ZT WIRTSCHAFT

Kaltakquise auf die leichte Art

Nicht jedem Laborinhaber ist es in die Wiege gelegt, schnell und effizient neue Kunden für sich zu gewinnen. Wie es dennoch gelingt zeigt Hans J. Schmid anhand einer praxisnahen Möglichkeit auf.

Fällt es Ihnen leicht in die Ferne zu ziehen (Markt) und neue Ländereien zu erobern (Zahnarztpraxen) oder sind Sie eher der Gutsherr, der sich – hätte er genug Zeit – um alle Schäfchen (Kunden) kümmert, sodass keins mehr die Herde verlassen will? Ich will Ihnen eine schöne Möglichkeit aufzeigen, wie Sie sich ohne Kaltakquise und viel Zeitaufwand mit interessanten Zahnärzten treffen und im Vorfeld herausfinden können, welche Praxis für Sie von Interesse sein könnte. Und das funktioniert auch für Gutsherren.

Informieren und entscheiden

Es gibt eine Vielzahl an Möglichkeiten sich über Veranstaltungen zu informieren. Neben den Herstellern und Dentaldepots bieten auch eine Reihe von Verbänden, freien Anbietern, Fortbildungsgesellschaften sowie Akademien und Universitäten diesen Dienst an.

Auch Ihr Kunde, der Zahnarzt, kann Sie zu einer Veranstaltung mitnehmen. Dies kann jedoch den Nachteil haben, dass Sie keine Möglichkeit bekommen, andere potenzielle Kunden kennenzulernen. Andererseits kann Ihnen der Zahnarzt auch als positive Referenz zur Seite stehen.

Ein weiteres Entscheidungskriterium ist die Art der Veranstaltung: Welche ist für mich und meine Ziele attraktiv? Weder ein kurzer Vortrag ohne Pausen und die Gelegenheit zum Small Talk noch ein einwöchiger Intensivkurs stehen in Relation zum Ziel. Am geeignetsten sind Tages- oder Zweitagesseminare.

© Dima Sobko

Das Thema der Veranstaltung ist ebenfalls von großer Bedeutung. Abrechnungsseminare bergen die Gefahr, dass nicht der Zahnarzt, sondern nur sein Team vor Ort ist, bei Fortbildungen mit interdisziplinärem Hintergrund ist es möglich, dass ein Zahnarzt bereits den Zahntechniker seines Vertrauens an der Seite hat. Optimal sind daher Veranstaltungen, bei denen es sehr wahrscheinlich ist, dass kein weiterer Laborbesitzer anwesend ist, wie z. B. Fortbildungen zu Wirtschaftlichkeit und Praxisführung oder Spezialisierungen und Digitalisierung.

Der Einstieg

Ein leichter Einstieg ist es, wenn Sie den Kontakt über Ihren Außendienstmitarbeiter suchen, indem Sie diesen beim nächsten Besuch um einen Gefallen bitten. Hierbei sollten Sie bereits, während Sie die Verabredung vereinbaren, deutlich machen, dass es sich beim Besuch nicht um einen Großauftrag, sondern um einen Gefallen unter Bekannten handelt, um Ihrem Kontakt keine falschen Hoffnungen auf ein Geschäft zu machen.

Small Talk

Bald sind Sie Teilnehmer einer Samstagsveranstaltung in einem Fortbildungszentrum oder einer Zahnarztpraxis. Der Ablauf erfolgt meist ähnlich: Kaffee zur Begrüßung – erster Teil des Vortrages – Kaffeepause – zweiter Teil des Vortrages – Mittagspause – dritter Teil des Vortrages – Diskussion – Ausklang mit Kaffee und Kuchen. Die häufigen Pausen eignen sich optimal, um mit den anwesenden Zahnärzten ins Gespräch zu kommen und Small Talk zu betreiben. Morgens eignen sich die Themen Anfahrt, Wetter oder der Verzicht auf Freizeit zugunsten der Fortbildung. Dabei sollten Sie darauf achten, nicht mehr als 40 Prozent der gemeinsamen Gesprächszeit zu beanspruchen.

Falls Sie unsicher im Small Talk sind, kann es helfen, sich im Vorfeld ein Buch zu diesem Thema zu besorgen und sich interessante Dinge gegebenenfalls zu notieren.

Ein nützlicher Gesprächseinstieg ist immer die Frage nach dem Befinden. Allerdings besteht hier die Gefahr, dass das Gegenüber sagt: „Schlecht, das Leben ist so grausam.“ Das heißt: Langfristig haben Sie es sehr schwer, ein positives Gespräch zu führen, weil der Gesprächspartner mit der Allgemeinsituation unzufrieden ist. Sie müssen den Menschen erst wieder dazu bringen, positiv gestimmt zu sein. Dies ist ein harter Weg. Sich mit dem Jammernden zu verbrüdern, ist für das Ziel ebenfalls nicht ideal.

Woran sich aber jeder Mensch gern erinnert, ist die Vergangenheit. Wie man umgangssprachlich sagt: „Die gute alte Zeit.“ Menschen erinnern sich gern an positive Dinge und haben diese immer parat, wenn es um die Vergangenheit geht. Eine ideale Frage ist also nach etwas Schönem aus der Vergangenheit: „Wo verbringen Sie eigentlich tagsüber die Zeit, wenn Sie nicht gerade im Urlaub sind?“, quasi die Frage nach dem Ort seiner Berufung. Jedem Menschen kann

Fortsetzung auf Seite 8 ZT

ANZEIGE

HedenT

Hedent Dampfstrahlgeräte für jeden Einsatz das Richtige!

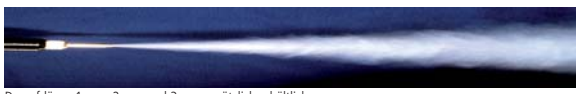
Hedent bietet ein volles Programm an Dampfstrahlgeräten, die in verschiedenen Industriebereichen ihre Anwendung finden. Durch die mitgelieferte Wandhalterung haben die kompakten Geräte wenig Platzbedarf. Alle Geräte werden aus hochwertigem Edelstahl und qualitativ anspruchsvollen Aggregaten und Bausteinen gefertigt. Die Düse am Handstück ist bei allen Geräten auswechselbar. So kann die Stärke des Dampfstrahls auf den Arbeitsbereich abgestimmt werden. Die Geräte besitzen hohe Sicherheitsstandards und sind durch drei verschiedene Sicherheitssysteme abgesichert.
Das Ergebnis – zuverlässige, wartungsfreundliche Geräte mit hoher Lebensdauer!

Hedent Inkosteam *Economy*
Ein kompaktes Gerät für täglichen Einsatz im kleineren Labor und im Praxislabor. Das Kesselvolumen ist auf den Bedarf eines kleinen Labors ausgelegt. Das Gerät muss manuell gefüllt werden. Die Füllmenge wird durch Kontrollleuchten angezeigt.

Inkosteam (Standard)
Leistungsstarkes Hochdruckdampfstrahlgerät für den täglichen Einsatz in Praxis und Labor, wo hartnäckiger Schmutz auf kleinstem Raum zu entfernen ist.

Inkosteam II mit zwei Dampfstufen. Normaldampf und Nassdampf mit hoher Spülwirkung erfüllt höchste Ansprüche an ein Dampfastrahlgerät.

Hedent Inkoquell 6 ist ein Wasseraufbereitungsgerät zur Versorgung von Dampfstrahlgeräten mit kalkfreiem Wasser bei automatischer Kesselfüllung.



Dampfdüsen 1 mm, 2 mm und 3 mm zusätzlich erhältlich.

Hedent GmbH

Obere Zeil 6 – 8
D-61440 Oberursel/Taunus
Germany

Telefon 06171-52036
Telefax 06171-52090

info@hedent.de
www.hedent.de

Weitere Produkte und Informationen finden Sie auf unserer Homepage!

DENTAURUM

IDS 2015 – Wir erwarten Sie mit vielen Neuigkeiten!

10. – 14. März 2015 | Halle 10.1 Stand E10/F11

Besuchen Sie uns!
10. – 14. März 2015
Halle 10.1 Stand E10/F11
IDS 2015

DENTAURUM

Turnstraße 31 I 75228 Ispringen I Germany I Telefon +49 72 31/803-0 I Fax +49 72 31/803-295
www.dentaurum.de I info@dentaurum.de

ZT Fortsetzung von Seite 6

man z. B. die folgenden Fragen stellen: Wie sind Sie zu Ihrem Beruf gekommen? Wo haben Sie Ihr Studium absolviert? Wie viele Bewerbungen haben Sie schreiben müssen? Wo haben Sie Ihre Assistentenzeit verbracht? Haben Sie etwas Zeit, lohnt sich auch mal, Fragen nach der persönlichen Leidenschaft (Hobbys), Kindern, Wohngegend usw. zu stellen. Wichtig ist, dass Sie die Themen nicht abfragen – so nach dem Motto „Checkliste" –, sondern sich einen Punkt oder zwei aussuchen und diese besprechen.

Die zweite Ebene

Um aus der Oberflächlichkeit in den „geschützten Bereich" (persönliche Gefühlswelt, die vor vielen Menschen bewahrt wird) zu gelangen, kann man sagen „… und jetzt mal ehrlich …". Dies ist jedoch etwas plump und wird vom Gegenüber nicht gerade als galant erachtet. Subtiler ist es, wenn man mit einer offenen Frage versucht, Gefühle zu wecken. Hierzu eignet sich der kurze Satz: „Und darüber hinaus?" Damit kommen Sie in eine weitere Ebene und ein aktiver Denkprozess wird bei Ihrem Gegenüber angekurbelt. Sie bekommen auf diese Frage eine gute Antwort.

Man kennt es: Menschen sind Gewohnheitstiere. Ohne Gewohnheiten wären wir nicht lebensfähig/gemeinschaftsfähig. Sie treffen einen Bekannten und fragen: „Na, wie geht es Ihnen/dir?" Sie bekommen immer die gleichen Antworten: „Gut", „Geht so", „Gestern gings noch", „Muss ja" usw. Das sind standardisierte Gewohnheitsantworten. Über diese muss das Gegenüber nicht nachdenken.

Das bedeutet, ohne in die zweite Ebene zu kommen, können wir Menschen unsere antrainierten Standards verwenden, um die große Maschine hinter den Augen nicht anwerfen zu müssen. Natürlich auch, um uns zu schützen.

Wenn Sie jetzt fragen: „Und darüber hinaus?" aktivieren Sie auf liebevolle Weise einen Denkprozess und es entsteht zwischen Ihnen und Ihrem Gegenüber eine emotionale Bindung.

Der Denkprozess wird angeregt und Sie erhalten eine lange, ehrliche Antwort. Wenn das Gegenüber jedoch keine Bereitschaft für eine Unterhaltung zeigt, besteht noch die Möglichkeit, sich mit anderen Kollegen auszutauschen.

Das Ziel

Wenn Sie als einziger Laborbesitzer mit fünf bis neun Zahnärzten den Tag verbringen, merken Sie schnell, wer Ihnen sympathisch ist und wer nicht. Und das Schöne daran ist: die Welt ist immer im Gleichgewicht. Wenn Sie einen Menschen „nett" finden, das versichere ich Ihnen, hat dieser das gleiche Gefühl. Dafür sorgen die Spiegelneuronen. Und so ist es Ihre Aufgabe, sich um die Netten zu kümmern und die anderen zu vergessen. (Sollte unter den Teilnehmern wirklich kein sympathischer Mensch sein, haben Sie ja unendliche Möglichkeiten in puncto Fortbildungen.)

So haben Sie am Ende der Veranstaltung zwei bis vier nette, anregende Unterhaltungen geführt und kennen den Zahnarzt/die Zahnärztin auf eine Art und Weise, wie es manche Ihrer Kunden nicht tun. Bei der Verabschiedung teilen Sie Ihrem „sympathischen" Gegenüber nur noch mit, dass die Unterhaltung für Sie bereichernd war und wenn Sie das nächste Mal in der Gegend sind, Sie doch zusammen die Mittagspause verbringen können. Kurz noch nach dem Lieblingstag fragen, das wars. Ich wünsche Ihnen, dass Sie dieses Angebot vier Menschen machen können.

Widrigkeiten

Sie werden von einem Zahnarzt als Laborbesitzer erkannt oder vom Veranstalter als Zahntechniker vorgestellt. „Ich hab jetzt schon 100/500/1.000 oder mehr Implantate verarbeitet, da will ich es mal von Anfang an sehen. Es gehört zu unserer Firmenphilosophie, in gewissen Abständen mal über den Tellerrand zu schauen. Nicht den Großen oder den Kleinen gehört die Zukunft, sondern den Innovativen, die up to date sind. Um den Service und die Qualität hochzuhalten, ist es für mich selbstverständlich, diese Art der Fortbildung zur Abrundung des Wissens und Könnens zu erleben. Um ein attraktiver Partner zu sein, muss man doch wissen, wo die Wünsche und Herausforderungen seiner Kunden sind."

Wenn Sie nicht erkannt werden und ein Zahnarzt Sie fragt, wo denn Ihre Praxis sei, haben Sie folgende Antwortmöglichkeiten:

a) „Ich habe keine Praxis, ich bin Medizinproduktehersteller",
b) „Ich bin kein Zahnarzt, ich kenne den Außendienstmitarbeiter und der hat mich eingeladen" oder c) „Ich habe noch keine, ich bin noch auf der Suche".

Die Umsetzung

Wenn die Veranstaltung an einem Samstag war, lassen Sie eine Woche verstreichen und in der folgenden melden Sie sich idealerweise an seinem/Ihrem Lieblingstag kurz vor der Mittagspause. Und dann sind Sie pünktlich 15 Minuten vorher in der Praxis, melden sich bei der Dame an der Rezeption und warten, bis der letzte Patient behandelt wurde.

„Hallo Stefan, wie versprochen, da bin ich. Bevor wir jetzt zu Tisch gehen, hab ich noch eine Bitte: Zeigst du mir mal dein Reich? Also eine kleine Führung durch die Praxis, das ist immer so spannend." Der Vorteil hierbei ist, dass Sie den Zahnarzt in einem anderen Umfeld kennenlernen und schon viel mehr über ihn wissen als üblich. Sie haben also erst die Person gewonnen und dann den Unternehmer. Freundschaft entsteht dadurch, dass man zuerst das Herz gewinnt und danach den Kopf. Sehen Sie sich die Praxis an und loben Sie die Dinge, die Ihnen gefallen. Finden Sie Gemeinsamkeiten wie Arti, Unterlagen, Lupenbrille, Mikroskop, Abläufe, Ausstattung usw. „Digital – das freut deine Patienten. CEREC – gute Entscheidung für die Patientenzufriedenheit. Bleaching-Lampe – Ich sehe, da hat sich einer viele Gedanken gemacht. Schöne Stühle – da kann man gut drauf liegen." Denken Sie immer daran: Ihr Gegenüber hat viel Geld in die Ausstattung investiert und wenn Sie das infrage stellen („Lohnt sich ein CEREC?"), dann untergraben Sie die Entscheidung des Zahnarztes. Sorgen Sie dafür, dass Sie Gemeinsamkeiten finden. Das ist die halbe Miete. Merken Sie sich folgende Formel: Fünf Gemeinsamkeiten = Freund fürs Leben.

„Woran sich aber jeder Mensch gern erinnert, ist die Vergangenheit. Wie man umgangssprachlich sagt: ‚Die gute alte Zeit'."

Das gemeinsame Essen

Wenn Sie bis hierher Ihre berufliche Herkunft noch nicht verraten mussten, können Sie jetzt die Überraschung einsetzen. Den Anfang macht natürlich erst der Small Talk. „Na, wie bist du denn noch heimgekommen? Was hast du am Sonntag zur Entspannung gemacht, damit du den Fortbildungstag kompensieren konntest? Wie lange ist denn die Anfahrt morgens? Was machst du normalerweise in deiner Mittagspause?"

Während des Essens sind folgende Fragen sehr wichtig. „Welche Eigenschaften muss ein Dentallabor haben, um interessant für dich zu sein? Was hast du schon mal mit einem Dentallabor erlebt, was du nie wieder erleben willst? Was ist aus deiner Sicht das optimale Dentallabor? Wie läuft es mit dem jetzigen?" Hier offenbart Ihr Gegenüber seine Vorlieben, seine Wünsche und seine Abneigungen. Er denkt an sein jetziges Labor und holt aus dem Unterbewusstsein die Dinge in den Vordergrund, die nicht optimal sind. Eine bessere Voraussetzung für ein attraktives Angebot mit einem Versprechen von Ihrer Seite gibt es nicht.

„Wenn ein Labor folgende Dinge macht … und dabei nie diese … und zu guter Letzt der Chef auch noch ein super Typ zum Pferdestehlen ist, hab ich nur noch eine Frage: Wann starten wir zwei in eine bessere, stressfreie Zukunft/Partnerschaft/Freundschaft?"

Es ist klar, dass der Zahnarzt irgendwann vorher schon weiß, wie der Hase läuft. Doch wenn er das Spiel mitspielt, lassen Sie ihm den Vorzug, das Rätsel aufzulösen. „Du bist ja ganz schön durchtrieben. So machst du das. Den Trick hab ich ja noch nie erlebt. Da bin ich dir ganz schön auf dem Leim gegangen." Und Ihre Antwort wird folgende sein: „Da hast du vollkommen recht! Weißt du, ich kann Tausende von Euro in Printwerbung investieren und mit dem Gießkannenprinzip flächendeckend versenden, doch ich will erst den Menschen hinter dem Unternehmen kennenlernen und wenn er so ist wie du, dann mach ich ihm ein unwiderstehliches Angebot. Das ist doch fair, oder?" oder „Unser Unternehmen macht Zahnärzte hemmungslos (erfolg-)reich und ich will vorher wissen, wem ich dieses Geschenk zu Füßen lege." Oder „Ich bin nicht auf der Suche nach Kunden, die eventuell menschlich nicht zu mir passen, ich biete einem ausgewählten Zahnarzt eine Laborfreundschaft an. Für alle anderen sind unsere Produkte zu schade!" ZT

Infos zum Autor

ZT Adresse

Hans J. Schmid
Benzstr. 4
97209 Veitshöchheim
Tel.: 0931 2076262
service@arbeitsspass.com
www.arbeitsspass.com

ANZEIGE

Altgold-Ankauf AHLDEN
Erfahrung, Qualität und Kompetenz seit 1983
Wir kaufen an:
Bruchgold | Zahngold | Altgold | Feilung | Münzen | Gekrätz
Plättchen | Staub | Gusskegel | Schmuck | Silber | Besteck
So erreichen Sie uns: Hanns-Hoerbiger-Str. 11 | 29664 Walsrode | 05161 - 98 58 0
kontakt@ahlden-edelmetalle.de | www.ahlden-edelmetalle.de

360°

DIGITALE ZAHNTECHNIK GESTALTEN

12. & 13. JUNI 2015 IN FRANKFURT/MAIN

IDS 2015

Mehr Informationen zum Kongress erhalten Sie in **Halle** 10.2, **Gang** M, **Stand** 48/49.

Anmeldung online unter:
www.henryschein-dental.de/360grad

DIE REFERENTEN:

Ztm. German Bär
Prof. Dr. Florian Beuer
Ztm. Carsten Fischer
Ztm. Ralf Kräher-Grube
Dr. Matthias Müller
Ztm. Kurt Reichel
Ztm. Björn Roland
Zt. Garlef Roth
Dr. Dipl. Ing. Bogna Stawarczyk

MODERATION:

Ralf Suckert

DAS ERWARTET SIE:

Praxisorientierte Präsentationen, hochkarätige Referenten, prozessorientierte Workshops und informativer Austausch mit Kollegen und Experten.

Verschaffen Sie sich einen 360°-Rundumblick auf den gesamten digitalen prothetischen Workflow.

HENRY SCHEIN®
ConnectDental™
OFFENE DIGITALE LÖSUNGEN FÜR PRAXIS UND LABOR

FreeTel: 0800–1700077 · FreeFax: 08000–404444 · www.henryschein-dental.de