

Neukundengewinnung ist Wahrnehmungspsychologie

| Hans J. Schmid

„Ihn will ich als Kunden haben“, „Er ist um die Ecke“, „Ich verstehe mich gut mit Ihm“, „Er hat so ein tolles Team“, „Er hat dieselbe Spezialisierung wie Ich“, „Wir liegen auf gleicher Wellenlänge“, „Er passt genau zu uns.“...

Hans J. Schmid könnte noch viele solche Sätze aufzählen, doch es ändert nichts an dem System.

„Die reinste **Form des Wahnsinns** ist es, alles **beim Alten zu lassen** und trotzdem zu hoffen, dass sich **etwas ändert.**“ – Albert Einstein

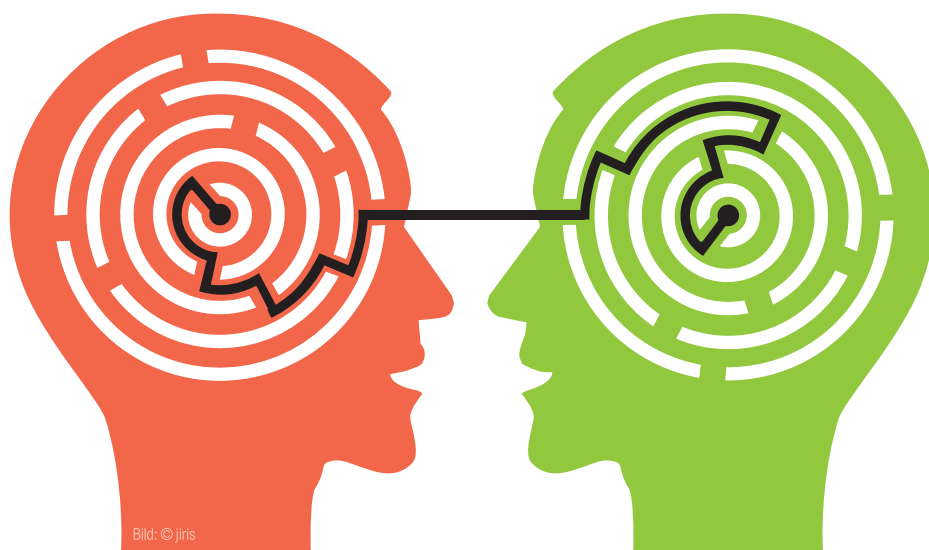


Bild: © jiris

Doch Ihre Sicht auf die Dinge ist nicht gleich die Sicht Ihrer Kunden, und erst recht nicht die Sicht potenzieller Neukunden. Je mehr Sie sich auf Ihre Wünsche und Vorstellungen versteifen, desto geringer sind die Aussichten auf neue Kundschaft. Weder die vermeintlichen Übereinstimmungen noch die Lage oder sogar Freundschaft sorgen für einen neuen Kunden. Dafür nutzt man andere Lösungswege. In der Wahrnehmungspsychologie gibt es mittlerweile zahlreich geprüfte Erkenntnisse, welche die Ergebnisse nachweislich positiv beeinflussen.

Eine strategische Herangehensweise führt zum Ziel

Ist Ihnen schon mal aufgefallen, dass man in Supermärkten oft gegen den Uhrzeigersinn läuft? Und dass Obst und Gemüse meist am Eingang stehen? Das sind zwei nachweislich sichere Garantien für mehr Umsatz. Da die Zahl der Rechtshänder überwiegt und jene folgerichtig nach rechts greifen, sorgt der Weg linksherum zu mehr Verkaufsfläche auf der rechten Seite. Obst und Gemüse bremst unsere Laufgeschwindigkeit, und wenn wir dann tatsächlich zugreifen, gibt es uns das Gefühl, etwas Gesundes im Wagen zu ha-

ben. Die Ergebnisse sind so markant, dass kaum ein Supermarkt auf diese Strategie verzichtet.

Einmal installiert, für immer gewonnen. Dasselbe gilt für die Neukundengewinnung: Es gibt viele Möglichkeiten, die sicher zu neuen Kunden führen. Allerdings gibt es auch viele Denkfehler, die eben dies verhindern. Die Frage ist: Wie bekomme ich heraus, wer an einer Zusammenarbeit Interesse hat? Die Antwort ist: Es ist so gut wie keiner, sonst hätten Sie vermutlich schon eine Rückmeldung bekommen.

Sie möchten neue Kunden, also werden Sie aktiv.

Was keiner weiß, macht keinen heiß

Sorgen Sie also dafür, dass Sie wahrgenommen werden. Machen Sie auf sich aufmerksam. Bringen Sie sich ins Gespräch. Dafür eignen sich Mailings, Briefe, Newsletter, Laborzeitungen, Anzeigen, Vorträge, redaktionelle Texte, Seminare, Workshops, Events und natürlich auch Besuche bei Zahnärzten und viele andere Kommunikationsquellen. Wichtig ist die Kontinuität, denn einmal ist keinmal. Natürlich ist bei allen Aktivitäten ein Feedback vonnöten. So bekommen Sie heraus, wer tatsächlich Interesse hat. Lassen Sie sich überraschen, wer sich bei Ihnen meldet. Sie suchen einen Zahnarzt, der mit Ihnen ausgewählte implantatwillige Menschen versorgt? Dann schicken Sie einfach einmal vierhundert Briefe an Zahnarztpraxen mit Ihrer Frage

NEU

Programat® P710

Der innovative Brennofen

Für mehr
als nur
Brennen.



Mit digitalem Zahnfarben-Assistent zur exakten Farbanalyse

- **Glanzfunktions-Assistent**
– für einen individuellen Keramik-Glanz
- **Infrarot-Technologie**
– ermöglicht objektgesteuerte, optimale Vortrocknungsprozesse
- **Integrierte Telefonfunktion**
– telefonieren und einfach weiterarbeiten



www.ivoclarvivadent.de/programat-p710

www.ivoclarvivadent.de

Ivoclar Vivadent GmbH

Dr. Adolf-Schneider-Str. 2 | D-73479 Ellwangen, Jagst | Tel. +49 7961 889 0 | Fax +49 7961 6326

ivoclar
vivadent®
passion vision innovation



„Wie Du kommst **gegangen**, so wirst Du **empfangen**.“



Bild: © Sergey Nivens

und der Bitte um Antwort. Freuen Sie sich auf das kommende Feedback! Jetzt haben Sie etliche Rückläufer, mit der Bitte um genauere Informationen. Dadurch haben Sie aus dem Markt die Zahnärzte gefunden, die noch etwas vorhaben und welche bereit sind etwas Neues zu wagen. Das sind nicht unbedingt die, die Sie erwartet hätten. Natürlich werden Besprechungstermine vereinbart, denn zwischen Tür und Angel werden selten neue Partnerschaften geschlossen. Was Sie dann letztendlich vorstellen, ist nicht zwingend relevant.

Worauf es wirklich ankommt

Viel wichtiger ist, wie Sie wahrgenommen werden. Wie stellen Sie sich dar? Können Sie Menschen begeistern? Sind Sie überzeugend?

Ob Sie Patientenveranstaltungen anbieten, ob Sie sich den Zahnarzt als Spezialisten im Auditorium wünschen, ob Sie in Zeitschriften annoncieren oder ob Sie mit Ihrem Implantatpartner einen Stand auf einer Messe realisieren wollen ... Das bleibt ganz allein Ihnen überlassen.

Doch noch viel wichtiger sind Ihre Einstellung und Ihre Gedankenwelt. Wenn Sie mit dem Gedanken, dass sie dringend Arbeit benötigen, in die Praxis kommen, dann wird die Reaktion Ihres Gegenübers dementsprechend ausfallen.

Fehlt Ihnen die Inspiration oder der Entscheidungswille, biete ich Ihnen gerne meine Unterstützung an. Lassen Sie uns

telefonieren und ich werde Ihnen mit Rat und Tat zur Seite stehen.

„Wie Du kommst gegangen, so wirst Du empfangen.“

Haben Sie den Druck im Nacken, schnell neue Aufträge generieren zu müssen, werden Sie auch so behandelt – mit Ablehnung. Strahlen Sie Selbstsicherheit und Siegeswillen aus, werden Sie ebenso wahrgenommen und begrüßt – mit Interesse und Neugier.

Ändern Sie Ihre Einstellung und Ihr Gedankengut, ändern sich gleichermaßen Ihre Ergebnisse. Sie treffen selbst die Entscheidung, ob Ihre Aktion ein Ergebnis produziert oder nicht. Nach Ihrer Mailingaktion sollte es genügend Kontakte geben. Nun besteht Ihre Aufgabe darin, darunter den richtigen neuen Partner auszuwählen – oder auch zwei oder drei. Das heißt, Sie gehen zur neuen Praxis mit dem Auftrag herauszufinden, ob diese zu Ihnen passt. Sie allein sind der Entscheider. Sie allein dürfen auswählen, ob das Unternehmen zu Ihrem Labor passt. Sie allein selektieren.

Freuen Sie sich darauf, Ihre Zahnärzte selbst auszusuchen. Dies ist die richtige Einstellung, für eine tolle Zusammenarbeit und eine tolle Zukunft!

Zeigen Sie Präsenz

Es gibt Menschen, da ist man der Meinung die Sonne geht auf, wenn sie einen Raum betreten, und es gibt Menschen, da passiert das erst, wenn sie ihn verlas-

sen. Sorgen Sie dafür, dass Sie zu den Ersteren gehören! Wenn sich der Raum erhellt, wenn Sie ihn betreten, haben Sie schon so gut wie gewonnen. Menschen kaufen bei Menschen, die begeistern können. Sollten Sie sich unsicher sein oder wollen Sie einfach zusammen mit Kollegen Ihren Erfahrungsschatz erweitern, dann seien Sie dabei. Auch diesen Herbst gibt es wieder ein Sonnenseminar, bei welchem Sie Ihre Wirkung auf andere Menschen erleben oder auch erlernen können. Sie erleben wie sich Ihre Empathie und Ihre Wirkung auf Menschen in einem Tag frappierend verändern lassen.

Melden Sie sich gerne per E-Mail oder Telefon (Der Termin ist nur für ZWL-Leser).



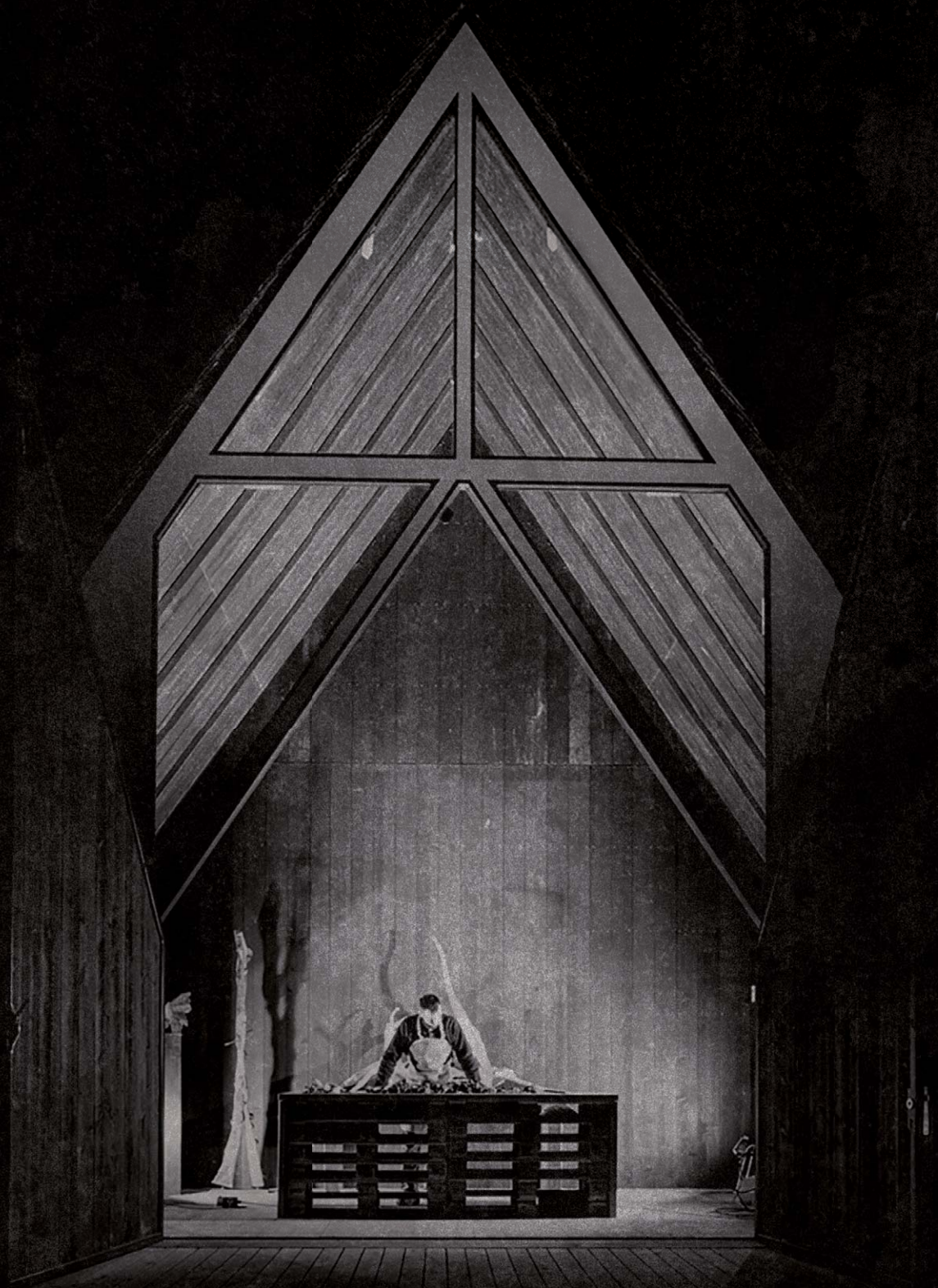
Hans J. Schmid
Infos zum Autor

kontakt.

Hans J. Schmid

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

Zirkonzahn®



DIE ZIRKONZAHN SCHULE

ZIRKONZAHN Worldwide – Südtirol – T +39 0474 066 680 – info@zirkonzahn.com – www.zirkonzahn-education.com
ZIRKONZAHN Deutschland – 73491 Neuler – T +49 7961 933 990 – info@zirkonzahn.de – www.zirkonzahn-education.com