WIE DENKBLOCKADEN IHREN ERFOLG VERHINDERN

Der Weg zur finanziell sehr erfolgreichen Praxis: Patientenbedürfnisse realisieren vs. Privatleistungen verkaufen

Dörte Scheffer, Dipl.-Psychologin und Praxiscoach

››› Sie dürfen nicht verkaufen und machen damit deutlich mehr Umsatz. Das klingt paradox, ist aber Realität, wenn man sich wirklich erfolgreiche Praxen anschaut. Was steckt also hinter dem Geheimnis solcher Praxen? Tatsächlich beginnt alles im Kopf des Zahnarztes/der Zahnärztin. Es sind die fehlenden, nicht definierten Konzepte und typischen Denkblockaden, die den Erfolg verhindern. Kontraproduktive Gedanken und Verhaltensweisen im Praxisalltag verhindern genau das, was Sie als Praxisinhaber erreichen wollen: Patienten begeistern, bestens versorgen und binden und gleichzeitig mit Spaß am Beruf wirtschaftlich gewinnbringend arbeiten.

Als Praxisgründer befassen Sie sich mit der Praxisausstattung, dem Personal, machen sich über Logo, Corporate Design und vielleicht noch über ihr Leistungsspektrum Gedanken. Darüber hinaus ist es aber gerade zu Beginn wichtig, zusätzlich einige ganz zentrale Aspekte zu reflektieren und diese dann schriftlich zu fixieren:

1. Das Praxiskonzept und das Behandlungskonzept sowie
2. das Kommunikationskonzept. Außerdem sollten Sie sich Gedanken über Ihre Zielgruppe machen. Und genau das passiert meistens nicht.

Die ersten gedanklichen Fehler

Oft wird erst nach 5 bis 15 Jahren einmal intensiver darüber nachgedacht, weil es nicht so läuft, wie man sich das vorgestellt hat. Und darin liegt schon der erste logische Fehler. Denn es ist doch viel sinnvoller, sich gleich zu Beginn Gedanken darüber zu machen, wen ich mit meiner Praxis und meiner Idee von Zahnheilkunde ansprechen möchte, um mir dann zu überlegen, wie und womit ich diese ansprechen möchte. Und wenn ich dann starte, muss ich mir natürlich vorher überlegen, wie ich die Patienten informiere und berate. Die meisten Zahnärzte fangen einfach an, machen sich viele Gedanken, definieren aber diese Dinge nicht konkret. Aber dann kommen die ersten Beratungsgespräche, Sie müssen den Patienten Lösungen anbieten und Sie müssen über die Kosten sprechen.

Viele Existenzgründer argumentieren: Ich muss ja erst mal Patienten in die Praxis bekommen, damit es anläuft. Vielleicht sagen Sie auch „Der Patient möchte das so und das eben nicht". Das ist der zweite logische Fehler. Denn Sie sind der Spezialist, die Spezialistin, der Patient kann nicht wissen, was die beste Lösung ist. Sie müssen ihm sagen, was am sinnvollsten ist, um das Ergebnis zu erreichen, was er sich wirklich wünscht.

Aber Sie haben Bedenken, fühlen sich am Anfang vielleicht auch finanziell unter Erfolgsdruck, und so nehmen Sie erst mal jeden, machen alles, auch Dinge, hinter denen Sie nicht wirklich stehen. Das ist der dritte logische Fehler. Denn Sie bekommen das, was Sie anbieten! Das soll bedeuten: Wenn Sie zum Beispiel einfache Kunststofffüllungen ohne Mehrkosten anbieten, wird sich das herumsprechen und Sie bekommen in der Folge immer mehr Patienten, die genau das wollen. Dann wird es viel schwieriger, da wieder herauszukommen und hochwertige Leistungen anzubieten. Und so entsteht in Ihrem Kopf der Irrglauben „bei mir funktioniert

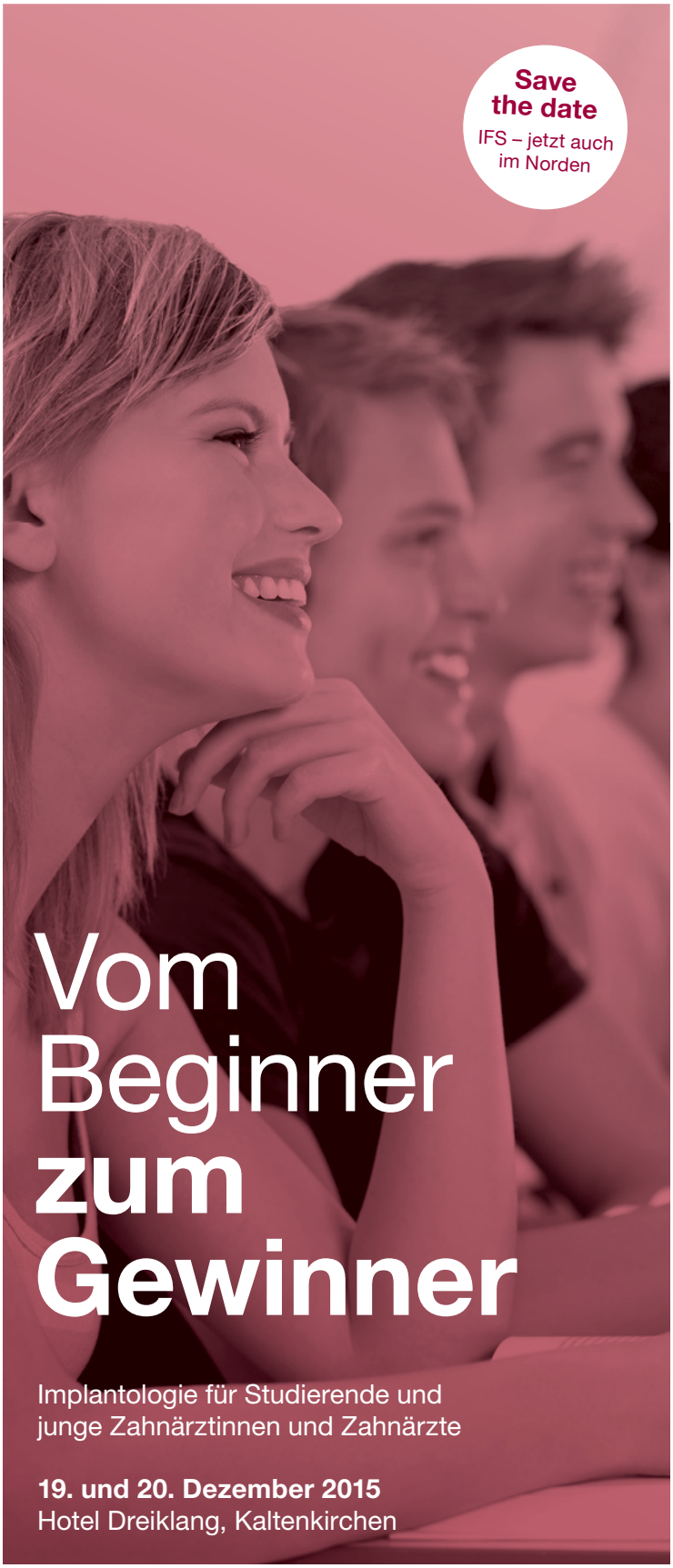
„Sie können steuern, welche Patienten zu Ihnen kommen und welche Leistungen nachgefragt und angenommen werden!“

das alles nicht“. Das ist falsch. Es liegt allein an Ihrer Einstellung, an Ihrem Handeln, an Ihrer Kommunikation. Denn Sie können steuern, welche Patienten zu Ihnen kommen und welche Leistungen nachgefragt und angenommen werden! Dabei haben Sie es im Grunde so leicht, gleich richtig zu starten. Sie können von Anfang an Ihre Konzepte definieren und mit dem Team festlegen, was, wie kommuniziert wird. Aber auch im Fall der Übernahme einer Praxis mit Team oder in einer langjährigen Praxistätigkeit lassen sich diese Dinge neu definieren.

Die Denkblockaden

Ob Existenzgründer oder schon länger dabei, im Praxiscoaching begegnen mir immer wieder die typischen Denkblockaden. Welche der umseitigen Sätze haben Sie selbst schon einmal gedacht?
Derartige Denkblockaden verhindern zum einen, dass Sie die Patienten bekommen, die Sie haben möchten. Die Patienten, die wirklich interessiert sind, etwas für ihre Zahngesundheit und ihr Wohlbefinden zu tun, und auch bereit sind, dafür Geld auszugeben. Damit sie das tun, müssen sie gut informiert sein. Vielen Zahnärzten ist einfach nicht klar, dass die Patienten ein großes Informationsdefizit haben. Sie sind der Spezialist, der dem Patienten sagen kann, was bei ihm im Mund los ist und was zu tun ist, um eine lebenslange Zahngesundheit und Wohlbefinden zu realisieren.
Zum anderen hindern Sie solche Denkblockaden daran, frei, entspannt und authentisch zu beraten. Und gerade darin liegt der Erfolg einer Praxis begründet: in einer netten, vertrauensvollen, einfachen und klaren Beratung. Die Basis hierfür ist eine gute Praxis-Zahnarzt-Patienten-Beziehung. Nett zu sein bedeutet aber nicht, alles sehr gut und dann aber umsonst zu machen. Wenn Ihre Patienten zufrieden sind und gerne in Ihre Praxis kommen, dann haben Sie das

ANZEIGE



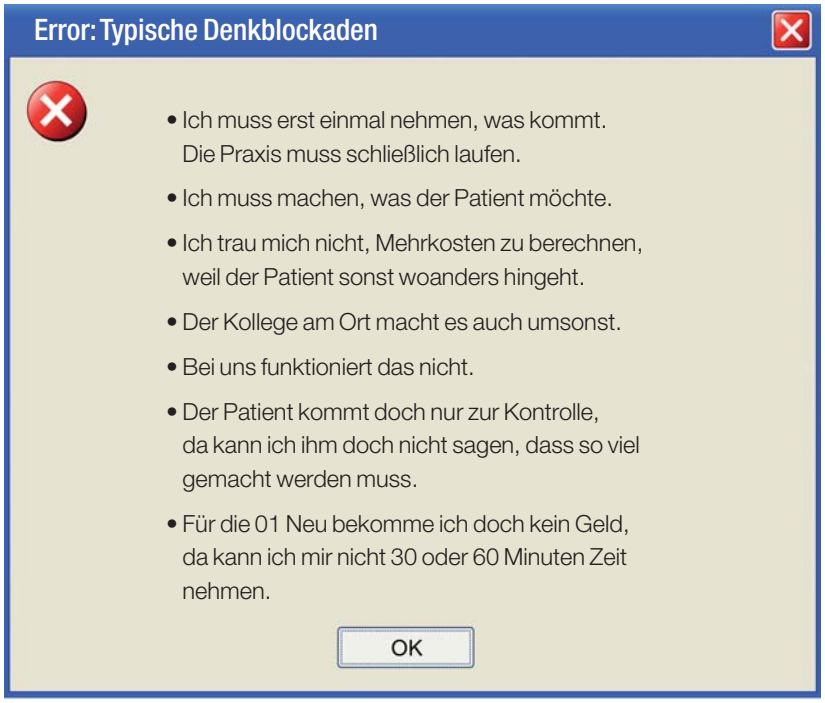
www.dgoi.info
www.facebook.com/dgoi.info

Deutsche Gesellschaft für Orale Implantologie e. V.
Bruchsaler Straße 8 · 76703 Kraichtal
Telefon 07251 61 89 96-0 · Fax 07251 61 89 96-26
mail@dgoi.info · www.dgoi.info

DGOI
DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR ORALE IMPLANTOLOGIE

DGOI. Für Deinen Praxiserfolg.

Wichtigste bereits geschafft. Sie haben eine gute Beziehung zu Ihrem Patienten aufgebaut. Eine solche vertrauensvolle Beziehung ist die Basis für ein lebenslanges Zahngesundheitskonzept und die weitere Beratung des Patienten. Wenn dieses Vertrauen da ist, ist eine Atmosphäre geschaffen, in der Sie ganz entspannt über notwendige und sinnvolle Maßnahmen und deren Kosten sprechen können. Der Patient



„Der Patient und nicht Sie (Denkblockade!) entscheidet, wofür er sein Geld ausgibt. Je mehr Sie den Patienten vertrauensvoll in den Diagnose- und Entscheidungsweg einbeziehen, desto einfacher wird er sich entscheiden können."

hat also das Recht, selbst zu entscheiden. Die Erfahrung zeigt, dass die Patienten sich in einer solch offenen, vertrauensvollen Beratungsatmosphäre nahezu immer für die hochwertigere Versorgung entscheiden. Und das rechnet sich dann für alle: der Patienten ist besser versorgt und hochzufrieden, Ihre Praxis hat einen guten Ruf und der Umsatz stimmt auch. Denn es funktioniert für die Mehrkosten bei Kunststofffüllungen genauso wie für umfassende Versorgungen über 10.000 EUR. Und es funktioniert an jedem Standort.

Eine offene, authentische, vertrauensvolle Patientenberatung

Wie also funktioniert eine solche Beratung? Der erste Schritt ist, wie bereits dargestellt, dass Sie klare Konzepte haben. Dies brauchen Sie im Beratungsgespräch. Sie müssen in zwei, drei Sätzen sagen können, was Ihre Idee von Zahnheilkunde ist und wie sie arbeiten. Dies könnte sich zum Beispiel so anhören: „Ich sage Ihnen mal, wie wir arbeiten, und Sie können schauen, ob das für Sie interessant ist. Wir möchten für unsere Patienten, also auch für Sie, wenn Sie das möchten, eine lebenslange Zahngesundheit erreichen, ... Außerdem ist es so, dass wir versuchen, möglichst lange die eigenen Zähne zu erhalten, dafür ist die Prophylaxe mit der professionellen Zahnreinigung ein ganz wichtiger Teil. ... Wenn dann doch einmal eine Versorgung von Zähnen notwendig ist, finden wir immer die Lösung, die für den Patienten am besten passt. Das braucht Zeit in der Beratung, aber genau dafür nehmen wir uns viel Zeit. Damit fühlen wir uns alle wohl und erreichen die besten Ergebnisse, sodass Sie richtig zufrieden sind."

Die Patienten müssen umfassend informiert sein:

1. Über das, was bei ihnen im Mund los ist. Denn deswegen kommen sie zur Kontrolle! Also weg mit der Denkblockade „Er kommt doch nur zur Kontrolle"!
2. Über die besten Möglichkeiten, nur so kann er sich entscheiden. Entscheiden nicht Sie darüber! Man ist immer wieder erstaunt, wem was wert ist. Der Patient und nicht Sie (Denkblockade!) entscheidet, wofür er sein Geld ausgibt. Je mehr Sie den Patienten vertrauensvoll in den Diagnose- und Entscheidungsweg einbeziehen, desto einfacher wird er sich entscheiden können. Sie werden dann erleben, wie der Patient bestimmte Leistungen aktiv nachfragt.

Kommunikation in zwei Richtungen: mehr zuhören als reden

Das kann Sie also beruhigen. Denn viele Zahnärzte sagen mir: Ich will nicht so viel reden. Sehr gut, sage ich dann, Sie sollen auch viel mehr zuhören. Es gilt in der Beratung, die Fakten mit den Bedürfnissen des Patienten zu verbinden. Deswegen ist der Beziehungsaufbau so wichtig, bei dem es auch darum geht, den Patienten mit seinen Erfahrungen, Motivationen und Wünschen kennenzulernen. Dafür müssen Sie ganz viel zuhören, denn diese persönlichen Informationen brauchen Sie nachher für eine gute Beratung.

WEG vom Kosten- und Zuzahlungsdenken, HIN zum Denken über Patientenbedarf und -bedürfnis

Wenn Ihnen das gelingt, ist es ganz einfach, ihm bestimmte Lösungen anzubieten, weil Sie genau wissen, was am besten für ihn ist. Sie geben ihm die

Fakten über Haltbarkeit, Komfort, Materialien, Ästhetik etc. und dann entscheidet der Patient. Wenn Sie es schaffen, dass Sie in der Beratung nur über die medizinischen Notwendigkeiten und sinnvollen Maßnahmen zur Befriedigung der Patientenbedürfnisse nachdenken und sprechen, haben Sie einen entscheidenden Schritt gemacht. Sie müssen im Grunde weg vom Denken über die Kosten, hin zum

„Sie müssen im Grunde weg vom Denken über die Kosten, hin zum Denken über den größten Nutzen für den Patienten."

Denken über den größten Nutzen für den Patienten. Damit überzeugen Sie den Patienten, wenn Sie mit der Lösung ganz bei ihm sind. Und dann entscheidet er sich in der Regel für die hochwertigere Lösung, die etwas oder auch viel mehr kostet. In einer solch offenen und vertrauensvollen Atmosphäre werden die Kosten nebensächlicher, und dann finden sich immer Wege der Finanzierung.

Das Sprechen über die Kosten

Warum fällt es doch so vielen Zahnärzten schwer, über die Kosten zu sprechen? Wenn Sie das bisher Gesagte verinnerlicht haben und Ihnen bewusst ist, dass Sie eine sehr hochwertige, sinnvolle Leistung anbieten, dürfte das nicht mehr so sein. Sie haben lange dafür studiert und sich fortgebildet, Sie stellen eine schöne Praxis mit moderner Technik und ein professionelles Team zur Verfügung. Ist es nicht selbstverständlich, dass das etwas kosten darf? Und ist es nicht angesichts der bekannten Situation im Gesundheits- und Krankenkassenwesen genauso selbstverständlich, dass dieses System nur Basisversorgungen leisten kann? Also liegt es in der Entscheidung des Patienten, was er sich selbst leisten möchte. Sie müssen ihm nur sagen, was Sie für ihn tun können, was er bei Ihnen bekommen kann und was das kostet.

Die letzte Denkblockade und Ihre Entscheidung

Die letzte Denkblockade ist nun meistens: Was ist, wenn der Patient es zwar haben möchte, es sich aber nicht leisten kann? Darauf gibt es drei Antworten. Wichtig ist hierbei das Wort „kann". Zum einen gibt es die Patienten, die zwar könnten, aber nicht wollen. Von denen können Sie sich gut verabschieden, denn die wissen Ihre Leistung nicht zu schätzen.
Dann gibt es die Patienten, die nur auf den ersten Blick nicht können, die in Ruhe darüber nachdenken, wie viel Sinn es macht, auf eine andere Ausgabe (teure Schuhe, Urlaub) zu verzichten, um in die eigenen Zähne zu investieren, wovon sie einen langfristigeren Nutzen haben. Eine optimale Beratung ist die beste Entscheidungsgrundlage.
Zu guter Letzt gibt es die Patienten, die es sich tatsächlich nicht leisten können. Von diesen gibt es auch mindestens zwei Arten. Die, die in einer Notlage sind oder eben wenig verdienen und wirklich gerne etwas tun möchten. Bei diesen können Sie gerne Ihre soziale Ader ausleben und Dinge irgendwie möglich machen. Aber eben nur bei dieser sehr kleinen Gruppe von Patienten.
Und manchmal muss man auch akzeptieren, dass jeder seines Glückes Schmied ist, und wer eben nicht mehr Geld verdient und hat, der kann sich eben keine hochwertige Zahnheilkunde leisten. Das ist eben so. Es gibt für jeden die richtige Praxis.
Sie müssen sich als Praxisinhaber entscheiden: Ob Sie eine Sozialpraxis aufbauen möchten, was ebenso ehrenwert und erfüllend ist, aber finanziell nicht so ergiebig. Und dann müssen Sie konsequent sein, können nicht die hochwertigen Materialien und Techniken verwenden, denn das funktioniert wirtschaftlich nicht. Oder Sie entscheiden sich dafür, eine Praxis mit besonderen Leistungen zu betreiben und das entsprechend privat zu berechnen. Dann sind Sie auch wirtschaftlich erfolgreich. In beiden Fällen hängt der Erfolg der Praxis von Ihrer Fähigkeit ab, durch eine offene, authentische Kommunikation eine vertrauensvolle Patientenbeziehung aufzubauen. Sie müssen also eine Entscheidung treffen. Haben Sie ein bisschen Mut, es auszuprobieren, und Sie werden erfolgreich sein. <<<

↗ VITA

Dörte Scheffer, Dipl.-Psychologin und Praxiscoach

Carlshöhe 36
24340 Eckernförde
Tel.: 04351 667716
scheffer@dental-coaches.de

Dörte Scheffer ist Diplom-Psychologin und seit über 15 Jahren selbstständige Praxisberaterin. Sie hat eine sehr erfolgreiche Zahnarztpraxis von Anfang an mit aufgebaut. Dörte Scheffer entwickelte Praxiskonzepte, die sich in jeder Praxis wirksam einsetzen lassen. Neben dem Praxis- und Teamcoaching bietet sie auch Führungs- und Privatcoaching an. Im Kommunikationscoaching setzt sie sehr erfolgreich das Wingwave-Coaching und Methoden des Mentaltrainings ein. Sie ist als Referentin u. a. für Kammern und die Dentalindustrie unterwegs.
2012 erschien ihr Buch „Erfolgsgeheimnis Praxiskonzepte und Patientenberatung", das die hier dargestellten Inhalte ausführlicher behandelt.
(ISBN 978-3-8448-2370-7)

Mehr Infos finden Sie hier:
www.dental-coaches.de