

Das Dentallabor und seine Kunden, Teil 2

# Eine ganz besondere Beziehung

**Im Bereich der intensiven Kundenbeziehung besteht ein riesiges, meist ungenutztes Potential. Doch wie vertiefen wir unsere Kundenbeziehungen? Wie können wir diese sehr sichere und verlässliche Quelle zukünftiger Umsatzerlöse auf Dauer erhalten? Thilo Wolf gibt in einer Artikelreihe Tipps.**

**D**er Markt ist unerbittlich. Permanent stehen wir vor schier unlösbaren Aufgaben, die sich bei näherer Betrachtung nur als schwierig zu lösend herausstellen. Wir werden nur dann erfolgreich unser Unternehmen führen können, wenn wir es schaffen, unseren Kunden, den aus ihrer Sicht, höchsten Nutzen zu bieten und ihnen somit einen entscheidenden Vorteil gegenüber dem Wettbewerb zu bieten. Ein wichtiger Kundennutzen liegt im Angebot von absoluten Top-Leistungs-

„ Kundenzufriedenheit spielt die zentrale Rolle in unserem Marketing “

merkmalen. Hier ist mir der Spruch „weniger ist mehr“ sehr wichtig. Entwickeln Sie ein Konzept, womit Sie eine hohe Qualität im Grundleistungsangebot mit einem günstigen und fairen Preis verbinden können. Wenn sich ein Kunde unbedingt mit einem Produkt identifizieren will, wird er sich auf jeden Fall für seinen, ihm sehr wichtigen Nutzen entscheiden. Diese Entscheidung wird definitiv nicht auf Grund irgendwelcher Preise fallen. Der Kunde entscheidet aus dem Bauch heraus. Er sieht in erster Linie den großen Vorteil, den der Erwerb dieser Sache für ihn selbst beinhaltet.

Seien Sie deshalb immer auf der Suche nach Alleinstellungsmerkmalen, um sich deutlich von den Mitbewerbern abzuheben. Die Merkmale müssen zielgruppenorientiert und wirtschaftlich sein. Darüber hinaus muss dieses Produkt von Ihnen in einer dominierenden Art und

Weise vorgestellt werden. Dieses Konzept muss von Ihnen explizit ausgearbeitet und dargestellt werden.

Wenn sich potentielle Kunden für unsere Produkte und Dienstleistungen entschieden haben, sind sie dann zwangsläufig auch damit zufrieden? Ja, wenn der Wertgewinn nach dem Kauf identisch mit der Werterwartung vor dem Kauf ist.

Durch die Kundenzufriedenheit wird uns angezeigt, wie es um die Qualität unserer Kundenbindungsmaßnahmen und des Qualitätsmanagements steht. Sie spielt damit die zentrale Rolle in unserer Marketingtheorie und Marketingpraxis. Doch reicht uns im heutigen Wettbewerb die Zufriedenheit unserer Kunden? Ich sage NEIN! Die Steigerung heißt Begeisterung. Wenn Sie es schaffen, über die Kundenzufriedenheit eine Kundenbindung zu erreichen und Sie eine intensive Kundenpflege betreiben, werden Sie loyale Kunden bekommen. Die Loyalität der Kunden zu stimulieren wird nicht durch deren Zufriedenheit erreicht, sondern nur durch deren Begeisterung. Werte wie Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Demut sind von enormer Wichtigkeit. Seminare und Workshops sind hilfreiche Ideengeber.

Die Tür zum Erfolg geht immer nach außen auf. Wir erreichen Erfolg auch nicht schneller, wenn wir diese Tür eintreten oder sie mit dem Kopf voran versuchen zu durchstoßen. Öffnen wir sie lieber, treten einen Schritt zurück und begeben uns dann in unseren Erfolgsraum. Erlaubnis zum Beispiel, ist ein Schlüssel, um so einen Erfolgsraum zu öffnen. Hier ein kleines Beispiel, das Sie alle kennen: Wir unterhalten uns prächtig, sind uns sympathisch, lachen und haben Spaß. Irgendwann sagt einer: „Darf ich Sie mal was Persönliches fragen?“ Fast alle von uns antworten bei der Vorgeschichte dieses Gespräches mit einem eindeutigen „Ja“, wenn es nicht zu persönlich ist! Jetzt formulieren wir unsere sehr persönliche Frage so, dass es nett rüber kommt und schon haben wir tolle, intime, vielleicht

auch heikle Details von unserem Gesprächspartner erhalten. Das Grundprinzip hinter dieser Methode ist denkbar einfach. Wir holen uns die Erlaubnis ein, etwas tun zu dürfen, was ohne Erlaubnis garantiert zu keinem oder zu einem unerwünschten Ergebnis geführt hätte.

Wenn wir von unseren potentiellen Kunden ermächtigt werden, sie zu informieren, warum sollten sie dann bei Interesse nicht bei uns „kaufen“? Dies gilt natürlich auch für unsere Bestandskunden. Wenn darüber hinaus noch die vorhin schon angesprochene Begeisterung dazu kommt, werden wir empfohlen, was Marketing zum Nulltarif gleich kommt. Ein Ziel, für das es sich lohnt, diese Vorgehensweisen näher kennen zu lernen und im eigenen Unternehmen erfolgreich anzuwenden.

„ Seien Sie immer auf der Suche nach Alleinstellungsmerkmalen “

Permanente Weiterbildung bildet die Grundlage, um sich immer am Markt zu behaupten. Nutzen Sie diese Chance und vertiefen Sie ihre Kundenbeziehungen. Ich wünsche Ihnen tolle Pläne zu Ihren Visionen und die passende Strategie dazu. Bewegen Sie sich, wachsen Sie und Ihnen gehört die Zukunft. Doch den ersten Schritt dahin müssen Sie immer selbst tun!

### Autor

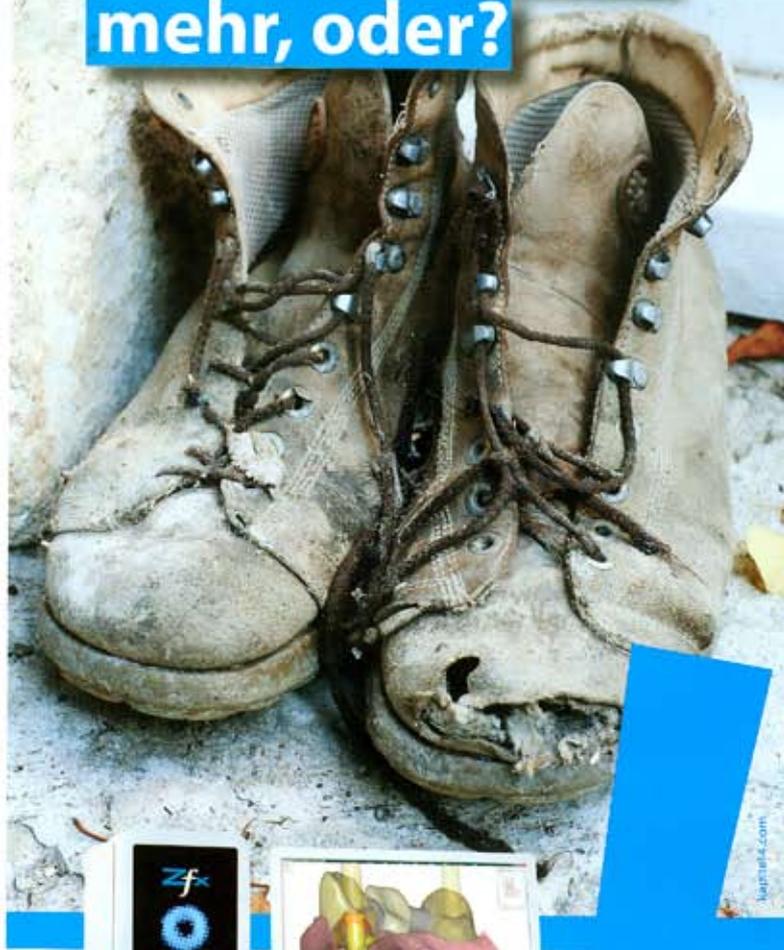
Thilo Wolf ist seit 1994 selbstständig. Der Zahntechnikermeister und Betriebswirt hat sich als Managementberater und Motivationscoach auf Handwerksunternehmen und deren Außendarstellung spezialisiert.



### Kontakt:

VPS – Die Beratung  
Untere Kirchgasse 2  
55585 Oberhausen an der Nahe  
Telefon (0 67 55) 9 60 14  
E-Mail vps-thilo-wolf@t-online.de  
Internet www.vps-dieberatung.de

## Die tragen Sie ja auch nicht mehr, oder?



Konstruieren Sie individuelle, verschraubbare Implantatbrücken!

**Es ist Zeit, Ihr Dentallabor zu entstauben! Mit einem Zfx Scanner- & Softwarepaket erweitern Sie Ihr Arbeitsfeld und behalten die Wertschöpfung im eigenen Labor!**

Zfx bietet Ihnen ein perfekt aufeinander abgestimmtes Paket aus High-End 3D-Scanner und leistungsfähiger CAD-Software – zu einem sensationellen Preis! Das für alle gängigen Materialien und Indikationen offene System, ist wahlweise in BASIC oder ADVANCED Ausführung erhältlich. Entstauben Sie Ihren Arbeitsalltag und verabschieden Sie sich von Methoden von gestern! Lassen Sie sich von Zfx überzeugen. Wir beraten Sie gerne persönlich: T +49 (0) 82 54 4319 998  
[www.zfx-dental.com](http://www.zfx-dental.com)

Vertriebspartner:

