

# Themen und Inhalte für Referate, Kurse und Workshops

**Daniel Izquierdo-Hänni**  
Eidg. Dipl. Marketingleiter  
Referent und Fachautor  
Inhaber Swiss Dental Marketing



Thema/Titel

# Emotional Dentistry

**Gefühle beeinflussen unser Handeln weit stärker als manche von uns wahrhaben wollen. Die «Eisberg-Theorie» etwa besagt, dass bis zu 80% der Entscheidungen eines Menschen von Sensationen und Bauchgefühlen mehr oder minder beeinflusst werden. Den rein rationalen Menschen gibt es allenfalls nur im Fernsehen: Dr. Spock aus der Serie «Raumschiff Enterprise» oder Sheldon Cooper aus «The Big Bang Theory».**

**Gerade bei einem solch sensiblen Thema wie die Zahnmedizin spielen diese (un)bewussten Sensationen der Patienten etwa bei der Akzeptanz von Behandlungsvorschlägen oder bei der Mund-zu-Mund Propaganda eine besonders wichtige Rolle.**

**Warum? Weshalb? Und: Was kann ich tun? Dieser Vortrag möchte nicht nur informieren, sondern auch motivieren vermehrt auf die «Emotional Dentistry» zu setzen.**

Charakter	Powerreferat
Dauer	60 – 90 Minuten
Rahmen	Kongresse, Messen, Kundenveranstaltungen
Zielgruppe	Sämtliche Dentalprofis
Bemerkung	Auch in englischer Sprache möglich



Thema/Titel

# Brand Experience – die Patientenwahrnehmung in der Zahnmedizin.

In Zeiten des Medienoverkills haben sowohl klassische Werbemassnahmen wie auch das Social Media Marketing ihre Sättigungsgrade erreicht. Ganz nach dem Motto «Qualität vor Quantität» setzen daher immer mehr Unternehmen auf eine nachhaltige Vermittlung ihrer Markennwerte. Gute Beispiele hierfür sind die Nespresso-Shops oder die von Grossfirmen gebrandeten Fussballstadien.

Die Werte und Leistungen der Zahnarztpraxis ganz bewusst und nachhaltig über die subjektive Patientenwahrnehmung zu vermitteln, macht gleich doppelt Sinn. Einerseits bietet man den Patienten, welche die Zahnmedizin nicht wirklich verstehen, Ersatzkriterien um ihren Besuch beim Zahnarzt zu beurteilen. Andererseits stärkt man mit der verbalen und nonverbalen Kommunikation das Vertrauensverhältnis zwischen Arzt und Patient.

Charakter	Referat resp. Workshop
Dauer	60 – 90 Minuten, halber resp. ganzer Tag
Rahmen	Kongresse, Teil von Weiterbildungsangeboten
Zielgruppe	Sämtliche Dentalprofis



Thema/Titel

# Teammanagement und Leadership in der Zahnarztpraxis.

Dass in Zahnarztpraxen die medizinischen Fachkompetenzen klar zugeteilt und die Hierarchien stark ausgeprägt sind, liegt in der Natur des Berufes. Gerade deshalb kommt aber den Themen Personalmanagement und –führung eine besondere Bedeutung zu, erst Recht wenn man bedenkt, welche direkten Auswirkungen ein funktionierendes Praxisteam auf die Patienten und deren Zufriedenheit während der Konsultation hat.

Das Personalmanagement kann man planen und organisieren, komplexer ist jedoch die Personalführung, wobei man sich auch hier bestimmte Eigenschaften antrainieren kann.

Charakter	Workshop
Dauer	Halber Tag
Rahmen	Weiterbildungsangebote
Zielgruppe	Praxisinhaber, Zahnärzte mit Führungsaufgaben



Thema/Titel

# Richtig informieren, verständlich kommunizieren, überzeugend argumentieren.

Mit dem Patienten «einfach so» zu reden ist bei einem solch komplexen Thema wie die Zahnmedizin oftmals nicht genug. Im Gespräch zwischen Dentalprofi und Patient werden nicht selten fundamentalste Kommunikationsregeln übergangen, Unverständnis seitens der Patienten sind (fatale) Folgen.

Welches ist die adäquate Wortwahl? Welches die korrekte Argumentationskette? Und wie sieht es mit der non-verbale Kommunikation aus? Ein Patientengespräch ist nur dann wirklich erfolgreich, wenn es sich um einen Dialog handelt, der bewusst geplant und durchgeführt wird.

**Und: Nachhaltige Patientenkommunikation ist immer Teamsache!**

Charakter	Referat resp. Workshop
Dauer	60 – 90 Minuten, halber resp. ganzer Tag
Rahmen	Kongresse, bestehende Weiterbildungsangebote
Zielgruppe	Sämtliche Dentalprofis



Thema/Titel

# Wie man die Akzeptanz von Kostenvoranschlägen verbessern kann.

**Je kostspieliger eine Behandlung ist, umso schwieriger wird das Beratungsgespräch mit dem Patienten. Es gilt die wirkliche Motivation des Patienten zu erkennen, den Dialog entsprechend darauf auszurichten und bewusst die Mitentscheider zu involvieren. Und auch der Kostenvoranschlag sollte besser verfasst sein, möchte man sicherstellen, dass die vorgeschlagene Behandlung als Investition in die eigene Gesundheit verstanden wird – vom Patienten selber wie auch von seinen «Influencern».**

**Auch wenn die Zahnmediziner den Vergleich nicht mögen, aber in machen Aspekten unterscheidet sich der Entscheid für eine kostspielige Zahnbehandlung nur wenig von einem Autokauf!**

Charakter	Referat resp. Workshop
Dauer	60 – 90 Minuten, halber resp. ganzer Tag
Rahmen	Kongresse, bestehende Weiterbildungsangebote
Zielgruppe	Sämtliche Dentalprofis



Thema/Titel

# Praxismarketing: Notwendiges Übel oder Chance für die Zukunft?

Die einen reduzieren Marketing auf das Praxislogo oder die Website, die anderen verstehen Marketing prinzipiell als Synonym für verkaufen, überreden und andrehen. Doch das seriös interpretierte und entsprechend angewandte Praxismarketing geht weit über die üblichen Vorstellungen hinaus und stellt den Patienten mit seinen Bedürfnissen in den Mittelpunkt.

Eine professionell geführte Kommunikation hilft zudem einen nachhaltigen Dialog mit dem Patienten aufzubauen und ist für die Vermittlung der Behandlungsqualität entscheidend.

Charakter	Referat resp. Workshop
Dauer	60 – 90 Minuten, halber resp. ganzer Tag
Rahmen	Kongresse, bestehende Weiterbildungsangebote
Zielgruppe	Dieses Thema richtet sich an all jene Dentalprofis, die sich Gedanken um die Zukunft ihrer Zahnarztpraxis machen und sich dem Thema Praxismarketing annähern wollen.



Thema/Titel

# Young Dentists: Wie finde ich meinen Platz im Dentalmarkt?

Eine eigene Zahnarztpraxis auf die Beine zu stellen ist heute - mehr denn je - kein einfaches Unterfangen. Es braucht hierfür nicht nur Unternehmergeist und Geld, sondern auch elementare Grundkenntnisse der Marktgegebenheiten und des Marketing - Themen, mit denen man sich während des Studiums nicht wirklich auseinandergesetzt hat.

Egal ob Neugründung oder Übernahme, mit diesem Referat resp. Workshops soll den Teilnehmer/innen ein paar grundlegende Informationen vermittelt werden: von der Wertedefinition über die Inneneinrichtung der Zahnarztpraxis bis zum digitalen Marketing.

Charakter	Referat resp. Workshop
Dauer	60 – 90 Minuten, halber resp. ganzer Tag
Rahmen	Kongresse, Fachveranstaltungen, Messen
Zielgruppe	Junge Praxisinhaber/innen & Studenten





# Weitere Themen und Inhalte

## **Die Reise des Patienten - Chronologie eines Praxisbesuches**

Praxismarketing praktisch-pragmatisch nähergebracht

## **Die Patientendatenbank, ein unterschätztes Juwel**

Vielen ist nicht bewusst welches Marketingpotential in ihren Patientendaten steckt

## **Positionierung und Differenzierung der Zahnarztpraxis**

Wie grenze ich mich von der Konkurrenz ab? Warum sollen die Patienten zu mir kommen?

## **Situationsanalyse und Zieldefinition**

So erarbeitet man die Grundlagen für ein nachhaltiges Praxismarketing

## **Aktives Beschwerdemanagement**

Die beste Chance Patienten fürs Leben zu gewinnen

## **Werbekonzept für die Zahnarztpraxis**

Erarbeitung, Schritt für Schritt, einer klar definierten Werbestrategie



**Swiss Dental Marketing**

Daniel Izquierdo-Hänni

Telefon 0034 600 75 31 36

[info@swissdentalmarketing.com](mailto:info@swissdentalmarketing.com)

Spanien: C/San Vicente Mártir 306-10A, 46017 Valencia

Schweiz: Erlensträsschen 61, 4125 Riehen/Basel