprochen werden oder werden solche Botschaften im Protokoll zensiert?

Hilfreich ist es, wenn Kollegen öfters einmal die Möglichkeit haben, bei anderen mitzuarbeiten. So könnte jemand von der Telefonzentrale einen Tag lang einen Zahntechniker bei seiner Außendiensttätigkeit begleiten – und umgekehrt. Verstehen ist die Voraussetzung für Verständnis. Und Verständnis ist die Basis für Vertrauen. Und wer vertraut, der kauft: Das bezieht sich nicht nur auf Mitarbeiter, sondern auch auf Kunden.

Problem Nr. 3: Kein „Wirgefühl“

In vielen Laboren herrscht – sofern nicht alle Zahntechniker auch Patiententermine und Beratungen vor Ort durchführen – die Mentalität „Wir hier drinnen – und ihr da draußen!“. Das Verständnis beispielsweise auch des

beiten und erfolgreich zu sein. Sobald Mitarbeiter spüren, dass sich Leistung lohnt, ihre Meinung gefragt ist und Wertschätzung erfahren, ist schon vieles gewonnen. Wenn dann auch noch offen kommuniziert wird, Siege gemeinsam gefeiert und Niederlagen gemeinsam durchschritten werden, bildet sich immer mehr ein Wirgefühl heraus. Aber: Mitarbeiter, die nicht ins Labor passen – egal auf welcher Ebene sie tätig sind – müssen zeitnah ausgewechselt werden.

Denn Menschen kaufen nicht nur von Menschen, sie arbeiten auch mit Menschen. ZT



ZT Adresse

Oliver Schumacher, M. A.
Katharinenstr. 3
49809 Lingen (Ems)
Tel.: 0591 6104416
info@oliver-schumacher.de
www.oliver-schumacher.de

Der ceraMotion® Moment.

Die Verblendkeramik ceraMotion®
für Metallgerüste.

Größte Verbundfestigkeit
mit Werten über 50 MPa.

Feinster Pastenopaker mit
integrierter Bonderfunktion.

Kürzeste Brennzeiten mit Schnell-
abkühlung auch bei CoCr-Legierungen.

Höchste Ästhetik durch absolute
Homogenität und Dichte der Keramik.

Maximale Farbstabilität durch
innovatives Thermocolorationsverfahren.

Innovatives Touch Up System für
weniger Aufwand und höhere Ästhetik.

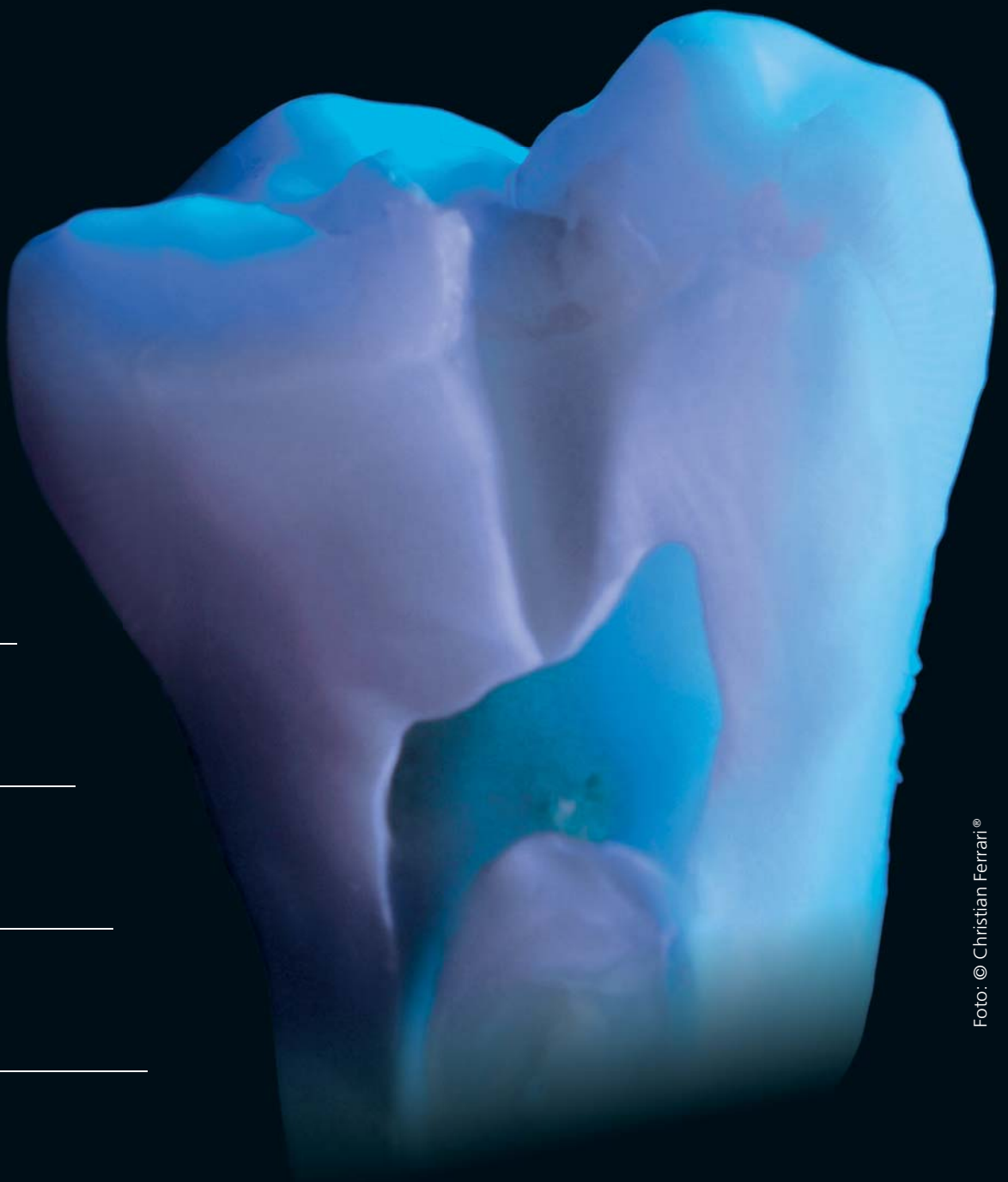


Foto: © Christian Ferrari®



Genießen Sie spannende ceraMotion® Momente...

in unserer ceraMotion® Lounge in Hamburg am Donnerstag, 20. November 2014.
Mehr Infos → Telefon 0 72 31 / 803 - 470

D
DENTAURUM