



Die aktive Teilnahme aller war gefragt ...



... und auch das Zuhören und Mitschreiben lohnte sich.

„Erfolg durch Kommunikation“

„Zustand, Handeln und Ergebnis stehen in Wechselwirkung.“ Die rund 45 Zahnärzte und Zahntechniker, die in einem von Heimerle+Meule veranstalteten Kurs mehr über den „Erfolgsfaktor Kommunikation“ erfahren wollten, konnten sich gleich bei ihrer Ankunft im Dahlewitzer Hotel Berliner Ring mit diesem Kommunikationsleitsatz vertraut machen. Eine Begrüßung durch Iris Anders, Heimerle+Meule, und bei einem Glas Sekt im Ambiente des 4-Sterne-Hotels stimmten perfekt auf den Kurs ein, oder anders: wirkten sich positiv auf den Zustand der Kursteilnehmer aus, was wiederum beste Voraussetzungen für die Umsetzung der Kursinhalte in die Praxis bot.

▶ Redaktion

In humoristischer Weise und mit einer Fülle an Anekdoten aus seiner Tätigkeit als Unternehmensberater und Beobachter von Praxis- und Laborsituationen legte Kursreferent Marco Alexander Pfau den Teilnehmern die Zusammenhänge des Wechselspiels zwischen Zustand, Handeln und Ergebnis dar und zeigte anschließend konkrete Techniken auf, wie Zustände und damit das Handeln von Kunden und Mitarbeitern zu Gunsten der eigenen Praxis oder des eigenen Labors beeinflusst werden können.

„Menschen speichern Referenzen ab, greifen bei ihren Entscheidungen auf diese zurück und entwickeln daraus bestimmte Erwartungshaltungen, die Einfluss auf ihre Zustände haben“, so Pfau. Als Zahnarzt oder Laborleiter jammernd oder überheblich gegenüber Kunden und Mitarbeitern aufzutreten, werde sich auch negativ auf den Zustand und das Handeln ihres Gegenübers auswirken. Kommunikation jedoch, so Pfau weiter, kann hier gegensteuern. Und erfolgreich kommunizieren bedeutet, bestimmte Wörter zu vermeiden. Mit Zettel und Stift erarbeiteten die Teilnehmer mit dem Unternehmensleiter aus Koblenz eine Liste verbotener Wörter und passender Alternativwörter.

Weiter ging es mit der richtigen Tonlage, denn von dieser, erklärte Pfau, hänge die Glaubwürdigkeit der eigenen Aussagen ab. Im letzten Kursteil verriet Pfau den Teilnehmern, wie

sie die Wellenlänge ihrer Kunden erreichen könnten. Wichtig sei es deshalb, einmal herauszufinden, mit welchem Typ sie es zu tun haben, um daraus abzuleiten, „auf welchen Knopf sie drücken müssen“ – ob beim Geschäftsessen, während eines Kundengesprächs oder beim Umgang mit den Mitarbeitern. Dann schließlich war die aktive Mitarbeit des Publikums gefragt: Mögliche Situationen und Typkonstellationen unter Anleitung des Trainers wurden durchgespielt und das Publikum war begeistert.

Gewappnet mit den zahlreichen Tricks und Tipps rund um Kommunikation nutzten die Teilnehmer beim anschließenden Büfett die Gelegenheit, über den Kurs und die neuen Erkenntnisse zu plaudern. Von manch einem der Teilnehmer wurden gute Vorsätze geschmiedet. Wie z.B. auch Kathrin Schimmack, Zahnärztin aus Berlin: Sie werde versuchen, am Telefon auf Wortwahl und Tonlage zu achten. Und die Vorstellung der Typen sei eine gute Basis, „um andere besser zu verstehen“, so Schimmack weiter. ZTM Rolf Ifftner aus Berlin fühlt sich durch den Kurs in seiner bisherigen Kommunikation bestätigt. „Für mich ist es wichtig, genau zuzuhören, herauszufinden, was für ein Mensch ein Kunde ist, um dann auf ihn eingehen zu können.“ – „Und damit“, so der Laborleiter weiter, „habe ich Erfolg, denn mit den Kunden klappt es hervorragend.“ ◀

kontakt:

Heimerle + Meule GmbH

Dennigstraße 16, 75179 Pforzheim
Tel.: 0 72 31/9 40-21 40
Fax: 0 72 31/9 40-21 99
E-Mail: info@heimerle-meule.com.