



# Patienten überzeugend für die PZR gewinnen

**Wir wissen, dass eine professionelle Zahnreinigung für die Zahngesundheit unserer Patienten förderlich ist. Doch wie gelingt es, Sie von dieser Leistung zu überzeugen? Im folgenden Artikel habe ich ein paar Tipps für euch zusammengefasst.**

**Text** Nadja Matysiak

Wenn man bei Google den Begriff „professionelle Zahnreinigung“ sucht, erscheinen sagenhafte 1.610.000 Treffer in der Ergebnisliste. Daraus könnte man schließen, dass das allgemeine Verständnis für diese Leistung der Individualprophylaxe in den Köpfen unserer Patienten Fuß fassen konnte. Doch selbst im Jahre 2019 gibt es immer noch Menschen, die

Anzeige

# Beycodent Stopper

bisher nie in den Genuss einer professionellen Zahnreinigung gekommen sind – und das, obwohl Generationen zahnmedizinischen Personals in den letzten Jahrzehnten all ihre Begeisterung und Überzeugungskraft eingesetzt haben, um Patienten für dieses besondere Angebot zum Zahnerhalt zu gewinnen. So stellt sich die Frage, wie wir auch die restlichen Patienten von der Idee der PZR begeistern und längerfristig binden können.

### **Wie das 'Muss-ich-haben-Gefühl' erzeugen?**

Welche Haltung habt ihr persönlich der professionellen Zahnreinigung gegenüber? Hand aufs Herz – tragt ihr selbst diese 'Must-have'-Überzeugung in euch? Ist die PZR für euch eine Leistung, die ihr euch selbst regelmäßig gönnt? Sprüht ihr deshalb vor Begeisterung? Wie auch immer: Eure Einstellung wird unbewusst in das Gespräch einfließen. Generell gilt: Je überzeugter ihr selbst von der PZR seid, umso wahrscheinlicher ist es, dass der Funke der Begeisterung auf eure Patienten überspringt, und der anfängliche Small-Talk wird euch leichter fallen.

### **Kommen Sie doch in die Prophylaxe!**

Dieser fröhliche Lockruf wird kaum genügen, um das Bestellbuch mit willigen Patienten zu füllen. Es erfordert ein wenig strukturierten Einsatz von Informationen und Emotionen: Sucht zunächst den Small-Talk und schafft damit eine vertrauensvolle Atmosphäre. Offene W-Fragen erleichtern euch den Einstieg. Ist das Gespräch erst einmal in Gang gekommen, dann geht es im nächsten Schritt um die gezielte Argumentation.

## Wie wäre es für Sie, wenn es anders wäre?

Die Kunst besteht nun darin, den Patienten so zu lenken, dass er freiwillig auf dem Behandlungsstuhl Platz nimmt, circa sechzig Minuten seiner Zeit investiert und schließlich bereit ist, für diese Zusatzleistung tiefer in sein Portemonnaie zu greifen. Im Rahmen der Kontrolluntersuchung bietet sich eine tolle Chance: Nehmt euch die Zeit, dem Patienten die Schwachstellen per Mundspiegel oder intraoraler Kamera zu zeigen. „Schauen Sie mal – mit einer professionellen Zahnreinigung könnte ich Ihnen diese Flächen so säubern, dass sie wieder glänzen, heller erscheinen und sich wunderbar glatt anfühlen. Wäre das etwas für Sie?“

Weitere offene Fragen werden das Gespräch zielorientiert am Laufen halten: „Was wissen Sie bereits über die professionelle Zahnreinigung?“ statt der geschlossenen Frage „Haben Sie schon mal eine PZR durchführen lassen?“. Bringt ruhig eure Sicht mit ein und erzählt, wenn es passt, wie sehr ihr persönlich von der PZR profitiert.

## Vom Problem zur Lösung

Erst die Einsicht, dann folgt die Absicht zum Handeln. Dazu ist eine gewisse Problemerkennung nötig. Erst die passenden Informationen und Argumente werden dazu beitragen, den Patienten in die richtige Richtung zu „stupsen“.

## Zwei Wege der Argumentation

Bringt Argumente ein, die ein „Weg-von-Gefühl“ („Igitt!-Effekt“) oder ein „Hin-zu-Gefühl“ („Wow!-Effekt“) in euren Patienten erzeugen:

Weg-von-Motivierung	Hin-zu-Motivierung
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verfärbungen</li> <li>• raue Zahnoberflächen</li> <li>• Zahnschmerzen</li> <li>• Zahnverlust</li> <li>• Mundgeruch</li> <li>• Zahnfleischbluten</li> <li>• Zahnlücken</li> <li>• Entzündungsprozesse</li> <li>• Knochenabbau</li> <li>• Zahnersatz</li> <li>• wenig Lächeln</li> <li>• ...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• natürlicher Zahnerhalt</li> <li>• Erhalt von Zahnersatz</li> <li>• blassrosa Zahnfleisch</li> <li>• frischer Atem</li> <li>• geschlossene Zahnreihe</li> <li>• strahlend weiße Zähne</li> <li>• kraftvolles Zubeißen</li> <li>• glattes Gefühl</li> <li>• gesundes Zahnfleisch</li> <li>• attraktives Aussehen</li> <li>• selbstbewusstes Lächeln</li> <li>• ...</li> </ul>

Der eine Weg der Argumentation weckt Gefühle von Vermeidung und Unlust. Der andere erzeugt genau das Gegenteil – ein Lustgefühl auf das, was sein kann: glasklarer Atem und ein knuspriges Gefühl auf den Zähnen.

## Beispiel für ein Angebotsgespräch

„Herr Krämer, mit der professionellen Zahnreinigung gönnen Sie sich Zahngesundheit! Es gibt Bereiche in der Mundhöhle, die trotz guter

Mundhygiene nicht erreicht werden können. Dafür bietet die PZR eine optimale Lösung: Mit der Belagsentfernung, Zwischenraumreinigung und Glattflächenpolitur werden die Risiken für Karies und entzündliche Prozesse am Zahnfleisch und Zahnhalteapparat deutlich reduziert. Eine abschließende Fluoridierung versiegelt die Zahnoberfläche und wehrt säurehaltige Angriffe ab. Ihre Investition beträgt ... Euro. Viele meiner Patienten bewundern das saubere und frische Gefühl danach. Dieses Angebot beinhaltet außerdem wichtige Tipps und Tricks, wie Sie Ihre Zähne auch weiterhin zuhause pflegen können. Die Nachfrage ist generell sehr groß – deshalb meine Frage: Wollen Sie sich gleich einen Früh- oder lieber einen Spätertermin sichern?“

### TIPP

Baut den Preis in die Mitte des Gespräches ein. So wird es euch leichter fallen ihn zu nennen. Sprecht besser von einer Investition statt von Kosten.

## Ja, ABER...

Schön, wenn der Patient mit einem vereinbarten Termin die Praxis verlässt. Gelegentlich werdet ihr verschiedene Einwände zu hören bekommen. Besonders beliebt: „Das ist zu teuer!“ Nehmt diese Einwände ernst, aber nie persönlich. Der Patient will sparen. Entweder am Geld oder an seiner Zahngesundheit. Hinterfragt und gebt freundlich zum Besten: „Stimmt. Es handelt sich ja auch um eine wertvolle Dienstleistung.“ Gute Lösungen bieten mittlerweile ja verschiedene Zahnzusatzversicherungen. Erfahrungsgemäß hilft generell die Haltung, dass er noch nicht möchte. So bewahrt ihr euch davor, ihn für alle Ewigkeit in die „Non-Compliant“-Schublade zu stecken. Denn dabei muss es nicht bleiben: Manchmal sind es gerade die besonderen Lebensumstände, die ein Umdenken bewirken wie zum Beispiel eine neue Partnerin, die ins Leben tritt und viel Wert auf eine PZR legt. Kurzum: Dranbleiben und immer mal wieder anbieten.



## Nadja Matysiak

Diplom-Psychologin und ZMP

Trainerin für Kommunikation- und Stressmanagement

Bäumerplan 32

12101 Berlin

E-Mail: [info@schrittwagen.de](mailto:info@schrittwagen.de)

[www.facebook.com/schrittwagen](http://www.facebook.com/schrittwagen)

[www.schrittwagen.de](http://www.schrittwagen.de)