

Debatt på Praksiseierforeningen/SPAs årsmøte i Oslo 11. september:

For mange tannleger

Praksiseierforeningen/SPA hadde invitert en trendforsker til å innlede om hva som kan ventes av forbrukeratferd i nærmeste fremtid. Deretter fulgte debatten som konkluderte med at det fort kan være for mange tannleger i Norge, hvis det ikke er slik allerede.

Arsmøtet startet med at foreningens leder, Kari Odland, ønsket 58 årsmøtedeltakere fra et univers på 187 medlemspraksiser, velkommen til årsmøtet over to dager.

I velkomsttalen slo Odland fast at oljeprisene er halvert i løpet av relativt kort tid, og hun spurte om hvilke konsekvenser dette kan ha for tannlegene. Er vi konjunkturavhengige, spurte Odland, og nevnte at fredagens foredragsholdere ville være advokat Tone Galaasen fra Den norske Tannlegeforening og trendforsker Ole Petter Nyhaug fra Opinion.

Odland fortsatte med å uttrykke manglende forståelse for at tre av de fem odontologiske kompetansesentrene som er etablert, og som skulle bidra til spredning av odontologiske spesialister i landet, er etablert nær eller i samlokalisering med landets tre odontologiske læresteder.

– Hvordan kan det forsvares å bruke skattepenger på dette, undret Odland?

Deretter uttrykte Odland at hun så på kommunereformen og stortingsvedtak om flytting av tannhelsetjenesten til kommunene som positivt for tannlegene, som kunne se frem mot en oppløsning av monoopolet til Den offentlige tannhelsetjenesten (DOT). Hun uttrykte videre at hun ikke kunne forstå hvorfor Camilla Hansen Steinum i NTF på kronikkplass i avisen Aftenposten hadde advart mot flytting av DOT til kommunene i forkant av stortingsbehandlingen av dette spørsmålet, med den begrunnelse at det fungerer så bra som det er.



Ole Petter Nyhaug fra Opinion snakket om trender og forbrukeratferd, og ville si noe om hva folk kommer til å forvente av tannlegene i tiden fremover.

– For hvem fungerer det, spurte Odland? Ikke for pasientene, sa hun. Så hvem er det NTF representerer? Er det fylkestannlegene? Som er redde for stillingene sine? NTF burde ha en utredningsavdeling som utreder konsekvenser av ulike tiltak, slik at foreningen kan begrunne standpunktene sine med godt funderte fakta, og ikke lar seg presse av grupper med særinteresser, sa Odland.

Brutalisering av tannlegeverden

NTFs advokat Tone Galaasen hadde, som hun var blitt bedt om, tatt med seg noen av de samme problemstillingene som ble presentert på NTFs Næringspolitisk forum 5. september i fjor, og som er beskrevet i Tidende nr. 9, 2014.

Det viktigste poenget å ta med seg er at, selv om en skulle være gode venner i utgangspunktet, er det helt nødvendig å ha gode skriftlige avtaler partene imellom når en inngår et næringsssamarbeid.

I løpet av presentasjonen kom det spørsmål og innvendinger som igjen etterlyste mer utredningsvirksomhet fra

NTFs side, blant annet når det gjelder kostnadsutviklingen for dem som driver tannlegepraksis.

Fremtidens forbruker

Ole Petter Nyhaug fra Opinion ville fortelle praksiseiertannlegene om hva folk kommer til å forvente seg av dem i tiden som kommer, og noe om hvordan de kan bygge bedre relasjoner. Han understreket at fornyelse kreves i alle bransjer.

Nyhaug presenterte disse makrotrendene: 1) Folk er bedre utdannet enn før, stiller høyere krav og har høyere forventninger. 2) Individualisering. Folk vil ha noe som er tilpasset seg, bare seg. 3) Selvrealisering. 4) Tidsklemme, folk vil rekke mer. Gjøre alt. 5) Digitalisering og effektivisering. Sparer vi tid på det? Det spørs. 6) Globalisering.

Dessuten: Alle vil ha lav pris, god kvalitet og god service. Alle tre på en gang.

Nyhaug presenterte syv forbrukertyper som vokser frem, gjerne i kombinasjon:

1. Den risikoreduserende forbruker. Går for trygghet, sikkerhet, helse, sunnhet, trening og forebygging. Det handler om å handle slik at en ikke blir syk eller sosialt ikke-attraktiv. Den risikoreduserende forbruker er redd for å dø.

2. Den autentiske forbruker. Går for mening og historier, tradisjoner, ærlighet, ekthet, samvittighet og ansvarlighet. Resirkulerte materialer. Et råd til tannlegene: Fortell pasientene hva dere driver med av miljøvennlige ting.

3. Den sanselige forbruker. Går for tekstur, smak, duft, lyd, farge, design, velvære, stimulans.

4. Den sømløse forbruker. Går for flyt, integrasjon, forenkling, raskhet, skreddersøm, service. Jo mer vi har å velge i jo færre valg tar vi. 10 prosent av daglivareproduktene representerer 90 prosent av salget. Folk vil ha Adams matkasse.

5. Den optimaliserende forbruker. Går for prestasjon, profesjonalitet, ytelse, målekultur, det beste, effektivisering. Eksempler: Har personlig trener, sammenligner priser og føler seg smart, handler maten sin både i billigbutikk og spesialbutikk – velger det ene den ene dagen og det andre den neste.

6. Den mektige forbruker. Stikkord: Kundemakt, åpenhet, sosiale medier, beredt, transparens, dialog. Tannlegen har ikke monopol på å være ekspert



Leder i Praksiseierforeningen/SPA, Kari Odland, lyttet til spørsmålene fra salen.

lenger. Pasienten vet mye selv. Det er kommet en ny form for dialog.

7. Realtime-forbrukeren. Her og nå, i kontekst, direkte. Eksempel: Ikea annonserer digitalt bare der det regner, for å tiltrekke seg kunder fra akkurat disse stedene.

For mange tannleger

Så startet debatten der Ole Petter Nyhaug deltok i panelet, sammen med tannlegene Carl Christian Blich fra Oslo, Trond Helgesen fra Bergen og Johnny Øverby fra Tromsø og Toralf Slokvik fra markedsføringsbyrået Oculos. Innledningsspørsmålet var om pasientadferden er i endring.

Blich innledet med å fortelle at det i gjennomsnitt er 950 pasienter per tannlege i Oslo. I Sør-Trøndelag, som har flest pasienter per tannlege i Norge, har 50 prosent flere. Selv har Blich 3 500 pasienter.

Han har bygget ned virksomheten som i dag teller en tannlege i 100 prosent, en i 80 prosent og to tannpleiere.

Blich sier at det merkes at andelen friske 'pasienter' øker. Det er ikke snakk om konjunkturer. Det er færre og færre pasienter som trenger tannlegekompetanse.

– De gamle dør, de unge er relasjonsløse, og de har tannlegekontakt først og fremst i forbindelse med bleking og kjeveortopedi. Fremtiden er ikke som fortiden, og NTF må begynne å jobbe med de neste 30 årene, sa NTFs tidligere president.

Trond Helgesen sa at han deler disse tankene:

– Jeg opplever endringer i pasientenes adferd slik: Pasientene er mer bevisste som forbrukere og stiller krav på en annen måte. De definerer egne behov og også når og hvor de trenger tannbehandling. Blant recall-pasientene er det følgelig mye dropout. Jeg mister relasjonen og den gode dialogen forsvinner. Jeg blir mer en leverandør i et kundeforhold. Mens det før var tillit er det nå blitt salg, sa Helgesen.

Johnny Øverby fortalte at han setter opp neste time med én gang med sine pasienter, for å bevare relasjonen og kontinuiteten.

Ole Petter Nyhaug har bodd i USA og fortalte om klinikker med syv stoler og



Panelet som diskuterte om pasientatferden er i endring, fra venstre: Ole Petter Nyhaug fra Opinion, tannlege Johnny Øverby, tannlege Carl Christian Blich, tannlege Trond Helgesen og Toralf Slokvik fra Oculos.

en rekke tannpleiere, og én tannlege som dukket opp et par-tre ganger i løpet av en behandling. Kan man ikke få det sånn i Norge, lurte han?

Blich svarte på dette med å si at i Norge er det annerledes. Det er for mange tannleger i Norge, til at denne modellen er aktuell. Han sa videre at de yngre pasientene fint vil tåle overgangen, fra tannlege til tannpleier. Fordi de er friske.

– Og samtidig fortsetter vi å utdanne tannleger her i landet, som om ingenting var skjedd, sa Blich undrende.

Trond Helgesen sa at pasientene vil ikke komme til tannlegen. Det er vondt og det er dyrt. Det er en stor oppgave å selge dette produktet. Og det krever sjarm.

Johnny Øverby la til at tillit er et viktig stikkord.

En fra salen fortalte at han pleide ta med de nye pasientene til et hyggeligere sted enn tannlegestolen og intervju dem. Med relasjonsbygging som formål.

Carl Christian Blich fortalte om en undersøkelse foretatt i USA. Den viser at tannhelsetjenestene økte på 80- og 90-tallet og at det har flatet ut siden 2000. Etter 2008 har det ikke vært noen økning i kjøp av tannhelsetjenester. Bakgrunnen for dette er bedret tannhelse i befolkningen. Blich tror ikke etterspørselen etter tannbehandling vil øke i Norge, med samme begrunnelse – tannhelsen er bedre.

Så spurte han Nygård om han hadde noen tips til hvordan man som tannlege kunne tiltrekke seg nye pasienter? De som er 30 år og yngre. Hvordan får vi mange av dem, med strek under mange. For det trengs mange, ettersom de er friske og trenger lite behandling, og fordi de ikke er trofaste – de slutter gjerne, like fort som de er begynt.

Ole Petter Nygård rådet til å tenke kunderelasjon på nye måter. Bruk nye verktøy. Tenk salg. Prøv å se annerledes ut enn andre.

– Befolkningen vokser, la han til. Oslo vokser mer enn andre europeiske

byer – og innvandrerne har ikke gode tenner.

Trond Helgesen svarte at også unge innvandrere har friske tenner og avsluttet:

– La oss se det i øynene: Det er ikke arbeid å gjøre på dem. Jeg savner engasjement fra NTF, sa han videre. Vi trenger at foreningen går inn i denne materien.

En fra salen sa at nye landsmenn er som Norge på 60-tallet. Det er mye å jobbe med.

Og Kari Odland kom med avsluttsreplikken: Kanskje det blir litt arbeid til oss i fremtiden – med innvandrerne.

*Tekst: Ellen Beate Dyvi
Foto: Kristin Aksnes*