



Right Path

Ihr Patient und Kunde – Fan oder Schnäppchenjäger?

Wir leben in einer digitalisierten Konsumgesellschaft, geprägt von Konsumwahn nach dem Geiz-ist-geil-Prinzip. Alles ist online zu haben und zu vergleichen, die Welt ist global und transparent und bevor ich etwas kaufe, kann ich problemlos alle Angebote mit ein paar wenigen Mauseklicks vergleichen. Haben Sie die Schnäppchenjäger-Mentalität bei Ihren Patienten auch schon festgestellt? Noch nicht? Dann ist es eine Frage der Zeit, bis diese Spezies in Ihrer Praxis auftaucht.

Wie erkennen Sie Schnäppchenjäger?

Zuerst werden Offerten verlangt, die Sie in mühsamer Handarbeit mit reichlich Zeitaufwand schreiben müssen. Kundenreaktion: keine. Der Patient braucht Zeit für Gegenofferten, die Sie aber nicht einsehen können. Somit können Sie auch nicht überprüfen, ob Ihr Patient Gleiches mit Gleichem vergleicht. Er vergleicht den Endpreis. Mit welcher Kompetenz und Expertise der Eingriff vorge-

nommen wird, mit welcher Spezialisierung und welchem Erfahrungshintergrund, dies steht in keiner Offerte. Es geht um nackte Preise. Und wenn die Nettosumme bei Ihrem Mitbewerber in der Schweiz, in Ungarn oder auch anderswo tiefer liegt, so entgeht Ihnen möglicherweise ein gutes Geschäft. Schön wäre es, wenn der Schnäppchenjäger nochmals anrufen würde. Oft müssen Sie mühsam nachfassen und häufig ist es dann schon zu spät, da er sich kommentarlos und ohne Gewissensbisse bereits für ein günstigeres Angebot entschieden hat.

Was tun?

Sie können dem entgegen wirken, indem Sie Ihre Tarife senken und auf Einkommen verzichten, womit die Unzufriedenheit und der Druck in Ihrer Praxis steigen dürften. Kosten sparen, um den Ertragsausfall zu kompensieren. Mit welcher Auswirkung auf das Betriebsklima und auf die Patientenzufriedenheit? Ihre Belegschaft wird kaum motivierter ar-

beiten, und die Patienten werden dies zu spüren bekommen, was wiederum zu mehr Abwanderungen führen dürfte.

Dafür sind Sie jetzt als günstiger Anbieter auf dem Markt präsent und können mithalten. Welche Patienten werden Sie anziehen? Noch mehr Schnäppchenjäger! Denn es spricht sich herum, dass Ihre Preise günstig sind. Sie arbeiten mehr und verdienen weniger. Wenn Sie sich dadurch einen loyalen Patientenstamm erhoffen, dann irren Sie. Der Schnäppchenjäger zeichnet sich aus durch unloyales Verhalten. Sobald er ein anderes Schnäppchen riecht, ist er wieder auf und davon.

Machen Sie Ihre Patienten zu Ihren Fans!

Prof. Christoph Ewert unterteilt Kunden in drei Typen. Nummer 1: Der Vorteilsoptimierer und Schnäppchenjäger, der egoistisch handelt und nur seinen eigenen kurzfristigen Vorteil sucht, der ständig auf der Suche nach dem besten Deal und günstigsten An-

gebot ist. Nummer 2: Der wankelmütige Stammkunde, der nur von Zeit zu Zeit das Angebot prüft und bei anderen Angeboten nicht gut Nein sagen kann. Nummer 3: Der Fan, der Ihnen auch in schwierigen Zeiten die Treue hält. Dieser Patient verdient höchste Wertschätzung und Fürsorge. Wenn Sie Ihre Patienten zu Fans machen und Ihre Stammkunden immer wieder von neuem überzeugen können, dann sind Sie auf Schnäppchenjäger nicht angewiesen.

Stammkunde, Fan oder Schnäppchenjäger?

Nur gut, dass in den Kundenkarten von Zahnärzten die Schnäppchenjäger noch nicht so oft vertreten sind und die Patientenloyalität noch recht hoch erscheint. Doch auch hier: Kommt Zeit, kommt

Schnäppchenjäger. Rüsten Sie sich für den Fall, dass Ihre Patienten in Zukunft vermehrt Offerten vergleichen werden.

Fragen Sie sich selbst ganz im Sinne eines kritischen Selbstmanagements: Welcher Kundentyp bin ich? Ein Stammkunde, ein Fan oder ein Schnäppchenjäger? Und je nach dem, wie Ihre Selbstbeurteilung ausfällt, führen Sie Ihre Praxis entweder nach dem Geiz-ist-geil Prinzip oder Sie bauen auf eine werthaltige Geschäftsphilosophie, die auf nachhaltiger Expertise und auf langfristigem Vertrauen aufbaut, ganz nach dem Motto von Albert Einstein: «Was nichts kostet, ist nichts wert». Hauptsache Sie sind kongruent und konsequent in Ihrem Auftritt. Der Entscheid liegt bei Ihnen.

Kontakt



BB SELFMANAGEMENT
Barbara Brezovar

BB SELFMANAGEMENT
Barbara Brezovar Capobianco
CH-9512 Rossrüti (Wil SG)

Tel. +41 79 633 98 75
info@bb-selfmanagement.ch
www.bb-selfmanagement.ch