NeumannZanetti & Partner
The Empowerment Company

Wie Sie Ihren Kontakt mit herausfordernden Patienten und Kunden positiv prägen

Schön, heute hier zu sein!

1

«Fröhlich schimmernd bin ich immer in Bewegung; lassen Sie sich von meinem Flügelschlag anstecken!»

Katrin Peter
katrin@nzp.ch

2

NeumannZanetti & Partner
The Empowerment Company

Kompetenzzentrum für Servicequalität, Führungskultur und die Entwicklung von Kundenbeziehungen

3

3 Ziele

1. **Sie verstehen den Mehrwert eines lösungsorientierten Umgangs mit Kunden**
2. **Sie lernen Gesprächsführungs-instrumente kennen und meistern Situation mit Kunden im Alltag souverän**
3. **Sie nehmen konkrete Ideen mit in den Alltag**

4

Gemeinsamkeiten

Suchen Sie in Ihrem Umkreis eine Person, die sie noch nicht (gut) kennen.

Sammeln Sie in den nächsten 180 Sekunden möglichst viele Gemeinsamkeiten, die Sie in Ihrem 2er Team finden (Hobbies, Familie, Ferien, Herkunft usw.).

5

Zum Start eine Frage:

«Wer sind Ihre Kunden?»

6

Und noch eine Frage:

«Welches sind Ihre wichtigsten Zutaten, damit die Kommunikation mit herausfordernden Patienten und Kunden wertschätzend und positiv gelingt?»

7

Ihre persönliche Do-How-Wolke

8

Weshalb wird Servicekultur immer wichtiger?

Besser informiert

Höhere Erwartungen

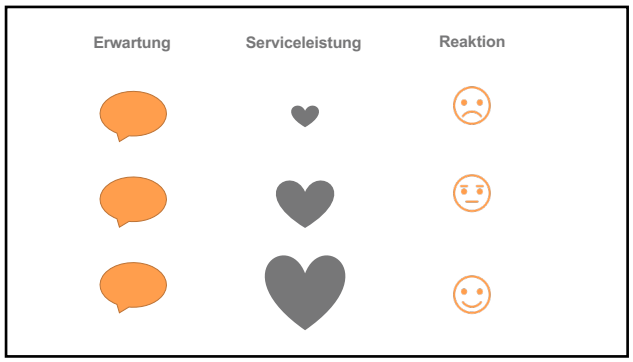
Social Media

Vergleichbare Produkte und Dienstleistungen

Kunde ist sensibilisiert auf das Thema

9

10



11

12

DO-HOW Tipp
Positive und lösungsorientierte Sprache

13

Ihre Vorteile der positiven Sprache

- Der kleine Unterschied
- Ein positives Gefühl (für alle Beteiligten)
- Es erleichtert den Alltag
- Vermeiden von Einwänden und Verhinderung einer Eskalation

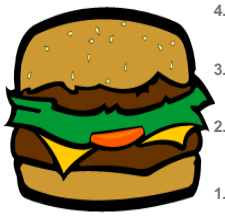
14

Einige Beispiele

Leider haben wir das Medikament nicht da. Ich muss es bestellen.	Das Medikament haben wir nicht lagernd. Ich bestelle es für Sie.
Kein Problem	Das machen wir so. In Ordnung. Gerne. Ich habe es so notiert.
Die Salbe ist ausverkauft und kommt erst Donnerstag wieder.	Ab Donnerstag haben wir die Salbe für Sie bereit.
Das muss ich abklären	Das kläre ich gerne für Sie ab.
Eigentlich ist das derselbe Wirkstoff.	Dieses Medikament enthält die selben Wirkstoffe und wirkt ebenso gut.

15

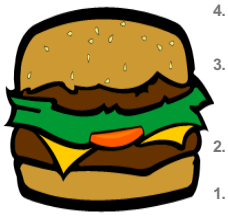
Sandwich-Technik für das lösungsorientierte NEIN



4. **Der Deckel: Entscheidungs- / Lenkungsfrage**
   Wem gebe ich Bescheid sobald ich mehr weiss?
3. **Aufbau: Lösung / Alternative / Empfehlung**
   Ich kläre eine mögliche Lieferung bis 14.00 Uhr ab
2. **Aufbau: Die negative Botschaft**
   Das Medikament ist nicht lagernd
1. **Basis: Positiver Einstieg (oder neutral)**
   Ich habe unseren Bestand kontrolliert

16

Sandwich-Technik für das lösungsorientierte NEIN



4. Der Deckel: Entscheidungs- / Lenkungsfrage
Welche Fragen kann ich Ihnen noch beantworten?

3. Aufbau: Lösung / Alternative / Empfehlung
Ich empfehle Ihnen direkt im Spital nachzufragen.
Ich erkläre Ihnen, worauf Ihre Mutter achten kann.
Das Merkblatt gebe ich Ihnen mit.

2. Aufbau: Die negative Botschaft
Wir haben zur Zeit keine Masken auf Lager

1. Basis: Positiver Einstieg (oder neutral)
Ich kann nachvollziehen, dass Sie sich Sorgen um Ihre Mutter machen

17

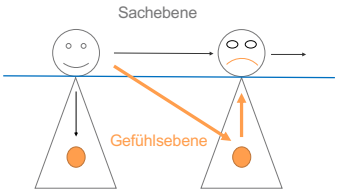
DO-HOW Tipp
3 Schritte für die Einwandbehandlung

18

Herr und Frau Schweizer unterwegs…

19

Das Eisberg-Modell



20

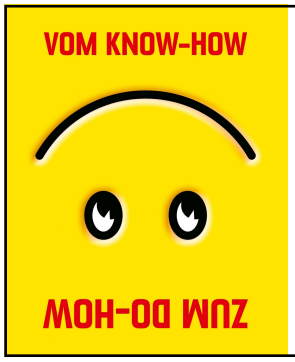
3 Schritte für die Einwandbehandlung

Abfedern
bedanken, bestätigen, Verständnis zeigen, entschuldigen

Eintauchen
Offene Fragen stellen, Interesse zeigen, Ball zurückspielen

Ins Schwarze treffen
Lösung, Alternativen, Argumentation
Information über die nächste Schritte

21



22

Jetzt sind Sie dran

- Welche Einwände hören Sie regelmässig?
- Wie könnten Sie diese Einwände abfedern und danach mit einer offenen Frage eintauchen?

→ Kurze Diskussion mit den Sitznachbarn
→ Ich bin gespannt auf Ihre Lösungsansätze in ca. 5 Minuten

23

NeumannZanetti & Partner
The Empowerment Company

Kernbotschaften

1. Mit einer positiven Servicekultur bauen Sie wertvolle Kundenbeziehungen auf
2. Sagen Sie positiv und lösungsorientiert NEIN um Klarheit zu schaffen und sich abzugrenzen
3. Nehmen Sie Einwände von Patienten oder Kunden ernst und tauchen Sie ein, um eine massgeschneiderte Lösung anzubieten

24

NeumannZanetti & Partner
The Empowerment Company

Welche Fragen sind jetzt noch offen?

Was setzen Sie um?

25

26

Wir freuen uns auf Ihren Besuch am Stand im Foyer.

Füllen Sie jetzt das Anmeldeformular aus, um Tipps per E-Mail zu erhalten. Werfen Sie das Formular in einen der gelben Briefkästen im Foyer.

27

28