

Newsletter von www.medigram.de

Mein heutiges Thema:

Privatleistungen/Selbstzahlerleistungen erfolgreich verkaufen

In den letzten Wochen habe ich mit mehreren Praxen erfolgreich Kommunikationstraining durchgeführt. Dabei habe ich mir eine Aussage besonders gut gemerkt: „Herr Homma, mir war nicht bewusst, dass einfache Dinge so genial sein können.“ Der Zahnarzt meinte damit mein gezieltes Konzept unter der Überschrift: „wer richtig fragt führt das Gespräch“ und nicht wer viel redet. Wer die richtigen Fragen stellt führt seinen Kunden dadurch zum Selbsterkenntnisprozess und somit verkauft sich der Kunde die Leistung selbst. Diese Vorgehensweise ist von allen erlernbar und muss deshalb systematisch trainiert werden.

Erinnern Sie sich in diesem Zusammenhang den Worten des Präsidenten der Bundeszahnärztekammer Herrn Dr. Peter Engel. **„Für eine zeitgemäße Präsentation der möglichen Angebote innerhalb der einzelnen Praxis bedarf es neben der richtigen Kommunikation auch des entsprechend geschulten Personals. Deshalb ist die Profession gut beraten, in die Fort- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter/ -innen zu investieren und sie entsprechend zu fördern, damit der hieraus erwachsene Teamgeist sich auch positiv auf die Patienten auswirken kann.“**

Die einzige Chance langfristig am Gesundheitsmarkt zu überleben ist, dass Sie und Ihre Mitarbeiter begreifen was verkaufen von Privat- und Selbstzahlerleistungen bedeutet:

- Kunden gewinnen
- Kunden positiv zu überzeugen

Entscheidend ist dabei das „WOLLEN“ von allen im Praxisteam. Deshalb muss das Ziel sein – von „Amateuren zu Profis“ zu werden. Kundenbindung entsteht durch aktives Zuhören und gezieltes Stellen von offenen Fragen. Durch diese gezielten offenen Fragen werden Bedürfnisse und Kaufmotive des Kunden erfragt bzw. geweckt. Nur wenn Sie die Bedürfnisse und Kaufmotive Ihrer Kunden wecken bzw. erkennen, werden Sie Ihre Leistungen auf dieser Ebene verkaufen. Der größte Teil der Glaubwürdigkeit läuft über die Beziehungsebene ab, wie z. B. Stimme (Tonation), Aussehen, Körpersprache und der Sympathiewert. Die beziehungsorientierte Ebene ist sehr emotional ausgerichtet und mit 93% der alles entscheidende Teil für den Aufbau einer Partnerschaft zum Kunden. Der entscheidende Faktor für den Kunden ist das Thema „Wohlfühlen“. Der Kunde muss durch die Praxis ein gutes Gefühl vermittelt bekommen. Das Praxisteam muss „Wohlfühlmedizin“ verkaufen. Entscheidungen laufen hauptsächlich im Unterbewusstsein ab und haben einen emotionalen Charakter. Deshalb müssen Beratungsgespräche mehr die emotionale Motivation berücksichtigen.

Die dadurch entstehende emotionale Kundenbindung ist wirtschaftlich notwendig, um zukünftig am Gesundheitsmarkt überleben zu können.

Heute möchte ich darauf hinweisen, dass es nächstes Jahr im Mai eine Fortbildung im „Hotel Petrus“ in Südtirol mit einem entsprechenden Rahmenprogramm (wie z.B. Golfturnier, Weinprobe usw.) geben wird. Nähere Infos bekommen Sie ab sofort bei mir per Mail. Setzen sie sich mit mir in Verbindung.

Sie erreichen mich unter Telefon 07243 78208 – per Handy unter 0172 7290542 oder per Fax unter 07243 332748. Oder schreiben Sie eine E-Mail an: homma@medigram.de.

Ihr Reinhard Homma
