

Patientenkommunikation: Pluradent Vortrag mit Daniel Izquierdo Hänni

BY REDAKTION ON 26. NOVEMBER 2017 • ([HINTERLASSE EINEN KOMMENTAR](#))

Patientenkommunikation – aber richtig

Der Dialog mit dem Patienten als Teil des Leistungsspektrums einer Ordination

Ende November fand bei Pluradent Austria ein interessanter Vortrag über die Tücken richtiger Patientenkommunikation statt. Der Schweiz-Spanische Marketing-Guru Daniel Izquierdo Hänni öffnete so manchen die Augen und gab wertvolle Tipps für den richtigen verbalen Umgang mit Patienten.



Diese werden ja immer anspruchsvoller. Sie sind oft nicht nur gut informiert und wollen zuvorkommend behandelt werden – sie wollen, dass man sich Zeit für sie nimmt und auf Augenhöhe mit ihnen spricht. Zielgerichtet, lösungsorientiert, ohne fachlichem Kauderwelsch und wertschätzend – vom Stress einer Praxis wollen Sie gar nichts wissen. Gerade, wenn Zeitdruck herrscht, ist das oft nicht leicht, schließlich senden wir ja auch nonverbal Signale aus, und die sind besonders schwer beherrschbar. Und gerade weil die “Mund-zu-Mundpropaganda” so wichtig ist, darf bei der Kommunikation nichts schief gehen – im Gegenteil, Begeisterung erzeugen ist das Motto, dann klappts auch mit den Empfehlungen bei Freunden.

Etwas Theorie ist nötig

Um die Mechanismen des Marketings zu verstehen, gab es zu Beginn eine kurze theoretische Einführung in das Marketing. Schon der Begriff selbst wird ja häufig missverstanden – es ist eben nicht bloß Werbung und auch das Verkaufen ist nicht unethisch, solange man die dahinterliegenden Definitionen kennt: Bedarfsgerecht Lösungen mit hohem Kundennutzen zu entwickeln und anzubieten. Aber wir tun uns schon viel leichter, wenn wir “verkaufen” mit “beraten” ersetzen.

Erstkontakt

Schon der Erstkontakt ist entscheidend. Wie wird man empfangen, wird Kaffee angeboten, wie lange muss man warten, gibt es aktuelle Lektüre, um die Zeit zu verkürzen oder stammeln die Zeitschriften aus Postwurfsendungen aus dem Vorjahr?

Nicht zu vergessen: Der Internetauftritt – der wird immer mehr zum eigentlichen Erstkontakt: Was wird hier geboten: Bluteere Ordinationsbilder, weil menschenleere Räume, dafür blutige Bilder vom Gebiss oder andere Schmerzsignale? Oder ist sie frei von inhaltlicher Überfrachtung freundlich gestaltet, positive besetzt? “Menschelt” es bereits hier, weil die eigene Vorstellung mitsamt seinem Team sehr persönlich erfolgt?

Auch beim “Docfinder” und anderen Portalen sollte man vorbeischaun. Könnte sein, dass man sich dort wiederfindet, ohne es zu wissen.

Worthülsen – kommen die Botschaften richtig an?

Auch die subjektive Wahrnehmung kann eine böse Falle sein: Man sagt etwas, wird aber ganz anders verstanden. Um das zu üben, mussten die Teilnehmer Lego-Figuren bauen – paarweise Rücken an Rücken. Einer gab verbal vor, was er tat, der andere musste unter dieser Anleitung die Figur nachbauen. Erstaunlich, was dabei herauskam.

Nähe zum Patienten – zu viel?

Behandler und Team durchbrechen regelmäßig die Barrieren der Intimsphäre. Das geht nur mit viel Vertrauen – nicht ideal, wenn man gleich “zur Sache” kommt. Auch hier gilt: wertschätzende Kommunikation auf Augenhöhe ist eine wichtige Basis für das nötige Vertrauen des Patienten.

Die Ziele des Vortrages

Seriös und nachhaltig die Zufriedenheit der Patienten steigern und damit die Bindung an die eigene Praxis, den Behandler und sein Team festigen – das war das übergeordnete Ziel dieses Vortrags von Daniel Izquierdo Hänni und dem Veranstalter Pluradent Austria. Mission gelungen.

Daniel Izquierdo Hänni

ist Marketing- und Kommunikationsprofi, Referent und Autor im Bereich der Zahnmedizin und Gründer von www.swissdentalmarketing.com



Daniel Izquierdo Hänni

ist Marketing- und Kommunikationsprofi, Referent und Autor im Bereich der Zahnmedizin und Gründer von www.swissdentalmarketing.com

