GP Kolleg

10 MIN. FÜR IHR MARKETING

▷ Schritte zu einer erfolgreichen Kommunikation

Kommunikation mit Krankenkassen

Teil 1) Kommunikation mit Kunden: Chronisch kranke Menschen
Teil 2) Kommunikation mit Kunden: An Prävention interessierte Kunden und Sportler
Teil 3) Kommunikation mit Ärzten
Teil 4) Kommunikation mit Krankenkassen
Teil 5) Kommunikation mit Therapeuten
Teil 6) Kommunikation mit Lieferanten

mit freundlicher Unterstützung von:
medi

1 Die Autorin: Hildegund Wölfel ist Kommunikationstrainerin und Systemischer Coach mit dem Schwerpunkt „Verkaufen, Kunden- und Serviceorientierung", www.pr-und-training.de

2 Verhandlungen müssen gut geplant sein. Welche Argumente sollen wie eingesetzt werden, und wie reagiere ich auf meinen Gesprächspartner – dies sind wichtige Vorüberlegungen, die für erfolgreiche Verhandlungen entscheidend sein können. Eine gute Vorbereitung zahlt sich aus.

Kommunikation mit Krankenkassen: Gemeinsamkeit Kunde

Das Sanitätshaus ist oft Bindeglied zwischen Patienten oder Angehörigen, Ärzten oder Pflegekräften sowie den Krankenkassen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus dem Sanitätshaus oder der Reha beraten, erstellen Kostenvoranschläge und stimmen sich mit den Kassen ab. Nicht selten sind die Standpunkte unterschiedlich. Verhandlungen mit den Sachbearbeitern oder Servicemitarbeitern der Kassen erfordern bisweilen Fingerspitzengefühl und Verhandlungstaktik. Die Problematik liegt darin, möglichst „nichts" persönlich zu nehmen und sich in die Situation des Gesprächspartners zu versetzen.

Werfen Sie also einen Blick auf die besondere Gesprächsführung. Sie erfordert eine gute Vorbereitung. Die Vorteile liegen auf der Hand...

... es wird Ihnen klar, was Sie erreichen wollen;
... sie liefert Ihnen einen Plan für das, was Sie tun werden;
... sie bringt Sie dazu, zu entscheiden wie Sie vorgehen wollen – Art und Ablauf der Kommunikation (Telefonat, Gespräch, Präsentation...) sowie diese zu planen;
... sie ermöglicht Ihnen, die Reaktion des Gesprächspartners „vorherzusehen" oder einzuschätzen und sich somit darauf einzustellen;
... Sie erarbeiten sich Ihre Argumente.

„Vieles was du in Hektik tust, kannst du in Ruhe bereuen."

ÜBERZEUGEND ARGUMENTIEREN

Nun gilt es die bei der Vorbereitung erarbeiteten Argumente gut anzubringen und das richtige Timing zu finden, um die maximale Wirkung zu erzielen. Argumente sind Ihre „Beweismittel", mit denen Sie Ihre Ansicht bzw. Ihr Ziel überzeugend begründen. Dabei kommt es nicht nur darauf an, die eigenen Argumente gezielt einzusetzen. Sie bekommen es auch mit den Argumenten des Verhandlungspartners zu tun. Gehen Sie davon aus, dass auch Ihr Gegenüber seine Argumente geplant hat.

Argumente sind dabei von unterschiedlicher Qualität. Meist ist die Beweiskraft aller Argumente gleich stark. Das bedeutet, sparsam mit den vorhandenen Argumenten umzugehen und den richtigen Augenblick abzupassen. Schnell verführt die Situation dazu, die besten Argumente sofort einzusetzen. Aber: Wenn Sie sofort Ihre besten Argumente „auftischen", haben Sie später nichts mehr, um nachzulegen. Selten lässt sich ein Verhandlungspartner im Alltag sofort überzeugen – selbst dann nicht, wenn die vorgetragenen Argumente noch so schlagkräftig sind.

Ihre wertvollsten Argumente wollen Sie sich bestimmt nicht widerlegen lassen. Zu Beginn eines Verhandlungsgesprächs ist der Ansporn Ihres Gegenübers jedoch sehr groß und er wird bereit sein, viel Kraft zu investieren, um die ersten Argumente zu widerlegen. Ein widerlegtes Argument wird gerne als Teilerfolg

gewertet. Es kann hilfreich sein, dem Gesprächspartner diesen ‚kleinen' Erfolg zu lassen. Jedoch sollten Sie es ihm nicht zu einfach machen. Beginnen Sie deshalb nicht mit dem schlechtesten Argument. Verwenden Sie zum Anfang z.B. Ihr drittbestes Argument, legen Sie dann nach und sparen Sie sich immer eine Reserve auf. Ihr bestes Argument muss dabei nicht unbedingt am Schluss eingesetzt werden. Den optimalen Augenblick erkennen Sie selbst am Besten.

Berücksichtigen Sie: Es gilt nicht, den Partner argumentativ zu erschlagen. Sie wollen ihn mit stichhaltigen Argumenten überzeugen. Ein guter Leitsatz dabei ist: „Was nicht wirkt, das schadet." Belanglosigkeiten führen nicht zum Ziel. Im Gegenteil: Mit sehr schwachen Argumenten bringen Sie sich oft nur selbst in eine schlechte Position.

Alle vorgebrachten Argumente müssen grundsätzlich den Bezug zum Anlass oder zur Situation erkennen lassen. Ein gutes Argument ist im falschen Zusammenhang wirkungslos. Wirkungsvoll ist dagegen, wenn Ihre Argumentation auf den argumentativen Aussagen des Gesprächspartners aufbaut bzw. diese aufgreift. So erhöhen Sie die Kraft Ihrer eigenen Argumente: Jedes gewinnt an Gewicht, wenn es in einer verständlichen Sprache formuliert und nonverbal verstärkt wird. Das wirkt besonders im persönlichen Gespräch, doch auch am Telefon wirkt unsere Körpersprache über den Klang und die Modulation unserer Stimme.

EINWÄNDEN KONSTRUKTIV BEGEGNEN

Ein weiteres Erfolgskriterium in Verhandlungen ist der Umgang mit Einwänden. Woher kommen sie? Einige Beispiele:

▶ Der Partner hat noch Fragen. Es gibt Unklarheiten, Unsicherheiten.

▶ Der Partner will eigene Kompetenz beweisen, seine Wichtigkeit betonen.

▶ Der Partner kann dem Gespräch nicht folgen – zu fachlich oder technisch.

▶ Der Partner will mehr Informationen oder Daten erhalten.

▶ Der Partner will den Preis drücken, noch etwas „herausholen".

Achtung: Ein Einwand ist kein NEIN, sondern eine Gesprächschance.

DIESE METHODEN UNTERSTÜTZEN SIE, SOUVERÄN MIT EINWÄNDEN UMZUGEHEN:

Filtertechnik:

▶ Sie hilft, bei unklaren Aussagen den Kern der Sache herauszufiltern.

▶ Sie können so auf den Gesprächspartner eingehen und laufen nicht Gefahr, an ihm vorbeizureden.

▶ Wir signalisieren Interesse – am Menschen wie auch an seiner Situation und heben sein Selbstwertgefühl.

Beispiel: „Wie kommen Sie zu dieser Ansicht?" oder „Können Sie mir das bitte erklären?" oder „Was ist genau passiert?"

Die bedingte Zustimmung:

Eine bedingte Zustimmung sollte nicht als absolutes „JA" verstanden werden. Sie ist keine Zustimmung zum Inhalt des Einwandes. Sondern:

▶ Sie ist die Anerkennung des Gesprächspartners, ein Signal, dass Sie seine Meinung gelten lassen ohne sie aber zu übernehmen.

▶ Sie signalisieren so, dass Sie sich in seine Lage versetzen und räumen ein, dass die Situation auch anders gesehen werden kann.

▶ Dabei geben Sie dem Gesprächspartner Recht, stimmen allerdings dem Inhalt nicht zu.

Beispiel: „Ich sehe ein, dass ...", „Ich gebe zu, dass ...", „Es stimmt. So kann man die Sache auch sehen ...".

Absolut zustimmen oder bekräftigen ist sinnvoll, wenn unser Gesprächspartner einen Punkt anspricht, bei dem wir eine besonders gute Lösung anzubieten haben oder der uns nicht betrifft.

Beispiel: „Sie sprechen einen wichtigen Punkt an, darüber haben wir uns besonders Gedanken gemacht ...", „Danke, dass Sie mich auf dieses Thema ansprechen ...", „Gut, dass Sie diesen Punkt anschneiden ...", „Gerade deshalb ...".

Die Referenztechnik:

Aussagen eines Außenstehenden, objektive Meinungen und ähnliches können uns helfen. Die Referenztechnik ist dann einsetzbar, wenn wir eine Referenz finden, die der Partner auch akzeptiert. Als Referenz können Personen, Berichte, Statistiken, etc. dienen.

Beispiel: „... gerade dieser Punkt beschäftigte auch die Firma ...", „...in der Fachzeitschrift XY wird das ausführlich erläutert".

Die reflektierende Frage:

Sie dient dazu, die Meinung des Gesprächspartners zu interpretieren und als Schleife zur Verständniskontrolle.

Beispiel: „Wenn ich Sie richtig verstehe, so ..." oder „Meinen Sie also ..."

Achtung: Wenn jemand sagt, was ihm nicht passt, sagt er gleichzeitig auch was ihm passt!!!

SOUVERÄN UND HÖFLICH BLEIBEN

Behalten Sie wenn möglich Ihre Emotionen im Griff. Versuchen Sie, den Menschen und das Problem voneinander getrennt zu sehen und zu behandeln. Wenn es nicht anders geht, lassen Sie auch „mal Dampf ab". Tun Sie das jedoch niemals unverschämt, sondern mit Ich-Botschaften. Denn lassen Sie sich zu „Vergeltungsschlägen" oder Vorwürfen hinreißen, führt dies entweder zu Eskalation oder Ihr Gegenüber hat sein Ziel damit schon erreicht: Wenn Ihnen der Kragen unkontrolliert platzt, beweisen Sie damit Ihre Verunsicherung – und das will Ihr Gegenüber erreichen. Schnell ist man geneigt, eine unbedachte Frechheit durch Zugeständnisse wieder gut zu machen. Lassen Sie also nicht an Ihrer Souveränität kratzen, sondern demonstrieren Sie ausgesuchte Höflichkeit nach dem Motto: „HHH = Hartnäckige Höflichkeit hilft". Damit zeigen Sie geschickt, dass die „Tricks" Ihres Gesprächpartners enttarnt sind. Zudem machen Sie klar, dass Sie sich nicht auf dieses Gesprächsniveau begeben werden. So halten Sie Ihrem Gegenüber den Spiegel vor, indem Sie anders agieren – Sie konfrontieren ihn mit seiner eigenen Verhaltensweise und lassen ihn dennoch sein Gesicht wahren.

Verhandlungen sicher führen bedeutet also üben, üben, üben... Viel Erfolg dabei!

Die neue Bandagen-Generation von medi

„Ich brauche eine Kniebandage. Gibt es eine, die ich den ganzen Tag ohne zu schwitzen tragen kann? Sitzt sie auch bequem und schneidet nicht ein? Und gut aussehen soll sie auch. Können Sie mir weiterhelfen?“ Dies sind sicherlich viele Wünsche auf einmal. Aber mit der neuen Bandagen-Generation von medi kann der Fachhandel alle Fragen mit einem sicheren „Ja!“ beantworten.

Medi hat sein Bandagenprogramm weiterentwickelt und setzt neue Maßstäbe in Funktionalität, Material und Design. Der Fachhandel kann damit Patienten noch besser beraten und versorgen, Compliance steigern und den Therapieerfolg erhöhen.

Auch beim Sport sorgen die medi Kniebandagen für einen sicheren Halt. Dank spezieller Clima Comfort Ausstattung und Clima Fresh Funktion für fasertiefe Hygiene verfügen sie über ausgesprochen angenehme Trageeigenschaften.

NEUE FUNKTIONEN

Neben der bewährten Clima Comfort Ausstattung (leitet Feuchtigkeit von der Haut schnell nach außen) verfügen die medi Bandagen jetzt über die antibakterielle Clima Fresh Funktion für fasertiefe Hygiene.

- Die offene Einfassung des Patella Silikonrings entlastet maximal den Anpressdruck auf die Kniescheibe. Das wirkt besonders schmerzlindernd bei Patienten mit retropatellarem Knorpelschaden. Die besonders weiche Comfort Zone in der sensiblen Kniekehle bietet hohen Tragekomfort bei durchgängiger Kompression. Rutsch-Stopp System: Die seitlich eingearbeiteten Haftbänder mit der Silikon-Punktbeschichtung gewährleisten die sichere Positionierung.
- Die Varianten der Rückenorthesen Lumbamed plus, basic und disc sind durch ihre spezielle Strick- und Verschlusstechnik auch im Sitzen besonders angenehm zu tragen.
- Die Sprunggelenkbandagen Levamed und Achimed haben weiche Comfort Zonen im Spann. Der obere Abschlussrand ist druckfrei und schräg. Neuer Service: Jetzt liegt eine Anziehhilfe aus Ballonseide bei.

NEUES DESIGN

Durch die Kombination der kontrastreichen Gestrickarten und -farben mit der Abschlusskante in Magenta sind die medi Bandagen in Schwarz und Silber unverwechselbar. Das moderne, dynamische Design und die klare Linienführung charakterisieren die Premium-Produkte mit hohem Wiedererkennungswert. Die Farbvariante Sand ohne Magenta-Abschlussrand ist die alternative Lösung für eine unauffällige Versorgungsvariante.

Die magentafarbene Abschlusskante macht die medi Bandagen in Schwarz und Silber unverwechselbar.

LIMITIERTES HIGHLIGHT IN MAGENTA

Als Startschuss für die neue Bandagen-Generation von medi gibt es die Kniebandage Genumedi in limitierter Auflage in Magenta.

Alle Informationen liefert die Broschüre „Die neue Bandagen-Generation von medi“, erhältlich beim medi Service-Center, Telefon 0921 912-333, virtuell unter www.medi.de > Fachhandelsportal und natürlich bei Ihrer medi Orthopädie Handelsvertretung.