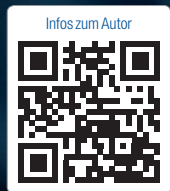


Verkaufsgespräche: Weil Struktur für alle Beteiligten wichtig ist

Oliver Schumacher gibt wichtige Tipps für die Rahmenbedingungen in Verkaufsgesprächen.



Keiner weiß Bescheid ... und alle machen mit? So läuft es manchmal: Ob im Dentallabor oder beim Zahnarzt – man sitzt zusammen, aber nicht alle Beteiligten wissen genau, um was es geht, was überhaupt das Ziel ist und wie viel Zeit insgesamt für das Beisammensein geplant ist. Jeder ist froh, wenn er weiß, was auf einen zukommt – nicht nur im B2B-Gespräch zwischen Zahnarzt und Zahntechniker, sondern auch im Beratungsgespräch mit dem Patienten. Wann treffen wir uns? Wo? Was wird besprochen? Und wie lange wird es in etwa dauern? Das gibt den Beteiligten die Möglichkeit, zu planen, sich einzustellen, also eine wichtige Struktur. Doch nicht immer ist das so. Gerade wenn es für ein Dentallabor um den Verkauf der eigenen Leistungen geht, sind die Folgen oft katastrophal: keine klare Aussage, kein gemeinsames Ziel und letztendlich kein Auftrag.

Ich muss JETZT weg!

Zahntechniker kennen die Situation: Gerade ist man so schön beim Präsentieren und Erklären, das Gespräch mit dem Zahnarzt läuft und dann sagt dieser plötzlich: „Oh, ich habe keine Zeit mehr, tut mir leid. Schicken Sie mir das doch alles noch einmal zu, bitte!“ Da ist guter Rat teuer. Was tun? Noch viel interessanter ist allerdings die Frage: Warum kam es überhaupt dazu? Was hat den Zahntechniker in diese

missliche Lage gebracht? Und wie kann er es das nächste Mal anders, sprich, besser machen?

Ein Termin alleine genügt nicht

Viele Zahntechniker vergessen schlichtweg, einen Gesprächsrahmen zu setzen. Ein Gesprächsrahmen gibt dem gesamten Gespräch Struktur. Oft sagen Zahntechniker bei der Terminvereinbarung – ob telefonisch oder beim persönlichen Treffen – zum Zahnarzt: „Ok, dann sehen wir uns nächste Woche Mittwoch um 14.00 Uhr.“ Der Zahnarzt antwortet: „Ja, find ich gut.“ Dann legt der Zahntechniker auf oder verabschiedet sich. Würde man ihn fragen „Wie lange soll denn eigentlich das Gespräch bei dem Zahnarzt gehen?“, sagt dieser beispielsweise: „Ja, ich hab so ne halbe Stunde dafür eingeplant.“ Auf die Frage „Und wie viel Zeit hat der Zahnarzt für dich eingeplant?“ folgt meist betroffenes Schweigen.

Zeitspanne genauer festlegen

Bei den meisten Zahnärzten ist der Tag sehr eng getaktet. Ein Patiententermin jagt den nächsten, dazwischen das eine oder andere Telefonat, ein Bewerbungsgespräch, die Abstimmung mit dem Kieferorthopäden, ein Verkaufsgespräch mit einem Lieferanten, die Abrechnung muss noch ge-

prüft, ein Kostenvoranschlag ausformuliert werden und – ganz nebenbei – gilt es, noch eine Abgabefrist für den nächsten Vortrag einzuhalten. Es ist elementar, dass man dann als Zahntechniker, wenn es um die Vereinbarung für ein Gespräch geht, nicht nur sagt „Um 14.00 Uhr sehen wir uns.“, sondern beispielsweise viel öfter: „Wir treffen uns von 14.00 bis 15.15 Uhr.“ oder „Wir sehen uns 14.00 Uhr, und ich brauche vor Ort eine halbe Stunde. Passt das so für Sie?“. Das gibt dem Ganzen doch gleich vielmehr Struktur – und genau die ist hilfreich für uns alle.

Ablauf in Erinnerung rufen

Jetzt spinnen wir einfach mal weiter: Der Zahntechniker hat – genauso wie oben beschrieben – einen Termin gemacht. Ort, Uhrzeit und Zeitbedarf wurden genannt. Drei Wochen später ist es so weit – der Zahntechniker ist vor Ort beim Zahnarzt. Jetzt ist es wichtig, nach der Begrüßung die Vereinbarung ruhig noch einmal konkret anzusprechen. Sinngemäß kann dies folgendermaßen geschehen: „Herr XY, wir hatten ja vor einigen Tagen telefoniert, und heute wollen wir über das Thema Z sprechen. Ich hatte mir eingetragen, dass wir 20 Minuten reden können. Bleibt es dabei? Haben Sie weiterhin 20 Minuten Zeit?“ oder „Wir wollten heute ab 15.00 Uhr über Y reden. Ich habe mir vorgemerkt, bis um halb vier. Bleibts dabei?“.

Dem Kunden eine Chance geben

Interessant ist, dass genau durch diese kleine Veränderung kein Zahntechniker mehr in die eingangs beschriebene missliche Lage kommt, dass der Zahnarzt

mitten im Gespräch sagt „Ich muss jetzt weg!“. Vielleicht sagt der Zahnarzt: „Oh danke, dass Sie das noch einmal ansprechen. Wissen Sie, so lange habe ich heute auf keinen Fall Zeit!“. Hat er tatsächlich nur etwas weniger Zeit, könnte der Zahntechniker sagen: „Okay, dann lassen Sie uns mal gleich loslegen!“. Falls der Zahnarzt sagt: „Ich habe Sie ganz vergessen und deshalb nur fünf Minuten“, dann ist es wohl sinnvoller, gleich das ganze Gespräch abubrechen mit den Worten: „Oh schade, dann macht es ja wenig Sinn, wenn wir uns jetzt hier nur so kurz zwischen Tür und Angel unterhalten. Lassen Sie uns bitte gleich einen neuen Termin machen.“ Was einfach nicht passieren darf, ist, dass ein Zahntechniker dem Zahnarzt mehr Zeit raubt, als dieser eigentlich für ihn geplant hat.

Manchmal darfs auch ein bisschen länger sein

Wer lange genug im Verkauf tätig ist, weiß, dass manchmal aus einem Gespräch, für das eine Stunde geplant war, plötzlich zwei Stunden werden. Wenn die Chemie stimmt und der Kunde das will, ist alles gut. Grundsätzlich geht es ja immer darum, den Kunden wertzuschätzen – und das gelingt, indem man als Zahntechniker einfach ein Stück weit mehr mitdenkt, dem Zahnarzt mehr Struktur gibt, indem man ihm offen und ehrlich sagt, wie lange man mit ihm reden möchte und um welche Themen es geht. Nichts ist schlimmer als ein Verkäufer, der zum Kunden sagt „Ich wollte Ihnen nur noch schnell etwas zeigen ...“, und nach einer Stunde ist die Präsentation immer noch nicht zu Ende.

Den Menschen erreichen

Neben der Zeitspanne nutzen im Verkauf besonders erfolgreiche Zahntechniker oftmals auch noch eine Agenda, die sie dem Zahnarzt vorab per E-Mail zukommen lassen. Auf dieser Agenda sind die wichtigsten Punkte beschrieben, die im Gespräch geklärt werden sollen. Entweder nur zur Info oder zur Abstimmung der Themen – der Zahnarzt wird sich darüber freuen. Zum einen, weil er merkt, wie viel Zeit und Engagement das Dentallabor in ihn steckt. Zum anderen, weil er zu Recht eine Erwartungshaltung hat: Der Zahntechniker als Dienstleister muss liefern. Schließlich ist er verantwortlich dafür, seine Kunden – Zahnarzt wie Patienten – zu erreichen. Und genau hier schließt sich der Kreis – der Erfolgskreislauf: Je mehr Struktur ich meinen Kunden gebe, umso schneller und besser erreiche ich diese. Weil sie merken, dass ich mir Gedanken gemacht habe, weil sie spüren, dass sie für mich nicht nur eine Nummer sind, sondern wertvolle Gesprächspartner, die es zu verstehen und zu schätzen gilt. **ZT**

ZT Adresse

Oliver Schumacher
Katharinenstraße 3
49809 Lingen/Ems
Tel.: 0591 6104416
os@oliver-schumacher.de
www.oliver-schumacher.de

ANZEIGE

Vertrauen ist gut, vergleichen ist wertvoller! **Exklusiv Gold**

Wir werben nicht mit HÖCHSTPREISEN

wir ZAHLEN sie - jeden Tag!

Wir schmelzen - mengenunabhängig - für nur 79,00 € inkl. 4 Stoff Analyse

Seit 30 Jahren: persönlich - leidenschaftlich - ehrlich - diskret

AHLDEN Edelmetalle GmbH - Ihr Partner für
Dentallegierungen - Goldrecycling - Anlagemetalle

www.exklusivgold.de
Tel: 05161 - 98 58 0

ceraMotion®
One Touch



1 Million Mal Lächeln

Mit **ceraMotion® One Touch** wurden bereits über eine Million Kronen ästhetisch finalisiert. **Weltweit** begeistern die einzigartigen **2D- und 3D-Pasten** die Zahntechniker. **Vollkeramik** fast so schön wie geschichtet und das mit nur **einem Brand!** Gibt es nicht? Hier vereinbaren Sie Ihren persönlichen **Demotermin: +49 7231 / 803-534**



← Mehr Informationen

D
DENTAURUM

www.dentaurum.com