

ПРОБЛЕМЫ ПРОДАЖ В СТОМАТОЛОГИИ

■ В. Дроздов, бизнес-консультант, ООО «Успех»

Данная статья будет наиболее интересна владельцам стоматологических клиник. В ней рассматриваются вопросы привлечения и удержания клиента с точки зрения продаж.



Все мы являемся участниками огромного рынка продаж. Мы не задумываемся об этом покупая хлеб или оплачивая коммунальные услуги. С другой стороны, когда мы что-либо предлагаем другим людям купить у нас, нам приходится участвовать в своеобразном конкурсе – купит покупатель воду в нашем магазине, предпочтет ли услуги нашей парикмахерской?

Для большинства товаров и услуг выбор покупателя легкий. Все хорошо осведомлены, что мясо должно быть свежим, а мобильная сеть давать устойчивую связь.

Иное положение у стоматологов. Качество этой услуги покупатель может только прочувствовать, и то не сразу. Информация в рекламе, сайт в интернете рассказывают о великолепных врачах и прекрасных материалах, однако уровень доверия у некоторых потенциальных пациентов очень низок. И только когда дальше тянуть с лечением невозможно, измученный сомнениями больной делает выбор. В этом случае нет никаких проблем с продажей услуги. Клиент её уже купил.

Но все больше людей начинают беспокоиться о состоянии своих зубов

заранее, до появления неотложных проблем. В этом случае уже необходима грамотная работа всего комплекса мер по привлечению и удержанию клиента.

Естественно, в первую очередь это реклама. Можно выложить на всеобщее обозрение «иконстас» сертификатов и дипломов. Можно рассказать о прекрасном оборудовании. Но это все мало затрагивает потенциального пациента. Ему нужно удовлетворение его собственных интересов, личных выгод, индивидуальных гарантий.

«Только на этой неделе при записи на отбеливание зубов Вы экономите 3000 рублей! Осталось 5 мест! Успеете записаться по телефону (123)4567890.» – значит действительно интересное сообщения о свежем ремонте в клинике.

Множество подобных сообщений увеличивает количество звонков в клинику. Однако эти звонящие принципиально отличаются от тех, у кого зуб уже болит. Прежде чем записаться на прием они хотят получить больше информации. И на этом этапе огромное значение приобретает квалификация администратора.

На этом месте должен находиться профессионал, который может не только посмотреть в список и выбрать свободную ячейку для записи, а специ-

алист, знающий основные проблемы большинства клиентов, умеющий отвечать на их стандартные возражения и умело предлагающий продолжить индивидуальное консультирование в кресле у врача.

Здесь можно много рассказывать о правильном стиле общения, сборе информации о потенциальном пациенте, системе предложения записи, и мы об этом обязательно побеседуем в следующих статьях.

Но вот, наш клиент в кресле. Если врачи не готовы продавать комплексное лечение, то это посещение этой клиники этим пациентом может стать первым и последним. На данном этапе огромное значение приобретает квалификация врача как продавца! Да, у пациента кариес. Это неотложно. Но можно предложить специальное покрытие для профилактики кариеса на других зубах. Нет такого пациента, у которого была бы только одна проблема, с которой он и пришел. Если Вы хотите, чтобы у Вас было много постоянных клиентов каждый из Ваших специалистов должен стать продавцом.

Можно легко узнать уровень клиники по сложности записи на прием. Если можно без острой боли записаться на сегодня на вечер к ведущему специалисту, то, скорее всего, или клиника недавно открылась, или дела у нее неважные. А если ближайшая запись только через месяц-полтора и на дневные часы, то здесь умеют продавать комплексное лечение и качественно выполняют работы.

Можно резюмировать вышесказанное. Три основные проблемы продаж в стоматологии это привлечение внимания клиента, привлечение клиента, удержание клиента. Для успешной работы клиники важны все три элемента. И на последних двух этапах очень важна работа специалистов в области продаж. Хотите улучшить загрузку Вашей стоматологической клиники – проведите для персонала тренинг по продажам.

Более подробно все три элемента будут рассмотрены в следующих статьях.