

Sinnvolles verkaufen

PHYSIOTHERAPIE SERIÖS ANBIETEN Der zunehmende Wettbewerb und die steigende Nachfrage nach Gesundheitsleistungen sind Gründe, sich nicht mehr nur auf Verordnungen zu verlassen. Therapeuten haben seriöse Leistungen zu bieten, die sie ohne Scheu verkaufen können. Die Erfahrung zeigt, dass Patienten für Ratschläge und Zusatzangebote offen sind.

Josef Kringel hat die letzte Behandlungseinheit seiner KG-Verordnung wegen Rückenbeschwerden absolviert. Sein Arzt hatte ihm beim letzten Termin gesagt, dass er keine weitere Verordnung mehr aufschreiben könne. Das Problem ist: Herrn Kringels Beschwerden im LWS-Bereich haben sich durch die Behandlung zwar deutlich verbessert, sind aber noch nicht ganz verschwunden. Er fragt seine Physiotherapeutin Petra Hilfreich, was er noch zusätzlich tun könne. Diese erklärt ihm, dass die Praxis ab dem nächsten Donnerstag einen Wirbelsäulengymnastik-Kurs anbietet. Als Herr Kringel sie fragt, was der Kurs denn koste, nennt sie zögerlich den Preis von 120 Euro. Josef Kringel meint, das wäre aber sehr teuer und er werde sich wieder melden. Beim nächsten Wirbelsäulenkurs ist er nicht dabei. Hier ist Verkauf schiefe gegangen.

Eine andere Situation. Wolfgang Reiser kommt wegen eines Schulterproblems in die Praxis Aktiv. Er erzählt seiner Therapeutin Tine Kümmer, dass er beruflich und privat viel Stress habe und nicht zur Ruhe komme. Kümmer antwortet, dass die Praxis unter anderem Entspannungskurse anbiete. Sie beschreibt ihm die eingesetzte Methode der Progressiven Muskelrelaxation und macht ihm den Vorschlag, am nächsten Kurs teilzunehmen. Er ist interessiert und fragt nach dem Preis. Selbstbewusst nennt Tine Kümmer ihm die Teilnahmegebühr von 220 Euro und betont den Vorteil, dass die Kurse in kleinen Gruppen von maximal fünf Teilnehmern stattfinden. Herr Reiser ist froh, dass er dort individuell betreut

werden wird. Direkt nach der Behandlung meldet er sich an. Auch dies ist eine Verkaufssituation. Allerdings hat die Therapeutin hier den Bedarf des Patienten erkannt und ihm aktiv eine Dienstleistung angeboten, die dem Patienten nach seiner Überzeugung weiterhelfen wird.

Physiotherapeuten müssen verkaufen lernen > Aufgrund des stärker werdenden Wettbewerbs und der Zurückhaltung der Ärzte sinken die Verordnungszahlen pro Praxis in vielen Gebieten. Dies bedeutet Umsatzrückgänge und damit drohende Entlassungen von Mitarbeitern. Vielen Praxen ist es kaum noch möglich, allein auf der Basis von Verordnungen im Rahmen der gesetzlichen Krankenversicherungen nachhaltig wirtschaftlich zu arbeiten. Gleichzeitig steigt die Zahl der Menschen, die seriöse Gesundheitsdienstleistungen aus eigener Tasche bezahlen. Die beschleunigte Alterung der Gesellschaft aufgrund des demografischen Wandels und die ansteigenden Leistungsanforderungen im Arbeitsalltag sind dafür zwei Hauptgründe. Physiotherapeuten können in diesem Bereich aufgrund ihrer meist hervorragenden Aus- und Weiterbildungen interessante Angebote machen.

Der steigenden Nachfrage steht also ein entsprechendes Angebotspotenzial in der Physiotherapie gegenüber. Der Prozess, bei dem Angebot und Nachfrage zusammenkommen und ein Preis verhandelt wird, heißt „Verkaufen“. Die Fähigkeit der Physiotherapeuten, den Prozess des Verkaufens erfolgreich und selbstbewusst zu gestalten,

wird in Zukunft an Wichtigkeit gewinnen. Von ihr hängt nämlich ein großer Teil des wirtschaftlichen Erfolges einer Praxis ab.

Verkaufen heißt, entscheiden helfen >

Im Verkaufsprozess wird der Patient zum Kunden. Physiotherapeuten müssen den individuellen Bedarf eines jeden Kunden analysieren. Im Mittelpunkt der Therapieplanung sollte zuerst immer die optimale Therapie für den Patienten stehen. Primär sollte der Therapeut im Verkaufsprozess eine beratende Funktion haben und das anbieten, was er für den Kunden als therapeutisch sinnvoll erachtet. So kann er den Preis der Dienstleistung selbstbewusst erklären und mit Einwänden wie „Das ist mir zu teuer“ richtig umgehen. Letztlich geht es darum, auf seriöse Weise dem Kunden dabei zu helfen, sich zu entscheiden.

Ohne Verkaufsgespräche kein Verkauf >

Die wichtigste Grundlage, damit die Verkaufszahlen in einer Physiotherapiepraxis steigen, ist, dass Verkaufsgespräche überhaupt stattfinden. Oftmals muss ein Patient, wie im anfänglichen Beispiel dargestellt, selbst aktiv nachfragen, ob und auf welche Weise ihm die Praxis über das Verordnungsmaß hinaus weiterhelfen kann. Wenn man den Verkauf in seiner Praxis steigern möchte, ist es nötig, sich von der reinen Verordnungsorientierung zu lösen. Mit einem durch sinnvolle Selbstzahlerleistungen optimierten Therapieplan kann man aktiv in ein Verkaufsgespräch mit dem Patienten einsteigen. Aber das fällt vielen Therapeuten schwer. Wieso ist das so?



Grafik: T. Koch

Vorurteile und Ängste blockieren > Es bestehen viele Vorurteile gegenüber dem Verkaufen. Fragt man Physiotherapeuten, was sie mit dem Thema Verkaufen assoziieren, hört man oft Begriffe wie: „abzocken“, „was andrehen“, „armen Leuten Geld aus der Tasche ziehen“. Diese Meinung ist durch eine einseitig negative Darstellung in den Medien geprägt. Mit Sicherheit gibt es Verkäufer, die dem Kunden alles andrehen, egal, ob er es braucht oder nicht. Kein Wunder, dass sich gerade Physiotherapeuten mit einer solchen Art von Verkaufen nicht identifizieren können. Schließlich haben sie einen helfenden Beruf ergriffen. Aber Verkaufen bedeutet auch, dem Patienten Hilfestellung anzubieten. Es geht nicht darum, alle Kunden vom Angebot zu überzeugen. Es reicht vollkommen, wenn zwei oder drei von zehn Patienten die angebotenen Leistungen kaufen und davon profitieren.

aktives Verkaufen vorlebt, ist die Aufforderung an die Mitarbeiter, sich zu beteiligen, überzeugend und glaubwürdig.

Darüber hinaus ist es wichtig, dass den Mitarbeitern die wirtschaftlichen Zusammenhänge der Praxis bewusst sind und dass sie wissen, wie sich ihr Gehalt errechnet. Im Bezahlungssystem der gesetzlichen Krankenversicherungen bleibt pro gearbeiteter Minute bei einem ordentlichen Therapeutenlohn nur ein kleiner Gewinn für den Praxisinhaber übrig. Vom Umsatz muss er dann noch Fixkostenumlagen und variable Kosten des Unternehmens abziehen. Jeder Mitarbeiter sollte sich klar machen, dass in Zukunft bei steigenden Kosten und sinkenden Einnahmen die Existenz der Praxis und damit der eigene Arbeitsplatz nicht zuletzt von Selbstzahlerleistungen abhängen.

Angebote gezielt entwickeln > Der aktive Verkauf von wertvollen Selbstzahlerleistungen wird in Zukunft eine immer bedeutendere Rolle für die wirtschaftliche Überlebensfähigkeit einer Praxis spielen. Therapeuten können ihre Leistungen seriös und mit entsprechendem Verantwortungsgefühl anbieten. Dann denken auch die Patienten ernsthaft über das Angebot nach. Jeder Inhaber einer Physiotherapiepraxis sollte mit allen Mitarbeitern eine eigene Angebotspalette an Selbstzahlerleistungen entwickeln (☞ Kasten „Praxistipp“). Das erfordert gute Kommunikation und Überzeugungsarbeit untereinander. Sich die Zeit dafür zu nehmen, lohnt sich. *Ralf Jentzen*

☞ Unter www.thieme.de/physioonline > „physiopraxis“ > „Zusatzinfos“ können Sie sich eine **Checkliste zur Überprüfung des aktiven Verkaufs in Physiotherapiepraxen** herunterladen.



Ralf Jentzen ist Sportwissenschaftler und Inhaber der auf Physiotherapiepraxen spezialisierten Unternehmensberatung Coactiv Consulting in Baesweiler.

PRAXISTIPP

Therapieangebot optimieren

Nehmen Sie eine Patientenkartei zur Hand und notieren Sie, was derzeit mit dem Patienten gemacht wird. Schreiben Sie danach alles auf, was aus Ihrer therapeutischen Sicht zu einer optimalen Behandlung für den Patienten gehören müsste. Denken Sie erst einmal nicht darüber nach, wer das bezahlt oder ob der Patient es machen würde. Vergleichen Sie nun das, was der Patient derzeit erhält, mit dem, was eigentlich sinnvoll wäre. Die Differenz ist das Umsatzpotenzial, das durch aktiven Verkauf erschlossen werden könnte.

PHYSIOBONUS

Verkaufstraining

Wer seine Verkaufsfähigkeiten schulen möchte, sollte beim Gewinnspiel unter www.thieme.de/physioonline > „physioexklusiv“ mitmachen. Klicken Sie bis zum 12.3.2009 auf das Stichwort „Verkaufen“ und gewinnen Sie einen von drei Kursplätzen „Beratung und Verkauf in der Physiotherapie“ bei Ralf Jentzen (www.coactiv.de).



Der gefährliche Blick ins Portemonnaie > Physiotherapeuten sind es gewohnt, im Therapieprozess Verantwortung für ihre Patienten zu übernehmen. Sie dürfen dieses Verantwortungsdenken allerdings nicht auf deren Portemonnaie übertragen. Genau das machen sie aber, wenn sie vermuten, viele ihrer Patienten könnten sich eine Zusatzleistung nicht erlauben. Aber wofür Menschen Geld ausgeben, ist eine Frage ihrer eigenen Prioritätensetzung. Der Therapeut sollte nicht im Vorfeld für den Patienten entscheiden, indem er ihm eine aus seiner Sicht sinnvoll erscheinende Maßnahme vorenthält.

Die Aussage des Patienten „Das ist es mir nicht wert“ sollten Therapeuten nicht mit der Aussage „Das ist es nicht wert“ wechseln. Gesundheitsdienstleistungen, die dem Patienten dabei helfen, Schmerzen zu verringern, die Arbeitsfähigkeit wieder herzustellen, Invalidität zu vermeiden, Lebensqualität zu erhöhen und selbstständiges Leben zu ermöglichen, sind viel wert – auch in Euro!

Vorbild sein ist Chefsache > Eine der wichtigsten Faktoren, um den aktiven Verkauf in einer Physiotherapiepraxis in Gang zu setzen, ist die Vorbildfunktion des Praxisinhabers. Mitarbeiter orientieren sich am Verhalten des Chefs. Nur wenn er