

# Inhalt des Buches

Aller Anfang kann einfach sein	1
Was Du nicht willst, das man Dir tu ...	1
Eine Frage des Umgangs	3
Beispiele der Profis	4
Warum überhaupt Kundenservice?	6
Der Weg ist das Ziel: Service als Prozess	7
Mit drei Service-Komponenten zum Erfolg	9
“Ready to take off“ – der Weg in eine neue Service-Dimension	13
Das A und O der freundlichen Verständigung	15
Kommunikation ist die Summe vieler Eindrücke	15
Verstehen statt nur Hören	19
Beschwerden sind Chancen	21
Eskalations-Vermeidungs-Strategien	24
Der Umgang mit schwierigen Typen	27
Vier Typen – vier Probleme – eine Lösung	32
Der Weg zum Telefonprofi	34
Spickzettel für die perfekte Verbindung	37
Einer für alle und alle für einen: Die Arbeit im Team	47
Auf dem Weg zur Einheit	47
Spielregeln für die Mannschaft	49
Wege aus der Krise	50
Acht Rollen zu besetzen!	54
Die „Neue“	56
Stress an allen Fronten	59
Trainingseinheiten für Gewinner	65

Das alles entscheidende Urteil: Service aus Sicht des Patienten	71
Wünsche, Erwartungen und Gefühle	71
Mindestanforderungen mit Maximalwirkung	73
Das „Wow!“ macht den Unterschied	77
„Unsere Praxis aus Ihrer Sicht“	78
Besuch in der Musterpraxis – vom Empfang bis zur Werbung	85
Rezeption sucht den Superstar	85
Grotte des Grauens oder Luxus-Ambiente?	88
„Bitte weit öffnen“ – die vorbildliche Behandlung	89
Abgestimmt auf die Kleinsten	93
Mitgefühl bei Zahnarzt-Angst	95
Strategien für eingeschränkte Patienten	96
Werbung für die Service-Praxis	99
Bezugsquellenhinweis	105
Weiterführende Literatur	107