

## Als Parodontologe aktiv verkaufen? Aufträge sichern durch Sog statt Druck!

Parodontologen, die verkaufen als lästige Pflicht sehen und meinen, dass sie einfach nur irgendetwas an den Mann oder die Frau bringen „müssten“, haben ein hartes Los. Erfolgreicher als Parodontologe und glücklicher als Mensch sind diejenigen, die kaufen lassen. „Sog statt Druck“ lautet der Erfolgsgrundsatz, der mit den entsprechenden Strategien in einer Parodontologie-Praxis auch erreichbar ist.

Wie schaffen Sie es, Ihre Produkte und Leistungen so anziehend zu machen, Ihr Angebot so verlockend zu gestalten, dass Ihr Kunde förmlich magnetisch angezogen wird? Wodurch wecken Sie ein unwiderstehliches Interesse, ja geradezu ein Kaufverlangen? Wenn Sie das bewirken, ist Ihnen als Parodontologe im (Ver-)Kaufsgespräch auch die volle Aufmerksamkeit Ihres Patienten sicher.

Dabei gilt es jedoch eines zu beachten: Patienten sind so unterschiedlich, wie es Menschen auf diesem Planeten gibt. Im Verkaufsgespräch ist es deshalb nicht möglich, nur mit einer einzigen erlernten Strategie erfolgreich zu agieren. Erst wenn Sie es als Parodontologe schaffen, in die tiefsten Denkmuster Ihres Patienten einzutauchen, können Sie diesen schneller einschätzen und besser auf ihn und seine Wünsche reagieren. Mithilfe von besonderen Schlüsselwörtern und Sprachmustern können Sie eine außergewöhnliche Präsentation inszenieren und so eine hypnotische Wirkung erzielen, die Ihre Patienten verzaubert und Ihre Leistungen unwiderstehlich macht.

### Let's do it – Zustandsmanagement vom Feinsten!

Die Qualität Ihres Lebens ist die Qualität Ihrer Kommunikation – nach außen wie nach innen. Deshalb ist es auch so enorm wichtig, wie Ihr Zustand ist. Sie fühlen sich gut, bei dem was Sie tun und sagen oder Sie fühlen sich weniger gut, bei dem, was Sie zu hören bekommen oder erleben. Halt! Denn, was Sie fühlen ist und bleibt immer Ihre Entscheidung! Gut und schlecht gibt es nicht, es sind immer Prägungen aus unserer Ver-

gangenheit. Es gibt zwei Möglichkeiten, den Zustand zu managen:

- Ändern Sie Ihre Körperhaltung und versetzen Sie sich in den körperlichen Zustand, in dem Sie sein möchten. Denn: Unser Körper ist nicht nur der Spiegel unserer Stimmung, er ist auch der Schlüssel dazu!
- Was Sie fühlen, beruht auf dem, was Sie denken. Die wichtigste Methode, um Ihre Gedanken zu steuern, ist der Einsatz von Fragen, z. B. „Was habe ich am glücklichsten Tag meines Lebens gefühlt?“, „Was war das schönste Erlebnis in meinem letzten Urlaub?“

Der Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg hängt von Ihren Entscheidungen ab. Ihre Entscheidungen sind von Ihren Zuständen gesteuert und somit steuern Ihre Zustände Ihr Leben und alles zusammen Ihren Verkaufserfolg als Parodontologe.

### Herz an Herz – Beziehung schlägt Angebot!

Wenn Sie in einem Spitzenzustand sind, haben Sie bereits eine phantastische Ausgangsbasis. Jetzt gilt es, den Patienten und sein Vertrauen für sich zu gewinnen. Nichts leichter als das, wenn Sie eine Richtlinie befolgen: Wir mögen Menschen, die so sind wie wir. Wenn Sie und eine andere Person die gleichen Meinungen und Gefühle haben, entsteht Vertrauen. Die Frage ist also, wie Sie es als Parodontologe schaffen, gemeinsame Gefühle mit Ihrem Patienten zu entwickeln? Und auch diese Frage lässt sich ganz einfach beantworten: Indem Sie Ihren Kunden spiegeln. Ahmen Sie seine Körperhaltung nach, sprechen Sie in seiner Geschwindigkeit und mit seinen

Worten. Gleichen Sie sich seinem (Lebens-)Rhythmus an.

### Das Salz in der Wunde – Warum Menschen sich einer Behandlung unterziehen

Es gibt zwei große Motivationsknöpfe, warum Menschen sich einer Behandlung unterziehen – oder auch nicht: Wir Menschen lassen uns bei einem Parodontologen behandeln, um Schmerz zu vermeiden oder um Freude zu erlangen. Aus eigener Erfahrung wissen Sie vielleicht, dass Menschen mehr tun, um Schmerz zu vermeiden als um Freude zu erlangen. Oder warum gehen Sie nicht jeden Tag eine Runde Joggen? Und wenn Sie es tun, werden Sie wissen, dass es kurzfristig auch einmal Schmerz bedeuten kann, langfristig aber das Beste ist, was Sie sich und Ihrem Körper tun können. Für den aktiven Verkaufsprozess in Ihrer Parodontologie-Praxis bedeutet diese Erkenntnis:

- Finden Sie bei Ihrem Patienten heraus, was genau sein Problem ist, was ihm Schmerz verursacht und was seine unerfüllten Wünsche sind.
- Verstärken Sie das Problem, den Schmerz und die unerfüllten Wünsche.
- Helfen Sie Ihrem Patienten und geben Sie ihm Freude mit Ihrer Behandlung.

Streuen Sie also Salz in die Wunde Ihres Patienten, stacheln Sie das emotionale Problem noch etwas auf, bevor Sie ihn „verarzten“ und Ihr Heilmittel anbieten.

### Überzeugen durch Zeugen

Patienten wissen, dass Parodontologen niemals schlecht

über ihre Behandlungen und die dabei verwendeten Produkte reden würden. Sie wissen auch, dass gute Verkäufer, und das wollen Sie ja schließlich werden, ihre Leistung ins Rampenlicht stellen und dem Patienten mit den besten Strategien alle Vorteile und Möglichkeiten aufzeigen. Schließlich wollen diese ja verkaufen. Patienten können Sie also nicht als neutrale Person betrachten. Wenn wir das Wort Überzeugen in seine Wortbestandteile zerlegen, so erkennt man den ursprünglich gemeinten Sinn: „über Zeugen“. Persönliche Behauptungen des Parodontologen sollten also immer mit einem schriftlichen Beweis untermauert sein. Mit dieser Technik holen Sie quasi einen neutralen und imaginären Befürworter mit ins Boot. Beweise kann man also nie genug haben. Und in schriftlicher Form wirken sie doppelt, wie z. B.

- Statistiken
- Untersuchungen
- Expertenzeugnis
- Schaustücke
- Zeitungsartikel
- Demonstrationen
- Referenzen

### Entwicklungspotenzial erkennen, Umsätze steigern

Wissen Sie eigentlich, wer Ihre Patienten sind, welche Patienten vielleicht seit Längerem nicht mehr in Ihrer Praxis waren und wie Sie es schaffen, Wunschkandidaten für sich zu gewinnen? Viele Parodontologen sind so in ihre tägliche Arbeit, das Behandeln von Patienten, eingebunden, dass Sie vor lauter Terminen und Patientengesprächen gar nicht mehr dazu kommen, über solche wichtige Fragen nachzudenken. Dabei liegt genau darin

der beste und einfachste Weg, mehr Umsatz zu erzielen:

- **Patientenstamm – Stammpatienten:** Hier liegt Ihr größtes Potenzial. Sie haben bereits (alle) Daten, Sie kennen sich, Behandlungen wurden durchgeführt. Pflegen Sie diese Beziehungen, lernen Sie diese Patienten noch besser kennen, ihre Wünsche und Vorlieben. Prüfen Sie auch das mögliche Entwicklungspotenzial: Wenn ein Patient vielleicht nur eine kleine Behandlung von Ihnen durchführen lässt, fragen Sie einfach gezielt nach, wie Sie dies in Zukunft ändern können.
- **Ehemalige Patienten – Patientenrückgewinnung:** Nicht jeder Behandlung folgt eine weitere. Es gibt viele Gründe, warum Patienten „untreu“ werden. Günstigere Angebote, unbefriedigend behandelte Reklamationen ... Nutzen Sie die bereits bestehende Beziehung, um wieder ein Vertrauensverhältnis herzustellen und Umsatz zu generieren.
- **Neue Patienten – Wunschkandidaten:** Diese zu gewinnen ist der aufwendigste Weg, seinen Umsatz zu erhöhen. Um die Streuverluste in Grenzen zu halten, sollten Sie Ihre Zielgruppe möglichst genau definieren: Wer und wo sind Ihre neuen Patienten, wie können Sie vorhandenes Potenzial nutzen, welche Wertschöpfungskette entsteht? Je mehr Sie über mögliche Patienten wissen, umso eher wird es Ihnen gelingen, sie dauerhaft zu Ihren Patienten zu machen.

Bäume wachsen! Niemand sagt Ihnen, dass Sie wachsen sollen. Sie suchen sich ihren Weg zum Licht und holen sich über feste Wurzeln das, was sie zum Wachstum

brauchen. Sie suchen nach Wegen, um ihre volle Pracht zu entfalten. Wo sind Ihre Wurzeln? Wo können Sie Ihre volle Pracht ausleben? Wo finden Sie Ihren Weg zum Licht, zum Erfolg als Parodontologe und Verkäufer? Wenn Sie in einem Spitzenzustand sind und dafür sorgen, dass auch Ihre Patienten in einem Spitzenzustand sind, werden Sie den Erfolg gar nicht verhindern können. Bringen Sie Ihren Patienten zum Schluss zum Lachen und Ihr Erfolgsweg im Verkauf wird von glücklichen Menschen gesäumt sein, die Ihnen immer wieder Kraft geben, zu wachsen. ☒

### PN Autor



**Marc M. Galal** ist Vertriebsexperte und lizenziertes NLP-Trainer. Auf dieser Grundlage hat er das Verkaufskonzept NLS® Neuro-Linguistic-Selling entwickelt. Eine einzigartige Verkaufslinguistik macht NLS® zu einem unentbehrlichen Werkzeug für den modernen, professionellen Verkäufer.

### PN Adresse

Marc M. Galal Institut  
Rudolfstr. 13–17  
60327 Frankfurt am Main  
Tel.: 0 69/74 09 32 70  
E-Mail: info@marcgalal.com  
www.marcgalal.com

ANZEIGE

## Ihr Spezialist für Professionelle Implantatpflege



### NEU TePe Implant Care™

Eine innovative Bürste mit einem einzigartigen Winkel erleichtert die schwere palatinale und linguale Reinigung bei Implantaten.



Es werden jedes Jahr mehr als 5 Millionen Implantate weltweit gesetzt.

Die Haltbarkeit von Implantaten ist von ihrer Pflege abhängig. Mit einer guten Mundhygiene und regelmäßigen zahnärztlichen Kontrollen können Zahnimplantate ein Leben lang halten.

Es bedarf spezieller Pflege, um die rauen Implantatoberflächen und die schwer zugänglichen Bereiche reinigen zu können.

www.tepe.com