© Dusan Petkovic / Shutterstock.com

GESUNDHEITSBERATUNG

Der neue Weg erfolgreicher Kommunikation

Reinhard Homma

>>> Nachdem Hippokrates vor rund 2.400 Jahren das Thema Gesundheit in den Mittelpunkt seiner Tätigkeit gestellt hat, geht es heute immer noch um dieses Thema, wenn Kunden zu Ihnen in die Praxis kommen. Diese Menschen erwarten von Ihnen für ihre vorhandene Situation eine medizinisch sinnvolle Lösung. Sie als Zahnarzt sind Berater – und nicht Verkäufer –, sind Situationslöser und müssen auf die vorhandenen Erwartungen der Kunden eingehen. Um genau diese Gesundheitsberatung erfolgreich umsetzen zu können, müssen Sie sich mit dem entsprechenden Ablauf dieses Gesprächs auseinandersetzen bzw. müssen Sie es lernen. In einem kurzen Abriss werde ich Sie darüber informieren.

Sie müssen anders sein als andere Praxen. Dazu benötigen Sie Mut. Entscheidend: die Einstellung zu haben, jeden Tag das Beste zu geben und jeden Tag Erfolge zu erzielen. Ihre persönliche Einstellung ist an der Körpersprache erkennbar. Körperhaltung sowie andere körpersprachliche Elemente zeigen, ob Sie vor Energie sprühen oder saft- und kraftlos sind. Es gibt ein sogenanntes Resonanzgesetz, welches Folgendes besagt: Der Mensch ist, was er denkt. Was er denkt, strahlt er aus. Was er ausstrahlt, zieht er an. Körper und Geist bilden eine Einheit. Negative Gedanken verändern Ihren Körper sofort in einen negativen Zustand – konkret in negative Körpersprache. Warum soll ein Kunde dann Interesse an einer Bera-

tung bei Ihnen haben? Lernen Sie positiv zu denken und vermitteln Sie somit eine positive Körpersprache. Dies ist der ideale Einstieg in eine erfolgreiche Gesundheitsberatung.

vertrauen

Alle Erfahrungen, welche Menschen in ihrem Leben machen, werden im Stammhirn abgespeichert. Innerhalb von Sekunden entsteht das Gefühl, ob jemand glaubwürdig ist oder nicht.

Gehen Sie auf Ihre Patienten ein

Immer wieder stelle ich bei meinen Kommunikationsanalysen fest, dass zu wenig auf die Kundenbedürfnisse eingegangen wird. Das können Sie jedoch nur tun, wenn Sie den Kunden danach fragen, konkret eine Bedarfsanalyse durchführen.
Aus der Hirnforschung ist bekannt, dass 99,9996 Prozent der Sinneseindrücke unbewusst das Gehirn erreichen – dort verarbeitet und abgespeichert werden. Bewusst erreichen das Gehirn nur 0,0004 Prozent aller Eindrücke. Unbewusste Eindrücke laufen über ausgelöste Emotionen. Entscheidende emotionale Faktoren werden durch die weichen Faktoren und die qualifizierte Gesundheitskommunikation ausgelöst. Immer dann, wenn Menschen angenommen werden wie sie sind – konkret auf der authentischen Ebene –, nach ihren Bedürfnissen gefragt werden, Zuwendung

emotionen

Unbewusste Eindrücke laufen über ausgelöste Emotionen. Entscheidende emotionale Faktoren werden durch die weichen Faktoren und die qualifizierte Gesundheitskommunikation ausgelöst.

erhalten und die Kommunikation für sie verständlich ist, entsteht für sie Wohlfühlen und noch mehr Vertrauen. Menschen sind jedoch unterschiedlich in der Art des Verhaltens, der Kommunikation und in der Entscheidung.

Handeln Sie als Gesundheitsberater

In der erfolgreichen Gesundheitsberatung kommt auch das sogenannte Pareto-Prinzip zum Tragen. 80 Prozent der erfolgreichen Gesundheitsberatung ist der psychologische Teil: Ihre Einstellung, Ihr Selbstvertrauen und Ihr gesundes Selbstbewusstsein. 20 Prozent sind Methoden und Fertigkeiten der erfolgreichen Kommunikation. Entscheidend ist, dass Sie emotional involviert sind mit Ihrer Leistung und Ihrem Kunden. Je positiver Sie sich fühlen, umso mehr glauben Sie an sich und umso erfolgreicher sind Sie. Sehen Sie sich als Gesundheitsberater Ihrer Kunden. Der Schlüssel zum Erfolg. Kunden spüren das im Unterbewusstsein. Sie müssen an sich selbst glauben. Sie haben ein Selbstbild und nach außen handeln Sie entsprechend Ihrem inneren Selbstbild. Wenn Sie sich als Gesundheitsberater betrachten, akzeptieren die Kunden Sie aufgrund Ihrer Selbstbewertung. Ein Gesundheitsberater ist ein Profi. Jedes Produkt, jede Dienstleistung ist die Lösung für eine vorhandene Situation des Kunden. Gibt es keine Situation, so gibt es keine Beratung.

aufmerksamkeit

Durch mehr Aufmerksamkeit für die Kunden bauen Sie die so wichtige emotionale Beziehung stärker auf. Der Kunde fühlt sich wertvoll und wichtig und sein Selbstwertgefühl steigt.

Festigen Sie Beziehungen durch Vertrauen

Im ersten Schritt müssen Sie eine Beziehung zu den Kunden aufbauen. In den ersten vier Sekunden trifft der Kunde die Entscheidung über Sie. Innerhalb von 30 Sekunden ist der Eindruck abgeschlossen. Thema: Glaubwürdigkeit. Der Blick des Kunden ist wie ein Schnappschuss. Er geht ins Unterbewusstsein – konkret ins Stammhirn – und wird verglichen mit dem bisher Erlebten. Alle Erfahrungen, welche Menschen in ihrem Leben machen, werden im Stammhirn abgespeichert. Innerhalb von Sekunden entsteht das Gefühl, ob jemand glaubwürdig ist oder nicht.
Durch mehr Aufmerksamkeit für die Kunden bauen Sie die so wichtige emotionale Beziehung stärker auf. Der Kunde fühlt sich wertvoll und wichtig und sein Selbstwertgefühl steigt. Damit entsteht das so wichtige Vertrauen. Nur wenn Menschen Ihnen vertrauen, sind sie bereit, in Lösungsvorschläge zu investieren. Wie können Sie dieses Vertrauen noch weiter optimieren?
Nicht was Sie sagen ist entscheidend, sondern wie Sie es sagen und was der Körper ausdrückt. Erfolgreiche Gesundheitsberatung läuft über das Gefühl, über das Unterbewusstsein. Informationen sind wichtig und sind das Geschenk an ihre Kunden, aber alleine nützen sie nichts ohne die entsprechende Verpackung. Informationen benötigen Emotionen, um im Gehirn des Gegenübers nachhaltig verankert zu werden. Die Beziehungsebene, die dem Austausch

© Sapann Design / Shutterstock.com

von Gefühlen, Stimmungen oder Empfindungen dient, bestimmt das kommunikative Klima und entscheidet zu 93 Prozent über Erfolg und Nichterfolg von Botschaften.

Beraten Sie erfolgreich

Der erfolgreiche Zahnarzt wird – bewusst oder unbewusst – die gleiche Gesundheitsleistung an unterschiedliche Patienten auf unterschiedliche Weise anbieten: Durch sein Verhalten (Beziehungs- und Handlungsebene) und seine Argumentation (Sachebene). Erfolgreiche Beratung hat vor allem drei Ursachen und deshalb auch drei Voraussetzungen, die im Training geschaffen werden müssen (siehe Grafik).
Erfolgreiche Beratung und Umsetzung von zahnärztlichen Gesundheitsleistungen setzt somit voraus, die individuellen Motive und die daraus resultierenden Bedürfnisse des Kunden zu erkennen und so für jeden die wirksamsten Argumente und das passende Angebot zu finden. Dabei lassen sich die vielfältigen Bedürfnisse auf wenige Grund- und Kundenmotive zurückführen, die Antrieb zur Entscheidung sind. Die Wurzeln für diese Motive liegen stets in einem Vorteil, den sie in der langen Geschichte der Evolution für das Leben brachten.

Erkennen Sie unterschiedliche Kommunikationsebenen

Wenn Sie jetzt als Zahnarzt lernen, die unterschiedlichen Strukturen der Kunden schnell zu erkennen, sind Sie in der Lage, die Lösungsvorschläge auf unterschiedlichen Ebenen zu kommunizieren. Sie haben somit die Möglichkeit, den Kunden diese Lösungen so zu erklären, dass sie es verstehen und den Nutzen für ihre Gesundheit schnell und umfassend erkennen. Sie lernen insofern auf der persönlichen Ebene des Kunden zu kommunizieren.
Der Ort, an dem sich Angebot und Nachfrage treffen, ist das menschliche Gehirn. Dort, im dreieinigen Gehirn, wird Ihr Angebot aufgenommen und bewertet. Es trifft auf die Nachfrage, die Bedürfnisse des Kunden. Dort entstehen Wunsch, Widerstand, Entscheidung oder Ablehnung.
Hintergrund dieser Gesundheitsberatung ist, dass die Kunden zufrieden die Praxis verlassen. Zusätzlich entsteht mehr Empfehlungsmarketing. Durch dieses „Hilfs- und Unterstützungs-Gespräch" erkennen die Kunden, welche Lösung für ihre vorliegende Situation die beste ist, und sind guten Gewissens bereit, in ihre Zahngesundheit zu investieren. <<<

↗ KONTAKT

Reinhard Homma
MediGram
Rheinstraße 27
76275 Ettlingen
Tel.: 07243 78208
Mobil: 0172 7290542
homma@medigram.de
www.medigram.de

DENTALZEITUNG

Fachhandelsorgan des Bundesverbandes Dentalhandel e.V.

BVD BUNDESVERBAND DENTALHANDEL

ABONNIEREN SIE JETZT!

Bestellung auch online möglich unter:
www.oemus.com/abo

DENTALZEITUNG • OEMUS MEDIA AG • OEMUS.COM • DENTALZEITUNG.COM

Praxis

Name

Straße

PLZ / Ort

Telefon

Fax

E-Mail

☐ Ja, ich abonniere die DENTALZEITUNG für 1 Jahr zum Vorteilspreis von 33,– Euro inklusive gesetzl. MwSt. und Versandkosten. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht 6 Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird (Poststempel genügt).

Datum

Unterschrift

OEMUS MEDIA AG

Abonnement-Service
Holbeinstraße 29
04229 Leipzig
Tel.: 0341 48474-200
Fax: 0341 48474-290
grasse@oemus-media.de
www.oemus.com

Widerrufsbelehrung: Den Auftrag kann ich ohne Begründung innerhalb von 14 Tagen ab Bestellung bei der OEMUS MEDIA AG, Holbeinstraße 29, 04229 Leipzig schriftlich widerrufen. Rechtzeitige Absendung genügt.

Unterschrift

df 4/16

oemus