

Weniger Druck, mehr Sog

# Machen Sie aus einem Labor-kunden einen Laborfreund

| Hans J. Schmid

Haben Sie den Eindruck, Ihr Kunde steht oft unter Druck? Möchten Sie ihm etwas davon abnehmen? Helfen Sie Ihren Zahnärzten, gegen die alltäglichen Widrigkeiten besser gewappnet zu sein. Sie machen damit aus einem Laborkunden einen Laborfreund. Nutzen Sie Ihre Chance als Unterstützer und Lösungsgeber für die Alltagssorgen Ihrer Kunden. Denn eine durch emotionale Bindung geprägte Freundschaft hält mehr Druck stand als eine reine Geschäftsbeziehung.

**D**ie menschliche Leidensfähigkeit ist zu vergleichen mit der eines Luftballons. Obwohl er von außen betrachtet formschön und stabil erscheint, herrscht im Inneren ein ständiger Druck, der dafür sorgt, dass die Form gewahrt bleibt. Wenn jetzt Druck von außen kommt, verformt sich der Ballon. Stellen Sie sich einen langen Luftballon vor, der zum Beispiel auf Kinderveranstaltungen zum Formen von Tieren und Figuren verwendet wird. Wird der Ballon mit einer Hand fest gegriffen, wird der flexible Körper an dieser Stelle komprimiert. Der innere Druck sorgt dafür, dass sich der Ballon an anderer Stelle weitet. Die meisten Luftballons haben Reserven. Doch wenn es nicht nur eine Hand ist, die zugreift, sondern mehrere, ist die Belastungsgrenze schnell erreicht. Die nächste Hand, die nach dem Ballon greift, bringt ihn zum Platzen.

## Unter Druck

Auch Ihr Kunde ist ständigen Belastungen ausgesetzt. Neben dem Druck, dem er als Unternehmer und Arbeitgeber ausgesetzt ist, sind es auch die Wünsche und Ansprüche seiner Kunden. Dann kommt auch noch das Labor und bringt Wünsche und Ansprüche vor (z.B. mehr Zahnersatz und hochwertigere Arbeiten). An dieser Stelle wünsche ich Ihnen nicht, der Auslöser zu sein, der den Luftballon zum



**„Die menschliche Leidensfähigkeit ist zu vergleichen mit der eines Luftballons.** Obwohl er von außen betrachtet formschön und stabil erscheint, herrscht im Inneren ein ständiger Druck, der dafür sorgt, dass die Form gewahrt bleibt.“

Platzen bringt. Druck bei den eigenen Kunden aufzubauen ist kein guter Plan für einen Unternehmer. Erzeugen Sie besser einen Sog und Ihr Kunde wird Ihnen für Ihre Unterstützung ewig dankbar sein.

## Sog erzeugen

Wie erzeugen Sie nun einen Sog bei Ihren Kunden? Folgendes Beispiel soll Ihnen die Vorgehensweise verdeutlichen: Zunächst versetzen Sie sich in die Lage eines Patienten. Was wünscht sich ein

Patient, der beispielsweise mit einer Reparatur in eine Zahnarztpraxis kommt? Welchen Gedanken hat er im Kopf? Entschlüsseln Sie seine Erwartungshaltung: Er erhofft sich eine möglichst schnelle Lösung für sein Problem, mit wenig Zeitaufwand und minimalen Kosten. „Herr Doktor, können Sie das schnell reparieren?“, „Die Prothese ist so gut wie am ersten Tag. Ich weiß noch, wie Sie die vor 15 Jahren gemacht haben!“, „Das können Sie doch noch mal reparieren, Herr Doktor?“ So oder so ähnlich wird ein unterbewusster Druck auf den Zahnarzt aufgebaut. Es ist schwer, an diesem Punkt dem Erwartungsdruck, der durch den Patienten aufgebaut wird, standzuhalten. Denn bei einem scheinbar kleinen Defekt denkt der Patient nicht sofort an Neuanfertigung mit hohem finanziellen Einsatz. Wenn Sie mit einem kaputten Auto in die Werkstatt kommen, wünschen Sie sich doch auch „nur“ eine möglichst schnelle Reparatur. Auf

ein Verkaufsgespräch für ein komplett neues Fahrzeug sind Sie gedanklich gar nicht vorbereitet und würden mit Verwunderung oder sogar Ablehnung darauf reagieren.

### Zur Entscheidung verhelfen

Wie wäre es also, wenn Sie Ihrem Kunden an dieser Stelle eine Entscheidungshilfe an die Hand geben könnten? Möchten Sie lieber Ihrem Patienten helfen, den Istzustand seines Zahnersatzes zu erkennen, sodass er selbst erkennt, dass eine Neuanfertigung unumgänglich ist? Ist es nicht besser, den Druck an dieser Stelle wegzunehmen und einen Sog zu erzeugen? So nehmen sie den Druck aus dem Gespräch und erzeugen eine sogenannte Sogwirkung. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Zahnarztkunde einen festen Stand gegenüber seinen Patienten hat und eine fundierte Zweitmeinung von einem Spezialisten zur Bestätigung seiner Empfehlung vorweisen kann. Menschen treffen Entscheidungen leichter und schneller,

wenn Sie etwas in der Hand haben – schwarz auf weiß! Fast überall wird bei Inspektionen, Reparaturen und Wartungen ein Bericht beigelegt, damit der Laie sich ein Bild vom Zustand seines Besitzes machen kann. Dieser beinhaltet Informationen über den Abstand bis zur Verschleißgrenze, prozentuale Restfunktion, Garantieverlust wegen Alter und zu erwartender Totalausfall nach einer Spezialisten-Überprüfung. Diese und andere Informationen programmieren den Kunden und sorgen für Entscheidungen, die sonst ein Laie sprichwörtlich „nicht auf dem Schirm hat“.

### Servicebericht für Reparaturen

Sorgen Sie dafür, dass die Zahnarztpraxis dem Patienten bei jeder Reparatur einen „Servicebericht für Reparaturen“ aushändigt. Idealerweise werden in einem kurzen Gespräch die relevanten Punkte wie Sicherheitsaspekte und Lebenserwartung laiengerecht erläutert. Anschließend bekommt der Patient sein

ANZEIGE

**DWX-4**

## GERINGER PLATZBEDARF, GROSSARTIGE MÖGLICHKEITEN



Für die Verarbeitung von Wachs, PMMA und Zirkoniumdioxid geeignet.



Standardblöcke und Stiftmaterialien.



Kronen, Kappen und Brücken.

Entdecken Sie Roland DWX-4, die derzeit kompaktste und benutzerfreundlichste Fräsmaschine für zahntechnische Anwendungen.

Die Maschine kann eine große Vielfalt an Materialien mit zuverlässiger Präzision bearbeiten und ist damit die perfekte Fräslösung für Dentallabore, die auf digitale Technik setzen. Entscheiden Sie sich jetzt für die Zukunft!

[www.rolandeasyshape.com](http://www.rolandeasyshape.com)  
[medical@rolanddg.de](mailto:medical@rolanddg.de)

**EASY  
SHAPE**  
Roland  
DENTAL SOLUTION

Exemplar ausgehändigt, mit der Bitte, es aufzubewahren. Ein zweites Exemplar behält die Praxis als Nachweis für die Aufklärung und die Dokumentationspflicht. Durch einen solchen Bericht hat die Zahnarztpraxis gegenüber dem Patienten die neutrale Zweitmeinung eines Experten. Diese „Zeugenumlastung“ ist eines der wirksamsten Instrumente des neuronalen Marketings. Schon in der Zeit der Römer hat man entdeckt, dass die Aussage eines Dritten bei einem Laien (Patienten) einen wesentlich höheren Stellenwert besitzt als die eigene Meinung. Das ist Ihre Unterstützung, Ihre Hilfe für die Zahnarztpraxis, den einfachen Weg aus der Reparaturmedizin zu finden. Es sorgt ganz einfach für Nachfrage und mehr hochwertige Arbeiten.

### Die einfache Umsetzung

Jeder Reparatur, die ins Labor kommt, wird ein Servicebericht in zweifacher Ausfertigung beigelegt. Während der Herstellung oder am Ende kreuzt Ihr Mitarbeiter die relevanten Entscheidungshilfen für den Prothesenbesitzer an. Der zeitliche Aufwand für diesen Service lässt sich in Sekunden messen. Wichtig für den Erfolg ist, dass der Zahntechnikermeister den Bericht eigenhändig unterschreibt. Da es im Alltag nicht immer möglich ist, so etwas zeitnah zu erledigen, kann hier bereits im Vorfeld eine geeignete Menge vorgezeichnet werden.



In einer Zahnarztpraxis sind Reparaturen am Zahnersatz von der zeitlichen Vorhersage nicht wünschenswert. Sie stören den vortermiinierten Tagesablauf genauso wie Schmerzpatienten und sind daher nicht willkommen. Durch Ihren Bericht werden wiederkehrende Reparaturen minimiert sowie Neuanfertigungen im hochwertigen Bereich aktiviert („Können Sie dafür sorgen, dass es diesmal länger hält?“, „Gibt es da zukünftig nicht etwas Besseres für mich?“). Sie sorgen also dafür, dass die „Zeiträuber“ weniger werden und der Praxisablauf stressfreier wird. Das Dentallabor wird nun zum Lösungsgeber.

Idealerweise besuchen Sie Ihre Praxen und stellen den neuen Service persönlich vor, damit es in der Umsetzung keine Ablaufschwierigkeiten gibt. „Lieber Zahnarzt, wäre es nicht nett, wenn ich ohne Aufwand für Sie dafür Sorge, dass es in Ihrer Praxis zukünftig weniger Reparaturen gibt und die Patienten sich für hochwertigen Zahnersatz entscheiden?“ Der Inhalt des Serviceberichtes für Reparaturen erstreckt sich über den ganzen Zustand des Zahnersatzes. Die Aufzählung kann individuell an die betreffende Praxis angepasst und mit ihrer Corporate Identity ergänzt werden. So erhält jede Praxis eine einzigartige Ausfertigung. Mit dem Instrument „Reparaturbericht“ erweitern Sie Ihr Serviceangebot

und haben zugleich ein Mittel an der Hand, Patienten bewusst über ihren Zahnersatz zu informieren. Dies weckt Interesse und fördert eine vom Patienten ausgehende, aktive Kommunikation mit dem Praxisteam. Fragen könnten beispielsweise sein: „Was ist denn mit ... gemeint?“, „Ist das wirklich so?“, „Das lese ich zum ersten Mal!“, „Gut das ich jetzt informiert bin, man tappt ja sonst immer so im Dunkeln!“ Dieses Vorgehen ist in jedem Fall eine Bereicherung für jedes Dentallabor und jede Zahnarztpraxis.

Damit Ihr persönlicher Reparaturbericht schnell erstellt ist können Sie unter [service@arbeitsspass.com](mailto:service@arbeitsspass.com) kostenfrei ein Worddokument anfordern und sich aus all den Möglichkeiten Ihr eigenes Paket schnüren.



Hans J. Schmid  
Infos zum Autor

## kontakt.

### Hans J. Schmid

Benzstr. 4  
97209 Veitshöchheim  
Tel.: 0931 2076262  
[service@arbeitsspass.com](mailto:service@arbeitsspass.com)