

Mehr Gewinn mit weniger Stress

Der Newsletter für Ihren beruflichen und persönlichen Erfolg

Saverne, den 17. Oktober 2006

Liebe Leser,

die deutschen Zahnärzte sind eigentlich in einer beneidenswerten Situation. Sie durften in der Vergangenheit aus standesrechtlichen Gründen praktisch keine Werbung betreiben. Auch wenn sich das inzwischen langsam ändert, hatte das doch für sie mehrere Vorteile:

- Sie brauchten sich um Marketing keine großen Gedanken zu machen, der Wettbewerb tat es ja auch nicht.
- Sie waren es gewohnt, von Weiterempfehlungen, bzw. Mund zu Mund Propaganda zu leben.

Eine entscheidende Frage stellt sich dennoch an die Vertreter dieser Berufsgruppe:

Wie **systematisch** haben Sie bisher ein Weiterempfehlungs-Marketing eingesetzt? Die allermeisten würden jetzt antworten: „Sehr wenig bis gar nicht!“ Und wie sähe das aus, wenn ich Ihnen diese Frage stellen würde? Vermutlich nicht anders!

Und das, obwohl viele Weiterempfehlungen entscheidende Erfolgsfaktoren für Ihren Unternehmens-Erfolg sind. Wie Sie das ändern können, lesen Sie im team-success-Gym.

Heute morgen bekam ich ein sehr schönes Bild von einem meiner Kunden geschickt. Meine Geste darauf und der Kommentar des Kunden ließen mich schallend lachen. Mehr unter Persönlichen Reflektionen.

Wann haben Sie das letzte Mal staunend ein einzelnes herbstliches Blatt betrachtet? Lassen Sie sich von den Faszinationen inspirieren und motivieren.

Viel Freude am Lesen und



herzlich willkommen zu
„**Mehr Gewinn mit weniger Stress**“

Jörg Weisner

jw@team-success.de

In dieser Ausgabe:

- [Teil 1: Das team success Gym](#)
Viele Weiterempfehlungen – aber wie?
[Teil 2: Persönliche Reflektionen](#)
Nein, ich habe nicht gepredigt!
[Teil 3: Faszinationen](#)
Ein einzelnes Blatt

Teil 1: Das team-success-Gym

Viele Weiterempfehlungen – aber wie?

Längst nicht jede Branche hat sich jahrelang so gut gegen Werbung abgeschottet wie die Mediziner hier in Deutschland. Ob das nun gut oder schlecht ist, will ich hier gar nicht zur Diskussion stellen. Es hat aber zu einem, auf jeden Fall geführt:

Die Ärzte sind es nicht gewohnt, ein aktives Marketing zu betreiben.

Doch nicht nur den Ärzten geht es so. Auch in vielen anderen Unternehmen fehlen jegliche Ansätze zu einem **systematischen Weiterempfehlungs-Marketing**.

In diesem und in den folgenden Newslettern werde ich Ihnen daher verschiedene Vorschläge zur Verstärkung Ihrer Marketing-Aktivitäten machen.

Beginnen wir zunächst mit einem Blick über den Tellerrand – einmal was die Geografie angeht und zum Anderen was die Branche angeht. Ich habe hier schon wiederholt von Paddi Lund berichtet, dem Zahnarzt aus Australien, der sein Praxisschild abschraubte und seinen Eintrag im Telefonbuch löschte. Er setzt seitdem ausschließlich auf Empfehlungen. Er hat es zu einem Teil seines Geschäftsprinzips gemacht, von seinen Patienten drei Empfehlungen zu erbitten. Das ist von vornherein ein Teil der Abmachung.

Ähnlich konsequent sind die Vorschläge, mit denen Chris Barrow in England seit mehr als 8 Jahren über 400 Zahnarztpraxen erfolgreich gecoacht hat.

Nachfolgend ein paar Vorschläge (die ich hier sinngemäß übersetzt habe), wie sie Chris seinen Zahnärzten auf die Frage gibt, wie sie es anstellen sollten, systematisch um Empfehlungen zu bitten. Prüfen Sie einmal, welche der Vorschläge auch auf Ihre Branche angewendet werden könnten.

„Lieber Zahnarzt,

im Laufe der Jahre habe ich es gelernt eine elegantere Version der Frage nach den Weiterempfehlungen zu entwickeln. Ich habe auch gelernt, dass die Ermutigung, Weiterempfehlungen auszusprechen, mehr ein gradueller Prozess ist, als eine einmalige verkäuferische Aktion.

*Ich schlage Ihnen vor, einen Brief nach Abschluss einer Behandlung zu schreiben, lege aber Wert darauf, dass dieser Brief **nur ein Baustein** in einer Reihe von Marketingbausteinen ist, wie etwa:*

- *Ein Abschnitt auf Ihrer Webseite, in dem beschrieben wird, dass viele Ihrer Patienten auf Weiterempfehlung zu Ihnen kommen und Sie daher Ihre Patienten auch ermutigen, Ihre Praxis an Freunde und Bekannte weiter zu empfehlen, sofern sie mit der Behandlung zufrieden sind.*
- *Ein ähnlicher Abschnitt in Ihrer Willkommens-Broschüre, die nicht nur allen neuen Patienten überreicht wird, sondern die auch bei Erstveröffentlichung allen bisherigen Patienten ausgehändigt wird.*

- *Ein ähnlicher Abschnitt in Ihrem Patienten-Newsletter, den Sie wenigstens drei Mal im Jahr versenden.*
- *Ein ähnlicher Paragraph, den Sie in Ihrem E-mail Newsletter an Ihre A- und B-Patienten versenden.*

Und jetzt der Brief:

„Lieber Patient,

nachdem wir die laufende Behandlung Ihrer Zähne abgeschlossen haben, möchten wir dies zum Anlaß nehmen, Ihnen zu danken, dass Sie uns erlaubt haben, Ihre zahnärztliche Behandlung durchzuführen. Wir hoffen, Sie haben konnten sich sowohl an unserem Service als auch an unserer Behandlung erfreuen.

Als ein Teil unserer ständigen Bemühungen, uns kontinuierlich zu verbessern, freuen wir uns auf jede Art von Feedback. Wir fügen diesem Brief einen kurzen Fragebogen an. Sie würden uns sehr helfen, wenn Sie ihn kurz ausfüllen und uns zurückgeben oder senden.

Ebenfalls diesem Brief beigefügt haben wir eine Kopie unserer Willkommens-Broschüre, ein „Menü“ unserer Behandlungsangebote und eine Kopie unseres letzten Patienten-Newsletters. Wir hoffen, Sie finden sie informativ und interessant. Wenn Sie darüber hinaus irgendwelche Fragen haben, stehen wir Ihnen jederzeit gern zur Verfügung.

Unsere Praxis wächst ausschließlich durch Weiterempfehlungen unserer Patienten. Bitte geben Sie eine der beigefügten Empfehlungskarten an diejenige Person, von der Sie glauben, dass ihr unsere Leistungen und unser Behandlungsansatz ebenfalls gefallen würden.

Schließlich haben wir eine Anzahl von Empfehlungsschreiben in unserem Wartezimmer ausgelegt. Wenn Sie uns ebenfalls ein paar Zeilen über Ihre Erfahrungen in unserer Praxis schreiben, würden wir dieses sehr begrüßen und uns darüber sehr freuen.

Mit herzlichen Grüßen

Ihr Zahnarztpraxis

Der Anlage zu diesem Brief fügen Sie einige Kopien Ihrer Empfehlungskarte bei – einer Visitenkarte, die über den normalen Rahmen hinausgeht. Die Ihre wichtigsten Leistungen aufführt, inklusive eines Fotos, der Kontakt-Details wie einer kurzen Zusammenfassung Ihres Mission-Statements.“

Soweit die Vorschläge von Chris Barrow. Denken Sie einmal darüber nach, welchen dieser Vorschläge Sie als nächstes umsetzen könnten. Wenn Sie Fragen dazu haben, senden Sie mir gern eine E-mail.

Selbstverständlich sende ich Ihnen auch gern ein paar Exemplare meiner eigenen Empfehlungskarten per Post. Eine E-mail an mich genügt auch hier!

Im nächsten Newsletter finden Sie weitere Tipps, zum systematischen Ausbau Ihres Empfehlungsmarketings.

Teil 2: Persönliche Reflektionen

Nein, ich habe nicht gepredigt.

Heute morgen bekam ich von einem Kunden, mit dem wir vor kurzen ein Follow-up zu dem Lerntraining durchgeführt haben, die erfreuliche Nachricht, dass alle Teilnehmer bestanden haben.

Wie schreibt er so schön unter PS:

PS. Es haben übrigens alle bestanden (6x Note 1 und 11x Note 2) sie hatten ja auch alle deinen Segen!

Und schickt dann folgendes Bild mit:



Auch wenn es so aussieht, ich habe nicht gepredigt, sondern eine kurze und verblüffende Rechenaufgabe gestellt, bei der es wichtig war, dass alle Teilnehmer meine Hände sehen konnten.

So können Bilder täuschen ;-)

Als ich das Bild zusammen mit dem trockenen Kommentar sah, musste ich schallend lachen. Über das hervorragende Abschneiden der Teilnehmer habe ich mich natürlich sehr gefreut.

Teil 3: Faszinationen

Ein einzelnes Blatt

Wann haben Sie sich das letzte Mal einen Moment Zeit genommen, um ein einzelnes Blatt zu bestaunen?

Sollte es schon länger her sein, so haben Sie jetzt die beste Möglichkeit, sowohl hier auf diesem Newsletter,



als auch draußen in der Natur.

Bis zum nächsten Dienstag,

Ihr

Jörg Weisner

PS: Wer würde sich über diesen Newsletter freuen? Senden Sie ihm eine Kopie.

Vielen Dank!

Copyright © 2006, alle Rechte vorbehalten

Jörg Weisner betreut mit der team success Unternehmer, Freiberufler und ihre Teams, die mehr Gewinn mit weniger Stress erreichen wollen. Sein Coaching-Programm besteht aus vierteljährlichen Workshops, Telefon-Konferenzen, E-mail- und Telefon-Coaching sowie umfangreichen Anregungen, Checklisten, Ideen und Werkzeugen.

Sie dürfen den Newsletter „Mehr Gewinn mit weniger Stress“ gerne an Ihre Freunde und Kollegen weitersenden, vorausgesetzt, Sie lassen ihn so komplett, wie er ist. Der Autor ist Jörg Weisner. Sie können ihn erreichen über: jw@team-success.de.



**Bitte empfehlen Sie diesen Newsletter Ihren Freunden und Kollegen
oder senden Sie ihn weiter.**

Wir wachsen durch Ihre Empfehlung.

Jeder kann diesen Newsletter über <http://www.team-success.de> bestellen.

Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr beziehen wollen, klicken Sie bitte auf den unten stehenden Link.

Wir werden Ihren Namen oder Ihre E-mail-Adresse an keine anderen Personen, Firmen oder Organisationen weitergeben.