

Wir sollten alle etwas mehr „Leroy“ sein



Wie oft stellt man sich die Frage, warum manche in einem Geschäftszweig erfolgreich sind und andere nicht. Vielfach wird dann angeführt, dass Standort, Sortiment, Preisgestaltung usw. dafür in der Hauptsache verantwortlich seien. Aber sind diese Punkte tatsächlich allein ausschlaggebend oder dienen uns diese Fakten nicht auch als Rechtfertigung vor uns selbst und anderen? Warum sind manche denn erfolgreich, obwohl sie tatsächlich keinen guten Standort haben, keine moderne Ausstattung und das Angebot sogar völlig identisch ist mit anderen, die nicht so gut ankommen?



Bildquelle: Jorm S/Shutterstock.com

Schubladen

Ganz oft packen wir Menschen beim Kennenlernen in Schubladen. Dies erleichtert uns grundsätzlich zunächst das Leben. Wenn wir alles und jedes permanent hinterfragen und beurteilen müssten, würden wir zu nichts anderem mehr kommen. Durch diese Einteilung in „Schubladen“ passieren uns natürlich auch Fehleinschätzungen.

Leroy

Gerne würde ich Ihnen einen lieben Freund von mir vorstellen. Nennen wir ihn „Leroy“. Er lebt seit vielen Jahren auf der Lieblingsinsel der Deutschen, Mallorca.

Leroy ist Afrikaner, dunkelhäutig, ca. 1,70 m groß und hat einen (verraten Sie mich nicht) leichten Bauchansatz. Seinen Lebensunterhalt verdient er als Toilettenmann und kümmert sich somit

um die Reinigung der Toiletten in einem stark frequentierten Lokal. Dass diese Arbeiten nun wirklich nicht in die Kategorie „Traumjob“ fallen, versteht sich von selbst.

Leroy lebt dabei ausschließlich von dem Geld, was die Gäste ihm als Trinkgeld geben. Er bekommt kein Gehalt und kauft alle benötigten Utensilien bis zum Toilettenpapier von seinem Geld.

Leroy spricht, obwohl deutlich über 90 % der dort verkehrenden Gäste aus Deutschland kommen, kaum ein Wort Deutsch. Neben seiner Muttersprache verständigt er sich seit vielen Jahren ausschließlich auf Englisch oder Spanisch.

Nun haben wir nach dieser Beschreibung alle ein Bild vor Augen und die entsprechende „Schublade“ schon gefunden. Haften geblieben sind die Fakten „Toilettenmann“, „dunkelhäutig“ und sicherlich auch „kein Deutsch“. Auch garantiert die Frage, was das denn bitte mit dem Thema, warum der eine erfolgreicher ist als der andere, zu tun hat.

Wenn man Leroy den ganzen Abend beobachtet, wird man mit großem Erstaunen feststellen, dass Leroy von vielen weiblichen Gästen, die die Toilette besuchen, umarmt und mit Küsschen links und rechts begrüßt wird. Die Männer klatschen ihn freundschaftlich ab oder umarmen ihn ebenfalls. Viele bleiben bei ihm eine Zeitlang stehen und unterhalten sich mit ihm. Nicht selten bestehen seine Trinkgelder, von denen er ausschließlich seinen Lebensunterhalt bestreitet, aus Geldscheinen.

Warum ist das so? Warum ist er bei seinem Tun erfolgreich und andere nicht?

Und wann hat Sie zuletzt ein Toilettenmann mit Namen begrüßt oder Sie haben ihn umarmt oder gar auf die Wange geküsst?

Die Begründung ist so simpel wie erfolgreich: Leroy gibt in seinem kleinen Bereich jedem Gast seit Jahren das Gefühl, dass dieser gerade der für ihn wichtigste Mensch auf der Welt ist. Er begrüßt jeden mit einem echten (!) Lächeln, weiß in der Regel auch noch nach 1 Jahr (!) den jeweiligen Namen und behandelt jeden mit sehr viel Herzlichkeit. Dabei ist er in sich ruhend und völlig authentisch in dem, wie und was er macht.

Dieses Positive, und ich kenne ihn seit sehr vielen Jahren, wird von vielen Gästen an ihn zurückgespiegelt. Letztendlich macht ihn das erfolgreich, beliebt und natürlich alles außer gewöhnlich.

Wie kann ich ein bisschen „Leroy“ in meine Praxis bringen?

Wenn man dies als Toilettenmann schafft, also in einem Bereich, den man nur kurz und notwendigerweise besucht, dann sollte uns dies in der Zahnarztpraxis ebenfalls gelingen. Auf welchem Weg kann man also Patienten das Gefühl geben, dass diese gerade für uns die wichtigsten Menschen sind?

Beispiel: Eine Patientin vereinbart nach einer Behandlung einen neuen Termin. Bei der Abstimmung des Datums mit der Mitarbeiterin an der Rezeption äußert die Patientin, dass sie an dem vorgeschlagenen Termin nicht könne, da sie mit ihrem Mann bald „Silberne Hochzeit“ feiere und sie deswegen genau dann

eine Kreuzfahrt planen würden. Diese Info notiert ihre Mitarbeiterin.

Beim nächsten Besuch, wenn Sie als Behandler ins Zimmer kommen, erhalten Sie diese Info durch einen Notizzettel in der Patientenkarte, einen Hinweis im Verwaltungsprogramm oder durch eine Mitarbeiterin.

Wenn Sie die Patientin dann fragen, wie denn die Kreuzfahrt gewesen sei, werden Sie in ein sehr überraschtes Gesicht blicken. Allein über diese gelungene Überraschung, diesen „Coup“, freut man sich selbst sehr.

Die Patientin hat aber das Gefühl, dass Sie sich in der Praxis offensichtlich für deutlich mehr als nur ihre Zähne interessieren. Dieses gute Gefühl schafft Vertrauen. Und der Patient fühlt sich bestätigt, in der genau richtigen Zahnarztpraxis zu sein.

Also sensibilisieren Sie hierfür Ihr Team und sammeln Sie solche Informationen. Es wird Ihnen bei der Anwendung selbst viel Freude und Spaß verschaffen.

Auch ist es Ausdruck von Interesse und wirkt verbindlicher, wenn die Mitarbeiterin bei der Beendigung des Telefonates mit einem Patienten nochmal den Namen des Gesprächspartners sagt.

Es gibt unzählige Möglichkeiten, Patienten auf diese Art eine Bestätigung ihrer Praxiswahl zu geben. Übrigens ein schönes Thema für Ihre nächste Team-sitzung.

Fazit

Wenn wir alle ein bißchen mehr „Leroy“ sind und unseren Kunden/Patienten/Gästen das Gefühl geben, dass sie bei uns im Mittelpunkt stehen und gerade die wichtigste Person auf der Welt sind, dann fühlen sich Menschen bei uns wohl. Wer sich gut aufgehoben fühlt, vertraut. Und das überträgt sich auch auf unseren Erfolg im Beruf. Es fühlt sich auch für uns selbst gut an, die Menschen in unserem Umfeld anzulächeln und positiv zu stimmen. Es macht eben auch glücklich, andere glücklich zu machen.

Nachtrag zum Thema „Schubladen“

Leroy arbeitet von Mai bis Ende September an 7 Tagen/Woche und 18 Stunden/Tag als Toilettenmann. Ab Oktober bis April studiert er Wirtschaft an einer renommierten Universität. Mit dem verdienten Geld finanziert er sein Studium und unterstützt seine Familie in Afrika.



Thomas Kirches

DentBeratung – Thomas Kirches, Willich
E-Mail: kirches@dentberatung.de