

Vom Einmalkunden zum Langzeitpartner

| Hans J. Schmid

Vielleicht kennen Sie das: Man fertigt für einen guten Freund, der den Zahnarzt nicht wechseln möchte, eine zahntechnische Arbeit an. Der Kontakt mit dem bis dato unbekanntem Behandler ist gut, das Ergebnis großartig, der Dank motivierend – doch das war's dann auch. Der Folgeauftrag bleibt aus. Auch spätere Versuche sich ins Gedächtnis zu rufen verpuffen ohne Ergebnis. Die schlimmste Antwort, die man dann noch bekommen kann, ist: „Ich weiß jetzt ja, wo ich mich im Notfall hinwenden kann.“

Bild: © alphaspirit



Ein zahntechnischer Notfall in dem überversorgten Deutschland? Statistisch gesehen passiert so etwas so gut wie nie. Wie können Sie jedoch das Ergebnis eines Einzelauftrages so nutzen, dass es Ihnen und Ihrem Unternehmen hilft? Wie können Sie im Kopf des Zahnarztes bleiben, wenn so ein „einmaliger“ Fall auftritt?

Hoffnung allein bringt keinen Umsatz

Nun wird der Zahnarzt, in der Hoffnung, dass er sich erweichen lässt Ihnen wei-

tere Aufträge zukommen zu lassen, in unregelmäßigen Abständen kontaktiert. Die Erwartung, dass das wiederum über kurz oder lang einen Langzeiteffekt erreicht, ist nicht zu verbergen. Dass dieses Gebaren oft nicht die gewünschte Wirkung erzielt, sondern eher lästig ist und den Anschein vermittelt, dass man betreut werden muss bzw. Beschäftigung benötigt, wird häufig nicht beachtet. Eine dauernde Berieselung führt nicht zu einer Veränderung, kann im Gegenteil sogar abschreckend wirken. Hier eignet sich die motivierende Ge-

sprächsführung bestens, um im Vorfeld die Chancen abzuwägen und die richtige Entscheidung für das Unternehmen zu treffen.

„Lieber 97 Neins und 3 Jas als mit 100 Jains, die Zeit vergeuden.“

Dazu folgende Fragen an Sie:

1. Welche Person in Ihrem Umfeld ist diejenige, der Sie am meisten vertrauen?
2. Mit wem in Ihrem persönlichen und beruflichen Umfeld unterhalten Sie sich am meisten?

C.HAFNER: DIE NEUE WELT DER EDELMETALL TECHNOLOGIE

RECYCLING

EDELMETALL-
FRÄSEN

LEGIERUNGEN



GALVANOFORMING

SERVICES

C.HAFNER gehört zu den führenden europäischen Anbietern von Produkten und Dienstleistungen im Bereich der Edelmetall-Dentaltechnologie. Als familiengeführtes Unternehmen setzen wir auf innovative und wirtschaftliche Produkte, hohe persönliche Kundenorientierung und höchste Umweltstandards – aus Überzeugung und Tradition. **Mehr Informationen unter Tel. +49 7231 920-381 oder c-hafner.de**

C.HAFNER GmbH + Co. KG
Gold- und Silberscheideanstalt
75173 Pforzheim · Deutschland

Telefon +49 7231 920-0
dental@c-hafner.de
www.c-hafner.de

C.HAFNER

Edelmetall · Technologie





„Wenn ein Ei **von außen** geöffnet wird, **endet das Leben**.

Wenn ein Ei **von innen** geöffnet wird, **startet ein neues Leben!**“

3. Wem, in Ihrem Freundeskreis, glauben Sie am meisten?

Das Verrückteste daran ist, dass Sie diese Person kennen. Es sind nämlich Sie selbst, lieber Leser! Gewiss kennen Sie das, wenn Sie im Büro stehen, etwas auf dem Schreibtisch suchen und dabei denken: „Ich habe es doch gerade noch hier liegen sehen.“

Pro Tag führen wir Menschen etwa achteinhalb Stunden Selbstgespräche. Meist leise, doch häufig auch laut. So kann es auch Ihre Mitarbeiterin sein, die im Unternehmen steht und sagt: „Hier hab ich es doch gerade hingelegt. Wo ist das nur, dieses Teil?“

ANZEIGE

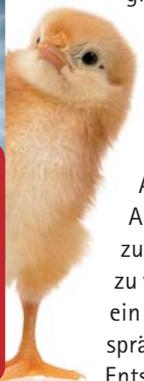
LABOR-GEFÜHLE



Wir **LIEBEN** unsere Kunden. Nur so können wir 100% Einsatz bringen. Dazu ein umfangreiches Sortiment und Leistungen: Legierungen, Galvanotechnik, Lasersintern, Metoxit, 3Shape, GC, Roland u.w. Partner – Mit dem Plus an Service! Tel. 040 / 86 07 66 · www.flussfisch-dental.de

since 1911

FLUSSFISCH



Das sind nichts anderes als Selbstgespräche. Und die Aussagen der Person, mit der wir uns am meisten unterhalten, haben das größte Gewicht. Sie glauben dem, was Sie denken und sagen am meisten. Sie müssen sich selbst hören, damit Sie von einer Sache auch tatsächlich überzeugt sind. Mein Freund umschreibt das so: „Woher soll ich wissen, was ich denke, bevor ich gehört habe, was ich sage?“

Sie können also weiterhin versuchen, Ihre Kunden mit guten Argumenten zu überzeugen oder dafür sorgen, dass Sie selbst eine Ich-Entscheidung tätigen. Über Motivation zur Veränderung aus dem Kunden heraus, bedarf es bewusster Schritte, um zum Ergebnis zu gelangen. Nur geht das nicht mal eben im Vorbeigehen. Dazu braucht es ein bisschen Zeit und Aufmerksamkeit. Hier haben Sie die Chance, aktiv in die Entscheidung des Zahnarztes einzugreifen. Sorgen Sie dafür, dass

Sie sich nach der einmaligen zahntechnischen Arbeit mit dem Zahnarzt zu einem Feedbackgespräch treffen. Ideal ist es, bei Auslieferung der fertigen Arbeit gleich einen Termin zur Abholung der Unterlagen zu vereinbaren. Ohne dass sich ein Zahnarzt Zeit für ein Gespräch nimmt, gibt es keine Entscheidung.

Feedback ist wichtig

„Liebe Mitarbeiterin, erst kürzlich haben Sie eine Arbeit von uns erhalten. Da Sie sonst jedoch mit einem anderen Labor zusammenarbeiten, würden wir gern die Chance nutzen und ein fundiertes Feedback von Ihnen erhalten. Deshalb sind die fünf bis zehn Minuten kurz nach dem Einsetzen immens wichtig für uns. Wir würden uns sehr über die Möglichkeit freuen. Natürlich nehmen wir dabei auch gern gleich wieder alle Unterlagen mit, damit Ihre Schränke nicht überquellen.“

Wenn ein Termin gefunden wurde, können Sie Nägel mit Köpfen machen. Als Einstieg für Sie und zum Brechen des Eises ist ein kleiner Rundgang durch die Praxis zu empfehlen. Dadurch haben Sie nicht nur die Chance das Unternehmen kennenzulernen, sondern können durch die Bewegung gleich ein wenig Stress abbauen. Danach ist das Feedback angesagt.

„Wie zufrieden waren Sie mit unserer Arbeit?“

„Im Vergleich zu den Mitbewerbern, gibt es Tipps oder Anregungen?“

„Was haben Sie als besonders angenehm empfunden?“

„Welche Punkte sind Ihnen besonders wichtig? Worauf legen Sie besonderen Wert?“

„Was macht aus Ihrer Sicht ein Labor so interessant, das Sie mit ihm zusammenarbeiten?“

Jetzt ist Ihr Gegenüber gefragt und Sie bekommen direkt Antworten.

Der Zehnerschlüssel

Der Wunsch nach Veränderung sorgt nicht gleich für neue Gewohnheiten. Deshalb sind drei Fragen, die die Bereitschaft zu einer Veränderung unterstützen oder aktivieren, empfehlenswert. Dazu benutzt man den Zehnerschlüssel. Als erstes Beispiel, die Frage nach dem Wunsch einer Zusammenarbeit: „Wo stehen Sie gerade, was den Wunsch einer Zusammenarbeit betrifft? Bitte nennen Sie mir eine Zahl zwischen 0 und 10. 0 bedeutet dabei unwahrscheinlich und 10 absolut sicher.“

Jetzt bekommen Sie eine Zahl x genannt und bekommen so den ersten Eindruck. In der Regel beantwortet die Mehrheit diese Frage mit einer Zahl zwischen 4 und 7.

Die zweite Frage lautet: „Warum x und nicht 0?“

Bei der Antwort dieser Frage bekommen Sie die Motive für die Bereitschaft zur Veränderung. Das bedeutet, Sie erfahren aus Sicht des Zahnarztes, was die Stärken Ihres Labors sind.

Doch die letzte und wichtigste der drei Fragen ist: „Warum x und nicht 10?“

So bekommen Sie die Antwort über die Widerstände, den Zwiespalt, der eine Veränderung verhindert. Nun wissen Sie den wahren Hinderungsgrund. Können Sie ihn aus der Welt schaffen, blicken Sie und Ihr neuer Zahnarzt in eine gemeinsame Zukunft. Das nennt man zielführende Kommunikation. Weitere Entscheidungen liegen nun in Ihren Händen. Ist Ihr Gegenüber für Ihr Unternehmen attraktiv? Lohnt es sich, die Widerstände aus dem Weg zu räumen? Treffen Sie die Entscheidung. Das ist der Weg, weg von der Untwürdigkeit hin zur Partnerschaft. „Unsere Perlen der Zahntechnik möchte ich nicht vor die Säue werfen. Doch wie ich sehen und erleben konnte, sind unsere Perlen eine Zierde und Bereicherung für ihren Äskulapstab.“

Der Weg ist nicht leicht. Doch für alle, die den Mut haben, es zu erleben, denen zeige ich, wie man mit zielführender Kommunikation ein Ei (Zahnarzt) dazu bewegt, dass es sich von selbst öffnet. Schicken Sie eine Mail an service@arbeitsspass.com und ich werde mich umgehend bei Ihnen melden.



Hans J. Schmid
Infos zum Autor

kontakt.

Hans J. Schmid

Benzstr. 4
97209 Veitshöchheim
Tel.: 0931 2076262
service@arbeitsspass.com
www.arbeitsspass.com

IMMER KOMPAKT. WIRTSCHAFTLICH. BENUTZERFREUNDLICH. ROLAND EASYSHAPE.

Roland EasyShape erweitert die DWX-Produktfamilie. Bekannte 5-Achsen-Vielseitigkeit und 4-Achsen-Einfachheit werden durch eine neue Nassschleif-Lösung - die DWX-4W - ergänzt.



DWX-50

- Simultane 5-Achsen-Bearbeitung
- Große Materialvielfalt, hohe Zuverlässigkeit



DWX-4

- Kompakt, Kostengünstig, hochwertig und präzise
- Fräst Block- und Pin-type Materialien



In Kürze
verfügbar

DWX-4W

- Nassschleif-Technologie
- z.B. für Lithium-Disilikat

WWW.ROLANDEASYSHAPE.COM

EASY
SHAPE

Roland
DENTAL SOLUTIONS