Der Zahnarzt 2015: Ein Unternehmer, der selbstbewusst, leidenschaftlich sowie überzeugend Privatleistungen verkauft. Soweit zumindest an dieser Stelle die Theorie, denn die Integration von Selbstzahlerleistungen in Praxisstrukturen ist vielerorts leichter gesagt als getan. Wie es dennoch funktionieren kann, zeigt der nachfolgende Beitrag.

Christin Bunn
[Infos zur Autorin]

Ultradent Products
[Infos zum Unternehmen]

Wie auf Prophylaxe eine Zahnaufhellung folgt

Christin Bunn

Geht es um die Generierung von Privat- und Zuzahlerleistungen, gibt es kein Erfolgsrezept, was sich auf jede Praxis anwenden lässt. Zu verschieden sind die Praxisausrichtungen samt den Zielgruppen, zu unterschiedlich die lokale Situation und zu differenziert das Engagement des Praxisteams in diesem Segment. Zudem wird oftmals vermutet, dass der Patient nicht an zusätzlichen Leistungen interessiert sei und die Angst überwiegt, während des Gesprächs beim „Verkauf" erkannt zu werden und den Patienten schlimmstenfalls zu verlieren. Dabei geht es in der ersten Stufe weder um das Gewinnen noch um das Verlieren, sondern lediglich um das bloße Anbieten von Leistungen. Denn wer nicht über seine Angebote spricht, kann auch nicht erwarten, diese abzusetzen.

Privatleistungen und ihre Akzeptanz

Privatleistung ist nicht gleich Privatleistung, denn einige lassen sich schwerer vermitteln als andere. Geht es beispielsweise um eine Füllung im hinteren Molarbereich, wird es der Behandler nicht leicht haben, eine hochästhetische Compositevariante als Alternative zur Kassenleistung zu präsentieren. Zudem ist die Disziplin der konservierenden Zahnheilkunde patientenseitig nicht selten mit negativen Empfindungen verbunden – Hürden und Stolpersteine, die dem Zahnarzt einiges an Überzeugungsarbeit abverlangen.
Im Unterscheid dazu gibt es aber auch Bereiche, in denen Privatleistungen wesentlich unkomplizierter angeboten werden können, so beispielsweise in der Pro-

Tipp: Ab sofort bietet Ultradent Products auch eine Patienten-Website samt Praxisfinder an. Auf dieser befinden sich alle patientenrelevanten Informationen rund um das Thema Bleaching, denn die digitalen Medien bilden gegenwärtig immer häufiger das Informationsmedium Nummer 1, wenn es um die Suche nach Behandlungsmöglichkeiten samt deren Detailfragen geht. Opalescence-anbietende Praxen können sich hier registrieren und so den Patientenzulauf im Segment der Zahnaufhellung erheblich steigern.
Gefunden werden, Neukunden gewinnen und über Leistungen sprechen – dank www.opalescence.com/de kein Problem!

phylaxe. Ihre Behandlungen werden als Selbstzahlerleistungen akzeptiert und haben in den vergangenen Jahren erheblich an Compliance gewonnen.
Die Disziplin der Prophylaxe ist bei Jung und Alt oftmals positiv besetzt: Es gibt keine Schmerzen, den Zähnen wird etwas Gutes getan, ein entspanntes Gefühl während einer PZR ist dauerpräsent und der Patient verlässt die Praxis mit einer positiven Empfindung. Mehr noch wird die Behandlung heutzutage als Wellness-Anwendung wahrgenommen – ein Trend, den insbesondere auch die Produktinnovationen im Segment der Pulverstrahlgeräte und Scaler mit temperierter Flüssigkeit mitgestaltet haben.
Zahnarztpraxen investieren bewusst in den Ausbau von Prophylaxezimmern sowie entsprechend geschulten Mitarbeitern. Die Themen Design, Atmosphäre und Raumgestaltung werden in diesem Zusammenhang aufgegriffen, und der Leistungskatalog im Segment der Prophylaxe findet sich auf Broschüren, Websites und Co. meist in den oberen Rängen. Eine Entwicklung, die zeigt, dass Privatleistungen auf großflächige Akzeptanz stoßen können – wenn man ihnen auch die entsprechende Aufmerksamkeit zukommen lässt.

Wie der Prophylaxepatient zum Bleachingkunden wird

Bezieht man diese Entwicklung nun auf den Bereich der Zahnaufhellung, lässt sich feststellen, dass dieser zwar ebenfalls positiv besetzt ist, aber längst nicht in der Häufigkeit durchgeführt wird wie beispielweise eine PZR.
Dabei ist jede PZR immer auch eine mögliche Brücke zur Zahnaufhellung, denn nach erfolgter Zahnreinigung drückt die Dentalhygienikerin ohnehin meist dem Patienten einen Spiegel in die Hand: So kann er sich an den sauberen und gepflegten Zähnen, von denen alle äußeren Flecken und Beläge entfernt wurden, erfreuen. Oft lächelt der Patient zufrieden – mancher aber hätte sich sein Gebiss noch etwas schöner und strahlender gewünscht. Ein Leichtes wäre es an dieser Stelle folglich, den Patienten auf die Zufriedenheit mit seiner Zahnfarbe anzusprechen und ggf. eine Bleachingbehandlung anzubieten. Dies erfordert jedoch etwas Mut, Kommunikationsfreude und Talent im Bereich Gesprächsführung, zumal es sich bei PZR-Behandlungen meist um delegierte Prozesse handelt und die Helferin folglich das „Verkaufsgespräch" führen müsste.

Abb. 1

Abb. 2

Abb. 1: Die Patient Kits von Opalescence Go, mit je zehn vorgefüllten UltraFit Trays für OK und UK, wahlweise mit Geschmack „Mint" oder „Melone". – **Abb. 2:** Das UltraFit Tray ist ein Doppeltray – das äußere Tray hilft beim Einsetzen, das innere Tray verbleibt auf der Zahnreihe und formt sich optimal an.

Kleine Helfer, große Wirkung

Eine clevere Idee hält deshalb Ultradent Products für Praxen parat, die auf Zahnaufhellung mit Opalescence-Produkten setzen. So wurde mit den praktischen Opalescence Go Trays ein System vorgestellt, das geringen Aufwand erfordert und niedrige Kosten mit sich bringt. Dabei handelt es sich um vorgefertigte Schienen mit einem Zahnaufhellungsgel, welche nach erster Instruktion durch die Praxis zu Hause angewendet werden können. Die UltraFit Trays sind leicht einzusetzen, haben einen angenehmen Geschmack nach Minze oder Melone und zeigen schon nach kurzer Tragedauer – je nach Zahnfarbe – eine deutliche Farbverbesserung.
Warum also dem Patienten nach einer PZR nicht einfach zwei Trays mit nach Hause geben? Dieser wird sich freuen, dass Sie sein Lächeln noch schöner gestalten wollen und im Idealfall entscheidet er sich nach einer positiven Testphase für eine weitere Zahnaufhellung mittels der praktischen Trays oder gar eine Bleachingbehandlung durch eine individuelle Schiene.
Opalescence Go ist zudem ideal geeignet, um die Zahnfarbe zwischen zwei PZR-Behandlungen aufzufrischen – so wird der Patient in netter Art und Weise an die Praxis gebunden, die Aufmerksamkeit für seine Zähne verstärkt und die Bereitschaft zum regelmäßigen Recall bekräftigt.
Vorgefertigte Zahnaufhellungs-Schienen als Prophylaxe-Plus – ein ideales Tool für erfolgreiches Praxismarketing und ein Alleinstellungsmerkmal, dass Sie garantiert gegenüber vielen Praxen haben werden.

Kontakt

Ultradent Products
Am Westhover Berg 30
51149 Köln
Tel.: 02203 3592-15
infoDE@ultradent.com
www.ultradent.com