

# Kundenkommunikation Teil I

---

Fachwissen für Praxisteams

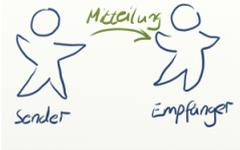
Herbsttagung des TBV Oberfranken,  
9. November 2019



1

## Basics

---



- ◆ Was du sagst, ist nicht das, was der andere hört!
- ◆ Körpersprache fehlt am Telefon:
  - ◆ Erhöhte Gefahr von Infoverlusten und Missverständnissen



2

## Positiv, kurz & prägnant telefonieren

---

positiv

- Ich freue mich, dem Kunden etwas anzubieten.



➔

kurz

- Zeit am Telefon wird in unserem Business nicht bezahlt.



➔

prägnant

- Der Kunde soll sich an seine Tierarztpraxis erinnern!

Das war gut!





3

## Das Ganze braucht Format!

---



- Angebot wiederholen
- Verabschieden

- Melden
- Daten erfassen / Kartei checken:
  - Kunde & Tier
  - Telefonnummer

- Angebot:
  - Termin
  - Sprechstunde
  - Rückruf

- Was kann ich für Sie tun?
- Zuhören & Notizen



4

## Von Anfang an Führen

---

Start

- ◆ Einatmen – ausatmen – melden
- ◆ Bitte sagen Sie mir Ihren Namen
- ◆ Wie heißt Ihre Katze?
  - ◆ Oh wie schön!
  - ◆ Wie alt ist sie?

Einstieg

- ◆ Was kann ich heute für Sie tun?
  - ◆ Zuhören und Notizen machen



5

## DAS beeindruckt den Anrufer!

---

- ◆ Ruhe
- ◆ Langsames Sprechen:
  - ◆ Bremst ab
  - ◆ Entstresst
- ◆ Warme Stimme
- ◆ Interesse & Empathie



6

## Führen & stark abschließen



- ◆ Kunden mit Namen ansprechen
  - ◆ Termin wiederholen (Absage ansprechen)
  - ◆ Danke & Verabschiedung
1. Konkreten Termin anbieten
  2. 2 Alternativen anbieten
  3. Fragen, wann es passt



7

## Was geht und was geht nicht?

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ <b>Geht gut:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Terminvereinbarung</li> </ul> </li> <li>◆ <b>Geht weniger gut:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Standardpreise nennen:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Gesundheitscheck</li> <li>◆ Kastration</li> </ul> </li> <li>◆ Leistungsangebot vorstellen</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ <b>Geht nicht:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Beratung</li> <li>◆ Befundbesprechung</li> <li>◆ Therapiebesprechung</li> <li>◆ OP Besprechung</li> <li>◆ Kostenvoranschläge</li> </ul> </li> </ul> |
|---|--|

### Wichtig:

- Am Telefon gehen sehr viele Infos verloren
- Medizin findet IN der Praxis statt



8

## Was geht nicht und wie sage ich es?

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ <b>Geht nicht:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Beratung</li> <li>◆ Befundbesprechung</li> <li>◆ Therapiebesprechung</li> <li>◆ OP Besprechung</li> <li>◆ Kostenvoranschläge</li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ „Ich bitte um Ihr Verständnis, dass wir Kostenvoranschläge ausschließlich in der Praxis erstellen.“</li> <li>◆ Der nächstmögliche Termin ist....“</li> </ul> |
|--|---|

*Praxistipp:  
Alle Besprechungen und Kostenvoranschläge auf Kontrolltermine legen!*



9

## Was muss ich für „Spezialfälle“ wissen?

- ◆ Gestalten Sie eine praxisinterne und **kurze** Liste mit Fragen, die für **bestimmte Fälle unbedingt** am Telefon zu stellen sind.
  - ◆ Z.B. Dermatologie, Augenuntersuchung, Orthopädie...
- ◆ Hinterlegen Sie die Liste in der Praxis EDV
- ◆ Halten Sie die Antworten des Kunden schriftlich fest
- ◆ Alternativ: senden Sie den Kunden einen Fragebogen vorab



10

## Zeit ist kostbar!

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Welche Daten müssen wirklich am Telefon erfasst werden?</li> <li>◆ Wie viel Zeit muss ich für was einplanen?</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Namen,</li> <li>2. Telefonnummer,</li> <li>3. Tierdaten</li> <li>4. Wie lange geht das?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Notfall oder nicht?</li> </ul> </li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Zeitraster für definierte Untersuchungsgänge und Diagnostik erstellen</li> </ul> |
|--|---|



11

## Gute Formulierungen

### Enttäuschung beim Kunden abfangen:

- ◆ Kein Termin mehr da
- ◆ Arzt nicht verfügbar
- ◆ Labor noch nicht da
- ◆ Medikamente vergriffen

### Formulierungen:

- ◆ Ich kann Ihnen folgendes anbieten: Wartezeit, nächster verfügbarer Termin...
- ◆ Ich habe für Sie einen Termin bei Dr. XY um 5, der nächste freie Termin bei Dr. Y ist...
- ◆ Ich bitte um Nachsicht, dass...



12

## Der Text macht die Musik!

- ◆ Wir müssen Ihr Tier sehen!
- ◆ Ich bitte um Ihr Verständnis, dass wir ausschließlich in unserer Praxis beraten.
- ◆ Da darf ich Ihnen keine Auskunft geben.
- ◆ Wann darf ich Sie zurückrufen? Während der Sprechstunde sind unsere Ärzte 100% beim Kunden und telefonieren nicht.



13

## „Verbotene“ Begriffe

- ◆ Draufschauen, Anschauen
- ◆ Vorbeikommen
- ◆ Vorbeischauen
- ◆ Etwas Zeit mitbringen
- ◆ Einschieben
- ◆ Vernichtet Wert & Image



14

## Was noch cool wäre...

- ◆ Telefon weg von der Rezeption
- ◆ Ruhige Umgebung
- ◆ Headset
- ◆ Entlastung zu Spitzenzeiten
  - ◆ Stoßzeiten identifizieren
  - ◆ Mitarbeiter einsetzen



15

## Geld für Personal, Prämien, Geräte & Co

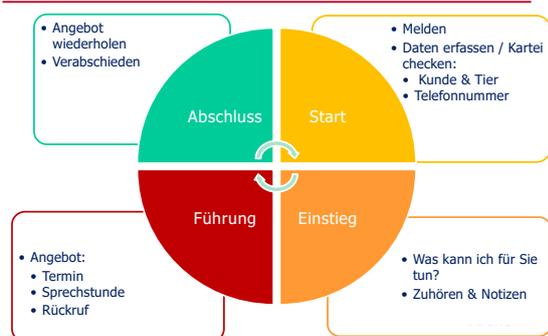
- ◆ Rechne ich pro Patient **5,00 €** zu wenig ab, bedeutet dies:
- ◆ Bei 20 Patienten/Tag: 100,00 €
- ◆ Bei 5 Tagen/Woche: 500,00 €
- ◆ Im Monat (21 Tage): 2100,00 €
- ◆ Im Jahr: 25200,00 €

**Fehlender Umsatz: 25 200,00 €**



16

## Zusammenfassung



17

## Kundenkommunikation Teil II

Tipps & Tricks für den Praxisalltag



18

## Kundenbindung – 3 wichtige Fakten

- ◆ Kundenbindung ist abhängig von der **Anzahl der Kontakte**
- ◆ **Preissensitivität** ist abhängig von der Qualität der Kundenbindung
- ◆ **Umsatz** ist abhängig von der Intensität der Kundenbindung

• Zahlreiche Studien belegen die Zusammenhänge, z.B. Prof. A. Eggert, Universität Paderborn



19

## Kundenbindung & Kundenerwartung



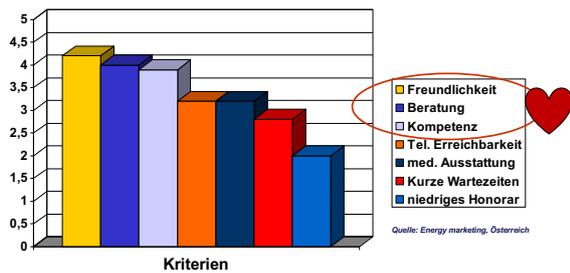
TO DO:

- ◆ Kunden mit guter Tiermedizin empathisch umsorgen
- ◆ für wichtige Themen begeistern
- ◆ für viel Kontakt sorgen



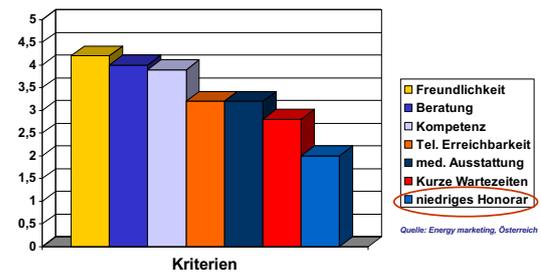
20

## Womit können wir Kunden begeistern?



21

## Zu teuer?



22

## Position, Richtung & Ziele

Damit wir unsere Kunden mit den richtigen Aktionen binden können, müssen wir wissen:

- ◆ Wie zufrieden sind Sie mit uns?
- ◆ Was muss getan werden dass sie zufrieden(er) sind?



23

## Der Net-Promoter Score

- ◆ Auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich): Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie uns an Freunde und Familie weiterempfehlen?



- ◆ Promoter (%) – Kritiker (%) = Net Promotor Score (NPS)
- ◆ Optimal: positive 2-stellige Werte



24

## Was müssen wir tun?

- ◆ „Was war der Hauptgrund, der zu Ihrer Bewertung geführt hat?“
  - ◆ Wertvolle Hinweise zur Serviceverbesserung
- ◆ Professionelle Anbieter, z.B.:
  - ◆ Surveymonkey
  - ◆ Netigate



25

## Ein paar Fakten zur Kommunikation\*

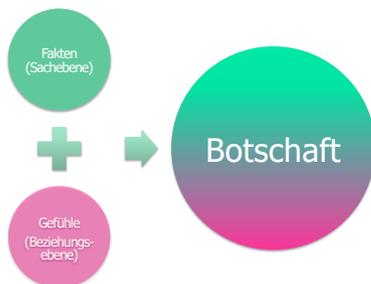
- ◆ In 300 Kleintierkonsultationen, haben TierärztInnen in nur 7% Empathie mit dem Kunden gezeigt.
- ◆ Im Durchschnitt unterbrechen TierärztInnen Ihre Kunden 15.3 Sekunden nachdem sie zu erzählen begonnen haben.
- ◆ TierärztInnen fragen pro Konsultation im Schnitt 13 geschlossene und 2 offene Fragen.
- ◆ 150 Sekunden = die durchschnittliche Zeitdauer, bei der ein Kunde spricht, wenn er nicht unterbrochen wird.

\*Quelle (demnächst) <https://vetfocus.royalcanin.com/de/> „Zeitschriften“ - Praxismanagement



26

## (Nur) sachlich gibt's nicht!



27

## Gute Kommunikation ist...

- ◆ Einfach
- ◆ Klar
- ◆ Offen
- ◆ Ehrlich



28

## Klarheit siegt!

- ◆ Etwas Zeit mitbringen
- ◆ Etwas Geduld mitbringen
- ◆ Es wäre schon gut, wenn Sie heute noch kommen würden
- ◆ Bitte rechnen Sie mit 20-30 Minuten Wartezeit
- ◆ Bitte kommen Sie heute noch zur Untersuchung



29

## Klarheit siegt!

### Kunde ist unklar

- ◆ So viel Medikamente!
- ◆ So lange dauert die OP?
- ◆ Das möchte Fluffy nicht...

### Wir müssen klären

- ◆ Was geht Ihnen im Kopf herum?
- ◆ Was meinen Sie genau mit ...?
- ◆ Was hat er dagegen?



30

## VOR der Konsultation

- ◆ Dreh- und Angelpunkt: die gepflegte Kundenkartei
  - ◆ Behandlungen, Käufe, Notizen zur Kommunikation (inkl. Telefon)
- ◆ Vor jedem Kundenkontakt:
  - ◆ Letzte 3-4 Kontakte & Infos checken und sich updaten
- ◆ TÄ und TFA / TPA als vernetztes Team: Infoweitergabe mit PC!

DSGVO beachten, Nutzung persönlicher Daten absegnen lassen!



31

## Beziehung gut, alles gut

- ◆ „Beziehungs-Bonbons“ verteilen:
  - ◆ Fluffy glänzt aber schön!
  - ◆ Mopsi ist ja viel schlanker geworden!
  - ◆ Was eine schöne Handtasche / Schuhe / Kleid...Auto
  - ◆ Guten Start in die Woche!
  - ◆ Schönes Wochenende!
- ◆ Das macht 65,30 BITTE



32



33

## Kunde pampig? Kreativ kontern!

- ◆ Sie haben vergessen, mich anzurufen!
- ◆ Oh, da bin ich überrascht. Das ist so gar nicht meine Art! Wann ist das denn passiert?
- ◆ Ich habe gelesen, dass BARF das beste für mein Lucky ist. Das haben SIE mir gar nicht gesagt!
- ◆ Oh, das ist ja interessant. Wo haben Sie das gelesen?



34

## Kreativ Fragen & Verblüffen!

- ◆ Geht das auf Rechnung?
  - ◆ Was spricht gegen Barzahlung bei Abholung?
- ◆ Kastration...ich weiß nicht....
  - ◆ Was spricht gegen die OP?
- ◆ Kreativ mit Fragen arbeiten!
  - ◆ Was spricht gegen...?
  - ◆ Was spricht für...



35

## Kennen Sie das? Und geht das besser?

- ◆ Die Ohren haben wir schnell mitgemacht
- ◆ Die Analbeutel gehen aufs Haus
- ◆ Heute haben Sie als Stammkunde Leistung im Wert von XX€ kostenfrei als Service erhalten
- ◆ Der Zahnstein sollte evtl. mal entfernt werden, nächstes Jahr oder so
- ◆ Wir empfehlen Ihnen, diesen Zahnstein so schnell wie möglich entfernen zu lassen



36

## Der Ängstliche

- ◆ Merkmal: Anspannung / weite Augen / viele Fragen
- ◆ Do: Verständnis zeigen!
  - ◆ Ich kann verstehen, dass Sie sich Gedanken machen!
  - ◆ Welche Informationen brauchen Sie noch?
  - ◆ Wie kann ich Sie unterstützen?
- ◆ Do not: Ängste herunterspielen:
  - ◆ Ist ja nur ein Routineeingriff, machen wir jeden Tag!
- ◆ Entlarven: Was spricht aus Ihrer Sicht gegen die OP?

37

## Der Zweifler

- ◆ Merkmal: verschlossene Haltung / viele Fragen / mehrere Termine
- ◆ Do: Verständnis zeigen!
  - ◆ Welche Informationen brauchen Sie noch?
- ◆ Do not: überreden / Druck ausüben
  - ◆ Sie werden sehen, das ist die richtige Entscheidung
  - ◆ Das müssen wir bald machen, sonst....
- ◆ Entlarven: Was spricht aus Ihrer Sicht gegen die OP?



38

## Die „Wand“

- ◆ Merkmal: Alles 3x erklärt und der Kunde kapiert es nicht?
- ◆ Zurück zu Start & Repeat
- ◆ Welche Informationen benötigen Sie noch?
- ◆ Schriftliche Unterstützung
- ◆ Augen zu und durch....



39

## Der Sparer (Erpresser)

- ◆ Merkmal: Das ist teuer! Woanders ist das aber billiger!
- ◆ DO: Verständnis zeigen:
  - ◆ Ich kann verstehen, dass das für Sie viel Geld ist
  - ◆ Leistung, Nutzen und Preis darstellen
- ◆ DO NOT: So billig machen wie woanders
  - ◆ Rechtfertigen mit GOT: Ich muss das nehmen
- ◆ Entlarven: Was genau empfinden Sie als zu teuer?

Vetkomi

40

<http://vetfocus.royalcanin.com>



41

## Kontakt

- ◆ Antje Blättner
- ◆ a.blaettner@vetkom.de



42