

„Das Einzige, was stört, ist der Patient“

Interview zum erfolgreichen Praxismarketing

„Ein durchdachtes Praxiskonzept, ein überzeugender Auftritt, ein freundliches und kompetentes Team – vieles, was eine zahnärztliche Praxis voranbringt, kostet nichts – außer ein wenig Kreativität und Einsatz“, sagt Roger Rankel. Er ist Bestsellerautor und Experte für Kundengewinnung. Im Juli wird er im Zahnärztehaus München erläutern, wie erfolgreiches Praxismarketing funktioniert. Das BZB sprach vorab mit ihm.

BZB: Herr Rankel, der Titel Ihres Buches lautet „Das Einzige, was stört, ist der Patient“. Sprechen Sie aus Erfahrung oder wie kommen Sie auf diesen Titel?

Rankel: Ja, ich spreche aus Erfahrung und das Buch spiegelt diese ja auch wider. Im ersten Kapitel lautet deshalb auch die Überschrift: „Patient Rankel ist wütend ...“.

BZB: Sie schreiben: „Eine Zahnarztpraxis ist heute noch eine Goldgrube. Aber es genügt nicht, eine solche Grube zu besitzen – man muss das Gold schon abbauen.“ Was meinen Sie damit?

Rankel: Wer eine Zahnarztpraxis im herkömmlichen Sinne führt, hat wahrlich zu kämpfen, denn neue Fähigkeiten sind notwendig. Nur derjenige, der sich diesen neuen Herausforderungen stellt, kann aus seiner Praxis eine Goldgrube machen. Sie kennen ja den Spruch: „Wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit!“ Fakt ist, das was den Zahnarzt bis hierher gebracht hat, wird ihn nicht mehr weiterbringen. Er muss sich losgelöst von seiner Fachkompetenz auf anderer Ebene eine Expertise aufbauen. So zum Beispiel in den Bereichen Up-Selling, Cross-Selling und Empfehlungsmarketing. Begriffe, die außerhalb der Medizinerwelt selbstverständlich sind, „so verständlich“, dass es wie das tägliche Zähneputzen dazugehört.

BZB: Zahnärzte oder Ärzte haben verständlicherweise ein Problem damit, wenn von ihnen gefordert wird, sie sollten „Verkäufer“ sein. Schließlich bedient ein Arzt keine Kunden, sondern er versorgt Patienten. Warum geht es ohne Verkaufen nicht mehr?

Rankel: Jeder verkauft und jeder ist ein Verkäufer. Ein schönes Beispiel dazu liefert mir regelmäßig



Foto: KZVB

„Erfolgreich ist derjenige, der den Stil, den Ton und die Art der Patienten trifft“, sagt Roger Rankel. Eine modern eingerichtete Praxis könne zu mehr Erfolg führen – müsse sie aber nicht.

meine Tochter: Heute verkauft sie mir, dass sie das und das unbedingt braucht. Morgen, dass sie nur so und so ihren Geburtstag feiern möchte. Übermorgen dann schon wieder dieses und jenes. Paul Watzlawik sagte einmal: „Man kann nicht NICHT kommunizieren“ und so kann man auch nicht NICHT verkaufen – und wenn Sie mir nur Ihre Meinung verkaufen, dass Sie mir nichts verkaufen wollen, ist das schon ein Verkauf. Also warum sich dann dagegen wehren? Sinnvoller ist doch, dazu zu stehen. Es heißt ja immer so schön: „Es geht nicht darum, welche Karten einem zugeteilt werden, sondern darum, wie man damit spielt.“ Der Zahnarzt muss lernen, auf dieser Klaviatur genauso zu spielen – im Idealfall spielerisch.

BZB: Wie wichtig ist Werbung für Zahnärzte?

Rankel: Werbung ist weder wichtig noch erlaubt! Wer als Zahnarzt einen guten Job abliefert und das, was er macht, außergewöhnlich macht, wird, nein, „muss“ weiterempfohlen werden! Das Interessante ist ja, dass es die ganz guten Dinge im Leben eh' nur auf Empfehlungsbasis gibt!

BZB: Wie sieht erfolgreiches Praxismarketing aus?

Rankel: Diese Frage ist zu vielschichtig, als dass sie in einigen wenigen Sätzen erläutert und damit

verbunden richtig beantwortet werden kann. Was allerdings immer hilfreich ist, ist dass man die Sicht des Patienten einnimmt: Ganz bewusst und ganz gewollt – und somit ein Gefühl bekommt, wie man sich ein erfolgreiches Praxismarketing vorstellt.

BZB: *Heißt das, nur der Zahnarzt mit modern eingerichteter Praxis, CI-konformer Praxisbekleidung, CI-konformen Visitenkarten und Terminzetteln sowie eigener Internetseite hat Erfolg?*

Rankel: Eben nicht: Erfolgreich ist derjenige, der den Stil, den Ton und die Art der Patienten trifft. Der Wurm muss nämlich dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.

BZB: *Sie schreiben, zum Praxismarketing gehört auch die Kommunikation mit den Patienten. Worauf sollte der Zahnarzt beim Patientengespräch achten?*

Rankel: Der Zahnarzt muss auf gleicher Augenhöhe sein, im wahrsten Sinne des Wortes. Es muss Blickkontakt vorherrschen und der Patient sollte idealerweise den Mund gerade frei haben zum Antworten. Also nichts Unübliches in der Kommunikation – leider nicht immer üblich in den Praxen.

BZB: *Sie behaupten, jede Praxis ist nur so gut wie das Team. Was heißt das für den Praxisinhaber?*

Rankel: Naja, was bringt es, wenn auf dem Stuhl gut gearbeitet wird, aber das Drumherum unzumutbar ist? Mehr denn je ist entscheidend für den Praxiserfolg, dass alle Mitarbeiter für den Patienten sichtbar gut zusammenspielen und die Praxis einen guten Gesamtauftritt zeigt. Nur so kann sich die Praxis eine Wertschöpfungskette aufbauen und schon am Empfang oder im Wartezimmer Geld verdienen. Allerdings ist diese Kette nur so stark wie ihr schwächstes Glied.

BZB: *Herzlichen Dank für das Gespräch.*

Sonderveranstaltung eazf/KZVB/BLZK

„Das Einzige, was stört, ist der Patient ...“ – Impulse für erfolgreiches Praxismarketing und Mitarbeiterführung

Referent: Roger Rankel

Termin: Samstag, 10. Juli 2010, 9.45 bis 15.00 Uhr

Ort: Vortragsaal Zahnärzteshaus München

Kursgebühr: 95 Euro

Es werden fünf Fortbildungspunkte vergeben.

Kinderbehandlungsplatz



In einem speziellen Kinderbehandlungszimmer fühlen sich Ihre kleinen Patienten von Anfang an wohl und spüren, dass auf ihre Bedürfnisse eingegangen wird. An der Decke hängt z. B. ein LCD-Fernseher, in dem lustige Zeichentrickfilme laufen, und statt einem für Kinder oft Furcht einflößenden Zahnarztstuhl lädt eine weich gepolsterte Kinderliege dazu ein, sich hinzulegen. Die Kinderbehandlungseinheit verschwindet für das Kind nicht sichtbar unter der Pedoliege und ist mit einer *stufenlosen*, sehr leichtgängigen Höhenverstellung ausgestattet. Wahlweise mit Luft- oder Elektromotoren, passend für alle Hand- und Winkelstücke.

Bis zu 5 Jahre Garantie.

Kinderbehandlungsplatz bestehend aus:

- Integriertem Zahnarztgerät
- Pedoliege
- Behandlungsleuchte

Bereits erhältlich ab
€ 10.850,-
zzgl. der gesetzl. MwSt.

In Deutschland:

**DENTALIMPEX
STOCKENHUBER GmbH**

Leipartstrasse 21, D-81369 München
Tel. 089 7238985
Fax 089 72458056

In Österreich:

**DENTALIMPEX
STOCKENHUBER GmbH**

Johann-Roithner-Str. 29-33c, A-4050 Traun
Tel. 07229 677 67
Fax 07229 677 67-18

www.dentalimpex.at

*einfach
besser!*



DENTALIMPEX
STOCKENHUBER GMBH

Import - Export

Dentalgroßhandel – Einrichtungen – Service