

# Wie sage ich es meinem Arzt?

## Akquisition bei Ärzten: So wird's gemacht

Gesundheitsprofi 5/2004

von Axel Ehrhardt

"Ich bin Orthopädietechniker und kein Klinkenputzer!", "Ich weiß nicht, was ich da konkret bei meinem ersten Besuch sagen soll!", "Ich habe echte Berührungängste vor dem Weißkittel!", "Und wenn mir der Arzt eine Frage stellt, die ich nicht beantworten kann ..?" Dies sind OTöne und Alltagsdiskussionen in deutschen Sanitätshäusern, wenn es darum geht, Marketing bei Ärzten zu betreiben.

Der Außendienst des Sanitätshauses ist eine Art "Transmissionsriemen" zwischen Arzt und dem Unternehmen. Er präsentiert und repräsentiert das Sanitätshaus mit seinem kompletten Leistungsportfolio, spricht u. a. mit dem Arzt über neue Konzepte, Hilfsmittel, realisiert Kooperationsmöglichkeiten, begleitet oder setzt diese in die Tat um. Eine komplexe und daher nicht einfache Aufgabe.

Unternehmensberater Axel Ehrhardt möchte mit diesem Artikel „Neueinsteigern“ im Bereich Arztakquisition praktische Tipps zur Umsetzung geben und aufzeigen, welche Gesprächsmöglichkeiten sich für ein Arztgespräch anbieten können.

### 1. Besuchsvorbereitung

Eine effektive Organisation im Vorfeld des Arztbesuches ist die "halbe Miete". Dazu gehört

- die Vorbereitung einer Besprechungsmappe (Inhalte: Imagebroschüre des Sanitätshauses, Visitenkarten, Hilfsmittelkatalog, Produktprospekte, Literatur, Kassenverträge, Fortbildungskalender, Muster, Schreibblock, Karteikarte, Taschenrechner, Kugelschreiber, etc.) .

Durch diese Besprechungsmappe wird eine gewisse Professionalität des Sanitätshauses zum Ausdruck gebracht bzw. dem Gesprächspartner aufgezeigt, dass man sich um ihn bereits schon entsprechende Gedanken gemacht hat. So signalisiert man dem Arzt seine Wertigkeit, die man ihm entgegenbringen möchte. Nicht vergessen werden sollten kleine Werbegeschenke, die den Aufmerksamkeitsgrad bzw. den Wiedererkennungseffekt steigern.

- **Kalt oder Warmakquisition?** Dies ist u. a. situativ abhängig von der verkehrsgeographischen Regionalität, der allgemeinen Praxisorganisation (z. B. Terminpraxis Ja/ Nein, Facharztpraxis mit hohem diagnostischen Aufwand) oder sonstiger Umstände (z. B. Urlaubssituation). Ein Fixtermin gibt die Sicherheit, empfangen zu werden, ein Kalttermin kann ökonomisch sich nicht rechnen, gerade dann, wenn Zeitaufwand und Fahrstrecke nicht in Relation zu einem wirtschaftlichen Ergebnis stehen, allerdings hat man sich dann schon einmal "in die Augen geschaut".

## 2. Besprechungsvorbereitung

Nichts wirkt negativer als ein unvorbereitetes Gespräch. Insofern heißt es, sich folgendes zu überlegen:

- **Einzelhausmanagement/Arztpraxis:** Was weiß ich grundsätzlich über die allgemeine Struktur der Arztpraxis bzw. deren Umfeld? (Dokumentation über die Karteikarte).
- **Besprechungsziele:**

Was ist mein grundsätzliches Gesprächsziel bei meinem Arzt?

Welche(n) Produkte/Netzwerke/Service will ich kommunizieren?

Warum sollte der Arzt eigentlich mit mir zusammenarbeiten?

Welche persönlichen Motive könnten den Arzt dazu veranlassen, zu verordnen?

In welchen Bereichen habe ich meine persönlichen bzw. fachlichen Stärken, die ich einbringen kann?

Mit welchen Einwänden/Widerständen muss ich rechnen?

Wie gehe ich damit um?

Wie reagiere ich mit den grundsätzlichen "Neins" im Gespräch?

Was mache ich bei einer fachlichen Frage, die ich eventuell nicht beantworten kann?

### 3. Arzthelferinnen

Arzthelferinnen sind die wichtigsten Personen in einer Arztpraxis, manchmal sogar noch wichtiger als der Arzt selbst, denn sie entscheiden, wer vorgelassen wird und wer nicht. Schon mancher ist z. B. im EKG-Zimmer "versauert" oder hat die "rote Karte" bekommen, weil er es sich mit den Damen verscherzt hat.

Deshalb gelten beim Erstkontakt bestimmte Verhaltensregeln:

- Sprechen Sie die Arzthelferin mit Namen an.
- Begrüßen und verabschieden Sie sich mit Handschlag.
- Schaffen Sie eine positive Atmosphäre durch smalltalk.
- Selektieren Sie die „informelle Führerin“.
- Kommunizieren Sie Ihre Zielsetzung.
- Informieren Sie sie über das Sanitätshaus, die Produkte, die Serviceleistungen.
- Zeigen Sie immer Verständnis für die momentane Praxissituation.
- Überreichen Sie Abgabeartikel/ Geschenke mit einer persönlichen Note (z. B. eine "Runde Eis" im Sommer).
- Geben Sie zwei Visitenkarten ab.
- Klären Sie die Arzthelferin darüber auf, warum das Gespräch beim Arzt eventuell länger gedauert hat als geplant.

Wer diese Punkte berücksichtigt, wird ein positives Bild hinterlassen, ein entsprechendes Vertrauensverhältnis im Sinne einer winwin-Situation wird sich aufbauen. So kann man dann leichter z. B. Informationen und Meinungen einholen z. B. über Kompressionstrumpfpatienten, Venenmessung Aktionen, Therapieschwerpunkte des Arztes, Belegarztsituation in Altenheimen, Praxisgründung, Fortbildung, persönliche Umfeldsituation etc., die dem Außendienstler die weitere strategische bzw. operationale Vorgehensweise erleichtern.

### 4. Arztgespräch

Zum Arztgespräch gehört die persönliche Vorstellung: Vor und Zuname, Name des Sanitätshauses, die Funktion im Unternehmen und die Zielsetzung des Besuches. Der Außendienstler sollte nicht "gleich mit der Tür ins Haus fallen" und z. B. mit dem "Verkauf des Leistungsspektrums seines Sanitätshauses beginnen, sondern in dieser Phase geht es primär darum, dass er sich erst einmal "selbst verkauft". Zu Beginn stehen smalltalk Situationen, plaudert der Akquisiteur mit seinem Gesprächspartner über fachunspezifische Dinge. Erst danach erfolgt die Bedarfsanalyse:

- **Einsatz von Fragetechniken (Offene Fragen: Was wissen Sie bereits über das Sanitätshaus XY" oder "Was ist für Sie wichtig, wenn Sie mit einem Sanitätshaus zusammen arbeiten?")**

Wenn der Arzt am Anfang signalisiert, dass er bereits mit einem anderen Sanitätshaus zusammenarbeitet, darf sich der Außendienstler dadurch nicht entmutigen lassen. Er sollte die Offenheit des Arztes nutzen und die Gründe dafür hinterfragen, um für sich dann eine andere Vorgehensweise zu entwickeln. Erst danach sollte die Argumentation erfolgen, gezielt auf die Aussagen ihres Gesprächspartners gerichtet. Dabei ist es wichtig, nicht nur Eigenschaften eines Produktes oder einer Dienstleistung, sondern den Nutzen zu kommunizieren, denn nur wenn der Nutzen erkennbar wird ' besteht die Chance, mit dem Arzt zusammen zu arbeiten. Zwischendurch sollte man sich ein feedback holen, z. B. über Kontrollfragen als geschlossene Frageform (z. B. : "Habe ich Sie jetzt bereits schon von dem Leistungsprofil überzeugt?"). Wer dazu beispielsweise ein klares Ja" erhält, ist bereits in der Abschlussphase und könnte weitere offene Frage stellen (z. B.: "Wie wollen wir dann verbleiben?", "Werden sie das Produkt verordnen?). Bei einem "Nein" sollte diese Antwort hinterfragt werden.

Eine fachliche Frage, die man nicht beantworten kann, darf einen nicht verunsichern. Ehrlichkeit in Mut zur Lücke! "Nehmen Sie solche Fragen auf und signalisieren Sie Bereitschaft, sich den offenen Themen anzunehmen und dies intern im Hause abzuklären bzw. bieten Sie Hilfe durch einen kompetenten Kollegen dazu an." **GP**