

PROZESS- VERÄNDERUNGEN ALS ENTSCHEIDENDES VERTRIEBSPOTENZIAL



Ein Beitrag von Claudia Huhn

VERTRIEBSCHANCEN /// Das Leben als Unternehmer ist bekannterweise ständigen Veränderungen der Rahmenbedingungen ausgesetzt, die Krux ist, herauszufinden, welche dieser Veränderungen auch eine Optimierung der Produkte und Prozesse erfordern. Trotz dieser dauerhaften Optimierungsnotwendigkeit sollte man diese als Chance zur Entwicklung und damit auch zu einer dauerhaften Beständigkeit am Markt begreifen.

Aktuell sind viele Lebens- und Unternehmensbereiche im Umbruch. Diese Veränderungen gilt es aber nicht nur negativ zu bewerten, sondern auch als Chance für die Anpassung von Prozessen und Vorgehensweisen zu begreifen. Dentallabore müssen sich in unterschiedlichsten Bereichen anpassen, neben der aktuell steigenden Preisentwicklung, welche vermehrt zu Kaufzurückhaltung führt, sowie der zunehmenden Digitalisierung ist auch nach wie vor die COVID-19-Pandemie ein immer wiederkehrender Grund für stetige Anpassungen. Zudem ist auch der Personalmangel in Laboren ein Dauerthema der letzten Jahre. Aufgrund dieser Faktoren sind Anpassungen im Vertrieb notwendig. Nimmt man keine Anpassungen vor, kann dies sonst in einem Umsatzrückgang resultieren.

Kaufzurückhaltung wächst

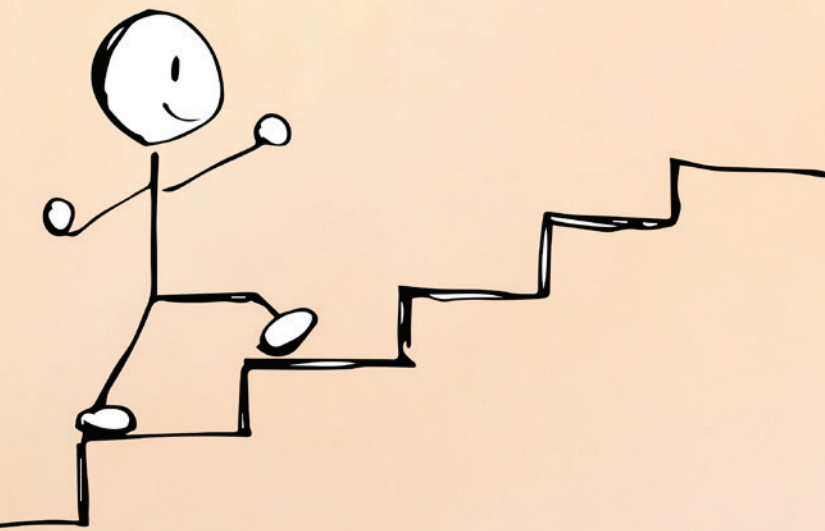
Der Umsatzrückgang ergibt sich direkt aus den sinkenden Restaurationen in der Praxis. Labore spüren diesen aber tendenziell mehr, da Zahnärzte die fehlenden Gewinne mit Kontrollterminen, Prophylaxe und/oder Behandlungen zur Zahnerhaltung abfangen können. Es gilt daher, als Labor vertrieblisch fit zu sein und sich gleichermaßen auf die Akquise neuer Kunden zu konzentrieren sowie die Bestandskunden zu bemühen. Wer in der glücklichen Lage ist,

bereits vor einer Krise einen Prozess für die Neukundenakquise im Unternehmen installiert zu haben, kann aufgrund des eigenen Engagements so in absehbarer Zeit neue Kunden und damit auch neuen Umsatz willkommen heißen. Labore, die einen solchen Prozess bis dato noch nicht etabliert haben, sollten dies schleunigst tun. Die Pflege der Bestandskunden erfordert – gerade in wirtschaftlich schweren Zeiten, in denen viele Patienten haushalten müssen –, Praxen bei der Realisierung von Umsätzen zu unterstützen. Dafür müssen kommunikative Fähigkeiten genutzt werden, um Patienten im Beratungsgespräch davon zu überzeugen, die Realisierung des Zahnersatzes in der Prioritätenliste ganz nach oben zu setzen. Dieser Unterstützungsprozess gestaltet sich in fünf Stufen:

1

Umsatzrückgang bemerken

Es gehört zur Pflicht, sich einen dauerhaften Überblick über die monatlichen Kundenumsätze zu verschaffen. Dabei sollte man akribisch vorgehen und auch in Rücksprache mit den Kunden die Gründe für die Abweichungen – sowohl positive als auch negative – ausmachen. Es sollte unbedingt geprüft werden, ob der Umsatzrückgang auf Unzufriedenheit des Kunden oder andere Faktoren zurückzuführen ist. Auf Basis dieses Feedbacks können dann geeignete Gegenmaßnahmen eingeleitet werden.



Next Level

© TierneyMJ/Shutterstock.com

Erfolge müssen gefeiert werden!

5

Sind die Anpassungen erfolgreich gewesen, gilt es, diese Erfolge auch gebührend zu feiern und damit auch die Zusammenarbeit als Team zwischen Labor und Praxis. Intensiviert man die Kundenpflege, erhöht das die Kundenbindung und damit auch im Sinne einer positiven Mund-zu-Mund-Propaganda die Werbung für das Labor. Dieser Unterstützungsprozess beschränkt sich aber nicht nur auf die Problematik der Kaufzurückhaltung, sondern kann ebenso auf alle anderen Probleme des Laboralltags übertragen werden.

Digitalisierung als zunehmende Ressource im Labor

Die Vorteile der Digitalisierung für das Labor, aber auch die Praxis liegen klar auf der Hand. Allerdings sollte das damit verbundene Risiko, das aus der Etablierung der Chairside-Prozesse resultiert, nicht unterschätzt werden. In vielen Praxen ist die digitale Entwicklung noch lange nicht so weit wie in den meisten Dentallaboren. Darin liegt aber die große vertriebliche Chance des Dentallabors: Labore können Kunden mit ihrer Expertise durch den Entscheidungs- und Integrationsprozess führen. Ziel muss es sein, zu jedem Zeitpunkt und über jeden Kunden zu wissen, wo sich dieser im Entscheidungsprozess für die Digitalisierung befindet und welche Konsequenzen dies für die Zusammenarbeit hätte. Um diese Feinheiten der vertrieblichen Kommunikation und Kundenbindungsprozesse zu erlernen und damit Kunden zu binden, können Beratungsgespräche oder Coachings in Anspruch genommen werden. Denn immer dann, wenn Praxen klar ist, dass Labore mit ihrem Engagement aktiv zum Praxiserfolg beitragen, steigt die Attraktivität des Labors.

Chancen nutzen!

Umsatzschwankungen gehören in nahezu allen Branchen zum Alltag. Wichtig ist aber, frühzeitig Maßnahmen zu ergreifen, die einem Umsatzrückgang entgegenwirken. Um dies geschmeidig tun zu können, sind Laborinhaber gut beraten, über funktionierende, skalierbare Prozesse zu verfügen – so lässt sich als Unternehmer mehr oder weniger entspannt in die Zukunft schauen.

2

Coaching und Beratung in Anspruch nehmen

Im engen Austausch mit den Kunden ist es wichtig, transparent darüber zu sprechen, ob die aktuelle Situation für ihn belastend ist und ob man als Labor bei der Beseitigung des Problems unterstützen kann. Allerdings sollte man nicht in belehrender Funktion auftreten. Je nach Typ Mensch kann sich dies nachteilig auf die Geschäftsbeziehung auswirken. Hat der Kunde hingegen „die Erlaubnis“ zur Unterstützung gegeben, sollte am besten ein Termin vereinbart werden, um Lösungsideen gemeinsam zu besprechen.

Ideen präsentieren

Es gibt viele Möglichkeiten, in Praxen für mehr Umsatz zu sorgen. Gemeinsame Patientenberatung oder Beratung der Patienten im Labor sind sicherlich zwei dieser Ideen, die von vielen Laboren bereits erfolgreich umgesetzt werden. Auch wir haben bereits vor fast zwanzig Jahren damit begonnen, gemeinsam mit Laboren das Team der Zahnarztpraxen im „Verkauf von ZE“ zu schulen. Wann immer der Behandler seinen Mitarbeitern die Freiheit gibt, das Erlernte in der Praxis umzusetzen, kann man im Labor zwei Veränderungen feststellen: ein Anstieg des Umsatzes sowie der Qualität der Arbeit. Wichtig ist, dass in der Zusammenarbeit zwischen Labor und Praxis konkret festgelegt werden muss, welche Ideen umgesetzt werden.

3

4

Feedbackschleifen sorgen für Erfolg

Zur erfolgreichen Unterstützung gehört immer eine Feedbackschleife. In dieser werden Erfolge sowie Misserfolge besprochen, sodass weitere Anpassungen vorgenommen werden können. Solche Gespräche sollten regelmäßig durchgeführt werden, um den dauerhaften Erfolg der Maßnahmen zu gewährleisten.

3 FRAGEN AN CLAUDIA HUHN

Frau Huhn, Sie sind Trainerin, Coach und Beraterin für Dentallabore und Zahnarztpraxen. Können Sie uns dieses Tätigkeitsfeld kurz vorstellen?

Grundsätzlich dreht sich in meiner Arbeit alles um das Thema „zielorientierte Kommunikation“ und damit um die Frage, wie ich meinem Gegenüber deutlich kommuniziere, was ich möchte. Zudem stehen verschiedene Vertriebsthemen wie die Neukundenakquise, Bestandskundenbetreuung sowie die Mitarbeiterführung im Fokus meiner Beratungen und Coachings. Unabhängig davon beginnt meine Arbeit aber immer mit der Definition der Ziele: Was will der Kunde erreichen? Aufbauend darauf entwickeln wir gemeinsam einen Umsetzungsplan konkret am jeweiligen Handlungsbedarf. In meinem Job geht es immer um Veränderung. Besonders schön ist es da natürlich, nicht als akute Nothilfe agieren zu müssen, sondern Veränderungen als langfristigen Prozess umsetzen zu können. Dann können neue Vorgehensweisen entspannt entwickelt, trainiert und umgesetzt werden. Für mich persönlich ist die Tatsache „Ich könnte, wenn ich wollte“ unglaublich beruhigend, und diese Sicherheit möchte ich auch meinen Kunden vermitteln.

Was treibt Sie zu Ihrer täglichen Arbeit an?

Menschen dort abzuholen, wo sie stehen, in ihrer Entwicklung zu begleiten und dabei zuzusehen, wie sie an vielen Stellen über sich hinauswachsen – das macht mir unglaubliche Freude. Ich brenne dafür, Chancen auf allen Ebenen zu nutzen, und auch Menschen darin auszubilden, Chancen zu erkennen und zu ergreifen. Projekte und damit auch Dentallabore brauchen Strukturen, die allen Mitarbeitern in einem Labor bekannt sein müssen, damit es funktionieren kann. Wenn jeder weiß, wann er was und wie zu tun hat, kann ich mich getrost anderen Aufgaben zuwenden. Für meine Kunden bin ich Sicherheitsnetz und doppelter Boden, damit sie bei den ersten vertrieblischen Gehversuchen weich fallen können. Außerdem bin ich Mutmacher und größter Fan, der zum Durchhalten anhält. Wenn der Spaß dabei nicht zu kurz kommt, habe ich meinen Job gut gemacht.

Zum Schluss noch eine persönliche Frage: Was machen Sie zum Ausgleich in Ihrer Freizeit?

Privat bin ich in allererster Linie Mutter, und das sehr gerne. Außerdem bin ich Tochter, Schwester und Freundin. Zeit mit meinen Herzensmenschen zu verbringen, das ist meine Tankstelle. Ich bin gerne in der Natur: Im Sommer bin ich im Garten oder mit den Turnschuhen/Wanderschuhen im Wald oder auf dem Berg. Dort tanke ich Kraft für neue Projekte.



INFORMATION ///

Claudia Huhn
 Beratung Coaching Training
 Dipl.-Kff. Claudia Huhn
www.claudiahuhn.de

Infos zur Autorin



MAGIC[®]
EvoPrint

MIT WENIGEN KLICKS ZUM GEDRUCKTEN SÄGEMODELL!

MAGIC[®] MODEL 3D CAD MODELBUILDER +
MODELLSYSTEM 2000[®] EVOPRINT = MAGIC[®] EVOPRINT



BAUMANN DENTAL GMBH
REMCHINGEN-DEUTSCHLAND
FON: +49 7232-73218 0
WWW.BAUMANN-DENTAL.DE

