



Daniel Izquierdo Hänni
Marketing- und Kommunikationsfachmann

„WER SEINE ZUKUNFT SICHERN MÖCHTE, MUSS DEN MARKTGEGEBENHEITEN INS AUGESCHAUEN“

„PATIENTENKOMMUNIKATION UND PRAXISMARKETING: ERFOLGSFAKTOREN FÜR DIE ZAHNARZTPRAXIS“ IST DER TITEL EINES NEUEN BUCHES, DAS BEIM SPITTA-FACHVERLAG ERSCHIENEN IST. AUTOR DANIEL IZQUIERDO HÄNNI VERMITTELT DEN DENTALPROFIS NICHT NUR THEORETISCHES WISSEN, SONDERN AUCH PRAKTISCHE RATSCHLÄGE.

Interview mit dem Autor Daniel Izquierdo Hänni

DB Ist noch ein Buch zum Thema Patientenkommunikation notwendig?

DANIEL IZQUIERDO HÄNNI In der Tat gibt es bereits einige Bücher, die sich mit den Themenkreisen Marketing und Kommunikation in der Zahnarztpraxis auseinandersetzen. Bestimmte Marketingtheorien und Grundideen mögen gleich sein. Es gibt aber durchaus unterschiedliche Ansätze, wenn es darum geht diese für den Dentalbereich zu interpretieren und in der Zahnarztpraxis anzuwenden.

DB In wiefern unterscheidet sich also Ihr Buch von anderen Publikationen?

DANIEL IZQUIERDO HÄNNI Der Unterschied liegt wohl in der Herangehensweise. Bei den meisten Buchautoren handelt es sich um Zahnärzte, Betriebswirte oder Psychologen, die sich dem Thema Marketing angenommen haben. Ich hingegen bin ausgebildeter Marketingleiter, habe in Werbeagenturen gearbeitet und habe als Pressesprecher Medienefahrung. Deswegen nähere ich mich dem Dentalmarketing von einer praktischen Seite, in einem beinahe handwerklichen Sinne. Ich meine damit, dass theoretische Grundkenntnisse erst durch eine praktische Erfahrung im Alltag wirklich erfolgreich umgesetzt werden können. Diese Kombination von Theorie und Praxis, zusammen mit einem Blick von außen, charakterisieren mein Buch.

DB Aber die Zahnmedizin stellt doch eine ganz eigene Welt dar.

DANIEL IZQUIERDO HÄNNI Mein Bruder hat Zahnmedizin studiert. Ich habe sozusagen vom ersten Semester an dieses Thema mit abbekommen. Heute habe ich zahlreiche Zahnärzte und Praxisinhaber in meinem Freundeskreis. Hinzu kommt, dass ich im Auftrag eines renommierten Herstellers von Mundpflegeprodukten deren Tochterfirma in Spanien aufgebaut habe. Zudem unterhalte ich mich heute auf Kongressen, auf Messen und nicht zuletzt während meinen Kursen mit Zahnärzten und Praxismitarbeitern. Ich kenne also deren Sorgen, Leiden und Gedankengänge bestens.

DB Welches ist somit die wichtigste Botschaft, die von Ihrem Buch ausgeht?

DANIEL IZQUIERDO HÄNNI Die Gegebenheiten des Marktes verändern sich laufend, wie steigender Kostendruck oder Konsumenten, die immer selbstbewusster und anspruchsvoller werden. Diese Veränderungen sind auch in der Zahnmedizin spürbar, so dass der Zahnarzt und Praxisinhaber vermehrt in die Rolle des Unternehmers gedrängt wird. Doch während des Medizinstudiums wurde man auf diese Aufgaben nicht vorbereitet. Wer also seine Zukunft sichern möchte, der muss unbedingt seinen Horizont erweitern und den Marktgegebenheiten sozusagen ins Auge schauen. Dass dies durchaus machbar ist, und wie man dies machen könnte, möchte ich in meinem Buch aufzeigen.

DB Welche Themen sprechen Sie in Ihrem Buch denn ganz konkret an?

DANIEL IZQUIERDO HÄNNI Zusammen mit den Produktverantwortlichen des Spitta Verlags haben wir uns für ein Buchkonzept entschieden, bei welchem zuerst die für die Zahnarztpraxis wirklich relevanten theoretischen Grundkenntnisse vorgestellt und erklärt werden, um dann so rasch wie möglich die praktische Umsetzung aufzuzeigen.

DB Können Sie uns hier ein Beispiel nennen?

DANIEL IZQUIERDO HÄNNI Klar. Ich denke da etwa an die Eigenheiten des Dienstleistungsmarketing, wie zum Beispiel die fehlende, physische Fassbarkeit der Leistung oder an die Gegebenheiten des Investitionsmarketing, wo man in der Regel zwar Kontakt mit dem Kunden oder Einkäufer hat, der Kaufentscheid jedoch oftmals von anderen Personen respektive in einer Gruppe gefällt wird. Doch nur wenige Zahnärzte machen sich wirklich Gedanken darüber, wer nebst dem Patienten bei einer solchen Investition mitentscheidet. Diese marketingtheoretischen Aspekte sind die Gründe, weshalb man dem aktiven Dialog mit dem Patienten mehr Beachtung schenken muss oder Kostenpläne viel verständlicher verfassen sollte.

DB Welche Rolle spielt die Kommunikation mit dem Patienten?

DANIEL IZQUIERDO HÄNNI Die Kommunikation mit dem Patienten, vor allem der echte Dialog mit diesem, ist alles entscheidend für den Erfolg einer Zahnarztpraxis! Gerade wenn man bedenkt, dass der Großteil der Patienten im Grunde genommen nicht wirklich von der Komplexität der Zahnmedizin und Mundgesundheit weiß. Möchte man Privatpatienten von einer Behandlung überzeugen, so müssen primär nicht zahnmedizinische Hürden überwunden werden, sondern kommunikative: Es gilt auf die Beweggründe, Vorstellungen und Sorgen der Patienten einzugehen, von Angesicht zu Angesicht, in einem echten, wirklichen Dialog.

DB Sie verwenden in Ihrem Buch auch den Begriff der Brand Experience? Können Sie uns diesen kurz erklären?

DANIEL IZQUIERDO HÄNNI Von der Verkaufspsychologie weiß man, dass gerade mal ein Siebtel aller Entscheidungen rein rational gefällt werden. Das heißt, dass bei einem überwiegenden Teil der Entscheidungen die Emotionen einen mehr oder minder starken Einfluss haben. Diesen Emotionen wird etwa bei der Ladengestaltung, der Innenraumgestaltung von PKWs oder der Einrichtung von Hotelzimmern immer mehr Bedeutung geschenkt. Diese subjektive Wahrnehmung spielt gerade in einem solch sensiblen Umfeld wie der Zahnmedizin eine überproportional wichtige Rolle.

DB Wie kann man diese subjektive Wahrnehmung positiv beeinflussen?

DANIEL IZQUIERDO HÄNNI Damit die so bedeutende Mund-zu-Mund Propaganda initiiert wird, müssen die Patienten sich nicht nur Willkommen fühlen, sondern den Praxisbesuch als positiv und angenehm erleben. Während eine positive Erlebnisbilanz in einem Wellness-Bad einfach zustande kommt, muss in der Zahnarztpraxis doch etwas mehr dafür gemacht werden – sprich bewusster, proaktiver.

DB Wenden Sie sich mit diesem Buch nun an Zahnärzte oder an das Praxispersonal?

DANIEL IZQUIERDO HÄNNI Wie erwähnt handelt es sich um ein Buch, das nicht nur theoretische Aspekte behandelt, sondern auch praktische Ratschläge für die Patientenkommunikation und den Praxisalltag

vermittelt. Um die Nachhaltigkeit und Interaktivität zusätzlich zu fördern enthält das Buch auch ein paar kleine Brain-snacks und Übungen. Ideal nicht nur für die Chefs, sondern eben für alle, die mit dem Patienten Kontakt haben.

**HERR IZQUIERDO HÄNNI,
VIELEN DANK FÜR DAS GESPRÄCH.**

EMPFEHELENSWERTE FACHLITERATUR



PATIENTENKOMMUNIKATION UND PRAXISMANAGEMENT: ERFOLGSFAKTOREN FÜR DIE ZAHNARZTPRAXIS

AUTOR Daniel Izquierdo Hänni
VERLAG Spitta Verlag GmbH & Co. KG
INFOS Broschur, 216 Seiten,
53 Abbildungen
ISBN 978-3-943996-33-3
PREIS 39,80 €
BESTELLUNG www.buchspiegel.com
Art.-Nr. FB 0277

Zahnärzte machen gerne einen großen Bogen um das Thema Marketing. Warum sich eine Auseinandersetzung damit trotzdem lohnt und welche Potenziale in der Praxis zu entdecken sind, beschreibt der Autor Daniel Izquierdo Hänni gut lesbar auf rund 220 Seiten und in neun Kapiteln.

Zum Beispiel geht er kurz und prägnant in Kapitel eins auf Marktentwicklung und Statistik ein, behandelt Zeitphänomene wie Werbeflut und Medienüberdruss und warum sich Zahnärzte hier positionieren sollen. Das Erlebnis Zahnarztpraxis und der Einfluss von unbewussten Vorgängen im Patienten sowie deren Bedeutung beschreibt er in Kapitel sieben. Im Schlusskapitel wiederholt Izquierdo Hänni die Inhalte des Fachbuchs durch Gedankenspiele und Fingerübungen, die als Anregungen und zum Entwickeln eigener Gedanken und Ideen als Download zur Verfügung stehen, und vertieft damit das Gelesene.



Der Spezialist für Sterilisations-
geräte aller Marken*

Angebot

VALIDIERUNG von Kleinsterilisatoren

Prüfung

- von Aufbau und Einrichtung des Praxisequipments
- der prozessbezogenen Randbedingungen
- der räumlichen Bedingungen

inkl.

Bestimmung und thermo- elektrische Überprüfung der praxisrelevanten Beladungen

- Vakuumtest
- Bowie & Dick-Test
- Beladung 1, erster Lauf
- Beladung 1, zweiter Lauf
- Beladung 1, dritter Lauf

Mess- und Prüfmittel für Kleinsterilisatoren nach DIN EN ISO 11140-1

inkl.

schriftliche Dokumentation, Mikrobiologische Auswertung

inkl.

Arbeitszeit Servicetechniker

inkl.

Gesamtpreis:

750,- €**

☎ 0341 27 139-210

E-Mail: info@steritec.info
Webseite: www.steritec.info
Rufnummer: 0341 27 139-210