THEMA: BERATEN UND MOTIVIEREN MIT PERSÖNLICHKEIT - VOM ZUFRIEDENEN PATIENTEN ZUM BEGEISTERTEN KUNDEN

Erläutert von: Burkhard M. Peters

UM WAS GEHT ES?

Das Berufsbild des Physiotherapeuten ist einem starken Wandel unterworfen. Neben der Fachkompetenz und dem emphatischen Umgang mit Menschen, ist zunehmend die Fähigkeit zum motivierenden Beraten und auch Verkaufen gefordert.

Ursächlich hierfür ist, dass viele Leistungen, die von Praxen angeboten werden, krankenkassenfremde Zusatzleistungen sind. Dieser sogenannte Selbstzahler- oder auch 2. Gesundheitsmarkt, ohne ärztliche Verordnung, wächst stetig. Eine Entwicklung, die sich angesichts der stetig steigenden Gesundheitskosten weiter fortschreiben wird.

WAS IST DIE FOLGE?

Physiotherapeuten müssen in Zukunft einen größeren Fokus als bisher auf den Verkauf von Zusatzleistungen legen. Denn Zusatzleistungen wie z. B. die praxiseigene Trainingstherapie oder spezielle Therapiekonzepte entwickeln sich mehr und mehr zu einer echten Umsatzgröße.

Es steht außer Zweifel, die Qualität der therapeutischen Arbeit beim Vertrauensgut „Gesundheit“ wird auch weiterhin durch nichts zu ersetzen sein. Doch hohe Qualität allein wird zukünftig nicht mehr ausreichen, um sich dauerhaft am Markt zu positionieren und sich vom Wettbewerber zu differenzieren.

WAS KANN ICH DARÜBER HINAUS TUN?

Viele Therapeuten haben mit dem Thema „Verkaufen“ große Berührungsängste. Sie sehen das Vertrauensverhältnis zum Patienten massiv gestört und den Behandlungserfolg möglicherweise gefährdet. Sie befürchten im Ernstfall sogar den Verlust von Patienten. Sorgen, die zum Glück gänzlich unberechtigt sind, wenn dem Verkauf eine persönliche und fachkundige Beratung vorausgeht.

Was viele Therapeuten verkennen: Die Chancen auf einen Beratungserfolg sind gerade in ihrem beruflichen Kontext sehr hoch!

Therapeuten haben gelernt, sich auf den einzulassen und ihm auf einer sehr persönlichen Ebene zu begegnen. Daher hat Patienten als Individuum der Therapeut auch eine sehr gute Möglichkeit, die Behandlungszeit gleichfalls als eine sehr individuelle Beratungszeit zu nutzen.

Hinzu kommt das angesprochene Therapeuten-Patienten-Verhältnis, das sich positiv auf den Beratungsverlauf auswirkt. Denn ohne Vertrauen kein Kauf. Das Therapeuten-Patienten-Verhältnis wird durch das Vorstellen von Zusatzleistungen übrigens in gar keiner Weise belastet, sofern es sich um Leistungen handelt, die dem Patienten einen nachweislichen Mehrwert bieten bzw. die verordnete Therapie unterstützen.

WELCHE ROLLE SPIELT DIE PERSÖNLICHKEIT?

Für Therapeuten stellt sich jetzt die Frage: „Wie kann ich meine Patienten bestmöglich motivieren und beraten?“

Einen Lösungsansatz bietet ein anerkanntes Persönlichkeits-Modell (persolog®), das in vielen Unternehmen und Dienstleistungseinrichtungen seit Jahren zum Einsatz kommt. Anhand einer Selbsteinschätzung erkennen Therapeuten, wie sie sich als „Berater“ verhalten und wie sie von ihren Patienten bzw. Kunden wahrgenommen werden. Diese Selbsterkenntnis der eigenen Persönlichkeit ist Basis für den individuellen Beratungserfolg. Denn nur derjenige, der sich selbst kennt, kann sein Verhalten bewusst beeinflussen.

WELCHE VERHALTENSWEISEN GIBT ES?

Es gibt im Persönlichkeits-Modell vier verschiedene Verhaltensstile. Jeder Mensch trägt alle vier Verhaltensdimensionen in sich, jedoch mit unterschiedlicher Gewichtung und Ausprägung.

DIE VIER VERHALTENSDIMENSIONEN:

- Menschen mit *dominantem* Verhaltensstil (D) sind motiviert, Probleme zu lösen und schnelle Ergebnisse zu erzielen.
- Menschen mit *initiativem* Verhaltensstil (I) sind motiviert, andere zu überzeugen und zu beeinflussen. Sie sind offen und drücken ihre Gedanken und Gefühle meist optimistisch aus.
- Menschen mit *stetigem* Verhaltensstil (S) sind motiviert, ein berechenbares Umfeld zu schaffen. Sie sind geduldig und gute Zuhörer.
- Menschen mit *gewissenhaftem* Verhaltensstil (G) sind motiviert, hohe Standards zu erreichen. Sie achten auf Präzision und Genauigkeit.

WAS BRINGT MIR DIESES WISSEN?

Das Wissen um die beschriebenen Verhaltensstile ist auch bei der Einschätzung des Gegenübers sehr hilfreich. Wer in der Lage ist, die Bedürfnisse des Anderen in Kommunikation und Verhalten zu erkennen, kann sich darauf einstellen und seine Fachkompetenz patientengerecht einbringen.

Diese teils natürliche, jedoch auch erlernbare Anpassungsfähigkeit ist in einer motivierenden Kommunikation äußerst wichtig. Wenn es gelingt, in einem Patientengespräch auf den Verhaltensstil und damit auf die Bedürfnisse des Anderen einzugehen, wird in der Regel auch eine angenehme Atmosphäre und eine hohe Patientenzufriedenheit erreicht.

WIE KANN ICH DAS MODELL IM PRAXISALLTAG EINSETZEN?

So wollen beispielsweise Patienten, mit einem hohen Anteil an Gewissenhaftigkeit in ihrer Persönlichkeit, vorzugsweise möglichst präzise über die Zusatzleistungen informiert werden. Das ist für Physiotherapeuten, die selbst sehr gewissenhaft sind, kein Problem. Für initiative und redselige Therapeuten (ich gehöre dazu) hingegen eine echte Herausforderung.

Ein weiteres Beispiel: Patienten mit einem hohen dominanten Anteil wollen in erster Linie wissen, was die Behandlung bringt und was sie kostet. Detailinformationen interessieren sie nicht vordergründig. Für dominante Physiotherapeuten kein Problem, da ihre Kommunikationsgewohnheit genau den Bedürfnissen ihres Gegenübers entspricht. Doch der harmoniebedürftige „Stetige“ muss sich stark zurücknehmen, um den „Dominanten“ auf seiner Wellenlänge zu erreichen.

Grundsätzlich gilt, jeder Mensch zeigt generelle Verhaltenstendenzen aus jedem der vier Dimensionen. Wir neigen jedoch dazu, je nach Situation oder Umfeld einen dieser Merkmale mit seinen individuellen Besonderheiten zu bevorzugen.

Sie möchten mehr über den beschriebenen Nutzen einer menschen- und erfolgsorientierten Beratung erfahren oder möchten weitere Einsatzgebiete des persolog® Modells kennenlernen? Kontaktieren Sie uns, gerne helfen wir Ihnen weiter.