



Right Path

Einzigartiges Markenzeichen: Sei einzig, nicht artig!

Bestimmt kennen Sie Maria. Maria arbeitet schon lange in Ihrer Praxis. Sie ist loyal, pflichtbewusst, fleissig. Sie führt alles zur wunderbaren Zufriedenheit aller aus. Maria gibt nie Anlass zu Diskussionen. Maria fordert nie, ist gemocht und einfach zu führen. Sie kommt pünktlich, sie geht pünktlich.

Als es darum geht, die Stelle als Praxismanagerin zu besetzen, ist Maria der Meinung, dass sie sich sehr gut dafür qualifizieren würde. Sie hat sich mit ihrer jahrelangen Erfahrung und stetig guten Leistung bewiesen. Auch die nötigen Weiterbildungen würde sie selbstverständlich absolvieren. Sie geht davon aus, dass sie den Job bekommt.

Ist das fair?

Den Job bekommt: Tamara, ihre Arbeitskollegin. Ausgerechnet Tamara, die noch nicht so lange dort arbeitet, die mit der Chefin regelmässige Diskussionen führt und auch ab und zu im Team

aneckt. Maria ist enttäuscht und fassungslos.

Kennen Sie auch Menschen, die alles korrekt, pflichtbewusst und pünktlich erledigen, die stillen Schaffer, die aber übersehen werden, wenn es um eine Belohnung oder Beförderung geht? Oder die gar bei einer Reorganisation gehen müssen, obwohl sie doch alles getan hatten, was von ihnen verlangt wurde? Das haben sie in der Tat, aber eben nicht mehr.

Mit Besonderheiten hervorstechen

Maria könnte sich verleitet fühlen zu behaupten, die Wahl von Tamara sei unfair, die Chefin hätte Tamara ungerechtfertigt bevorzugt. Doch beobachten Sie selbst, welche Menschen im Leben weiter kommen: Meistens jene, die nicht so unauffällig artig sind wie Maria, sondern diejenigen, die mit einer Besonderheit auffallen, mit einer Andersartigkeit, jene, die auch bereit sind, eine Extra-Meile zu gehen.

Dabei müssen Sie nichts «Besonderes» sein, es hilft schon, wenn man etwas «lauter» auftritt, nach dem Motto: «Stand up, make yourself visible and talk!» Mach dich sichtbar und sprich über deine Erfolge! Ich höre dann: «Ich will doch nicht prahlen.» Das tun Sie nicht, wenn Sie über Ihre positiven Erlebnisse berichten. Damit betreiben Sie lediglich Selbstmarketing, um Ihre Marke «Ich» zu stärken. Was ist eine Marke wert, wenn sie niemand kennt? Gerade Frauen neigen im Vergleich zu Männern, die sich gerne positionieren, zur falschen Bescheidenheit, sie verhalten sich zurückhaltender.

Zurückhaltung ist oft fehl am Platz

Wenn Sie sich in einer agilen, sich immer schneller verändernden Arbeitswelt nicht überlegen fühlen möchten, dann überlegen Sie sich, womit Sie besonders positiv auffallen. Was ist Ihre USP, Ihre Unique Selling Proposition?

Auf Deutsch: Ihr Markenzeichen. Überlegen Sie sich drei Stärken oder positive Eigenheiten, durch die Sie sich von anderen unterscheiden. Das gilt übrigens nicht nur für Mitarbeitende, sondern auch für alle Chefinnen und Chefs und auch für Ihre Praxis. Was zeichnet Sie aus, wie unterscheiden Sie sich, worin sind Sie einzigartig?

Machen Sie sich einzigartig!

Eine gute Übung ist der Elevator-Pitch: In nur 60 Sekunden (Dauer einer Liftfahrt) begeistern Sie jemanden von sich selber oder von Ihrer Praxis, indem Sie Ihre einzigartigen Vorteile aufzählen, verbunden mit dem Nutzen für den

Gesprächspartner. Daraus geht hervor, wie Sie sich von anderen differenzieren, und Sie formulieren einen Wunsch oder eine Absicht. Dabei ist die AIDA-Formel hilfreich: 1) *Attention* für Aufmerksamkeit erzeugen, 2) *Interest* für Interesse wecken, 3) *Desire* für Verlangen auslösen, 4) *Action* für Handlung provozieren.

Habe ich Sie jetzt abgeschreckt, so offensiv wollen Sie nicht vorgehen? Es liegt in Ihrer Hand, ob Sie lieber Maria spielen und Tamara den Elevator-Pitch überlassen. Einzigartigkeit erfordert Anderssein und das wiederum erfordert Mut und ganz bestimmt kein unauffälliges Artig-Sein. Jeder von uns ist einzigartig, auch Sie, Sie dürfen sich zeigen!

Kontakt



BB SELFMANAGEMENT
Barbara Brezovar

BB SELFMANAGEMENT Tel. +41 79 633 98 75
Barbara Brezovar Capobianco info@bb-selfmanagement.ch
CH-9512 Rossrüti (Wil SG) www.bb-selfmanagement.ch

Neue Formulierung zum Schutz des Zahnschmelzes

Innovative Mikroschutz-Technologie mit Chitosan, Zinnchlorid und Fluorid

Seit Anfang des Jahres ist elmex® ZAHNSCHMELZ PROFESSIONAL Zahnpasta in einer verbesserten und wirksameren Formel erhältlich. Die innovative Mikroschutz-Technologie mit Chitosan, Zinnchlorid und Fluorid bietet einen noch effektiveren Schutz für den Zahnschmelz. Das Chitosan in der neuen Formulierung wird aus Pilzen gewonnen und ist so auch für Krustentier-Allergiker geeignet.

In einer Laborstudie bewirkte die neue Formulierung 63% weniger Zahnschmelzverlust nach 10 Tagen mehrmals täglicher Säureangriffe und Abrasion an menschlichen Zahnschmelzproben gegenüber der bisherigen Formulierung. Im Vergleich zu herkömmlicher Zahnpasta mit Natriumfluorid ohne Chitosan verringerte sich der Zahnschmelzverlust sogar um 85%. Eine placebokontrollierte, randomisierte, doppelt-verblindete klinische Studie, bei der die Probanden Zahnschmelzproben trugen, führte zu 32,6% weniger Zahnschmelzverlust gegenüber der bisherigen Formel.

Tägliche Anwendung empfohlen

In der elmex® ZAHNSCHMELZ PROFESSIONAL Zahnpasta sind die aktiven Substanzen Fluorid, Zinnchlorid und Chitosan kombiniert. Die Zinnionen lagern sich durch ihre positive Ladung als Schicht auf dem negativ ge-

ladeten Zahnschmelz an. Dabei werden unlösliche Zinnverbindungen in den erweichten Zahnschmelz eingebaut. In der neuen Formulierung wurde die Konzentration an Chitosan, einem natürlichen, aus Pilzen gewonnenen Biopolymer, erhöht. Chitosan unterstützt die Bildung der Zinnchlorid-Schicht. Es trägt dazu bei, dass die aktiven Inhaltsstoffe auf den Zähnen verbleiben. Die schützende Zinnschicht auf der Zahnoberfläche erhöht die Widerstandsfähigkeit gegen erosive Säureangriffe. Die Fluoride tragen zur Remineralisierung der Zähne bei und stärken den Zahnschmelz. Daher empfiehlt sich die tägliche Anwendung der neuen elmex® ZAHNSCHMELZ PROFESSIONAL Zahnpasta.

www.elmex.ch
www.meridol.ch
www.colgate.ch



Kontakt:
GABA Schweiz AG
CH-4106 Therwil
Tel. +41 61 415 60 60
info@gaba.ch

GABA Fortbildungen für DentalhygienikerInnen 2020

Die beliebte Fortbildungsreihe für DentalhygienikerInnen von GABA «Oral Care & Cocktails» wird auch in diesem Jahr fortgesetzt. Im interaktiven Dialog zu neuesten Ergebnissen der Forschung zur Zahngesundheit diskutieren TeilnehmerInnen und ReferentInnen Fragen aus dem Praxisalltag. Zentrales Thema in diesem Jahr sind Fluoride: Sind Fluoride ungesund? Sind alle Fluoride gleich gut? Gibt es ein Zuviel an Fluorid? Weitere Inhalte der «GABA-Sprechstunde» sind die aktuelle Studienlage für alternative Wirkstoffe zur Kariesprophylaxe, die Hilfe für junge PatientInnen mit MIH und die Ursachen und Risikofaktoren für Verfärbungen der Zähne.

Die Termine im Überblick:

- | | |
|-------------------|---|
| 7. Mai 2020 | Luzern |
| 14. Mai 2020 | Lugano («Die gängigsten Mythen zur Zahngesundheit - Fakt und Fiktion!») |
| 4. Juni 2020 | Genf |
| 17. Juni 2020 | St. Gallen |
| 27. August 2020 | Sion 2020 (vorbehaltlich ausreichender Anmeldungen) |
| 19. November 2020 | Basel (im Rahmen der Jahrestagung von Swiss Dental Hygienists) |

Die kostenfreien Veranstaltungen unter dem Titel «Oral Care & Cocktails» beginnen jeweils um 18 Uhr.

Alle Teilnehmenden erhalten ein Zertifikat als Fortbildungsnachweis.

Anmeldungen an:
gianni_micheloni@gaba.com

