

«Больше никаких звонков и заполнения кучи бумажек»: рассказываем, как мы сделали стоматологию для людей

Что будет, если диджитал-специалист откроет сеть стоматологий? Спойлер: никакой бюрократии и бесячих звонков

Как мы делаем крутой сервис в стоматологическом бизнесе и почему это не так просто, как кажется

Лид: Когда болит зуб, хочется узнать, сколько будет стоить лечение. Обычно в клиниках говорят средние расценки или же вообще ничего не сообщают и заманивают на прием. В XXI веке могли бы выложить на сайт нормальный прайс и указать стоимость услуг. Но цена — только вершина айсберга. Помимо этой проблемы, в стоматологическом сервисе есть и другие. Вот как опыт в диджитал помогает нам их решать в своей клинике.

Начнем с приветствия: Привет! Меня зовут Артем Бандин, я сооснователь сети клиник «Легкая стоматология». Долгое время я работал в диджитал и продвигал клиники, а потом решил сделать свою. Далее расскажу, про мой подход в стоматологическом сервисе и почему он заходит людям.

Описываем проблемы в обычных клиниках и показываем, какие решения предлагают в «Легкой стоматологии».

Неправильное указание цены и навязывание услуг: обычно перед походом к врачу самым большим страхом, кроме боли, остается вопрос стоимости. На сайтах клиник висит непонятный прайс и цена может поменяться в несколько раз после консультации врача.

На сайте «Легкой стоматологии» клиент может самостоятельно рассчитать стоимость услуг, заполнив как стандартный прайс, так и форму, в которой можно описать проблему, оставить свой номер телефона и клиенту в течение некоторого времени придет расчет стоимости. И ещё расширенная форма, сделанная как квиз — «посчитать мой случай». Здесь клиент ничего не пишет, а просто отмечает галочками

нужные услуги. Варианты «не знаю», «не помню», «нужна консультация врача» тоже есть. Это просто и удобно.

Бесячие звонки: Когда клиент записался в стоматологическую клинику, ему начинают названивать за 3 дня, за день и очень часто это происходит в неудобное время.

Мы придумали решение: 90% коммуникации с клиентом в «Легкой стоматологии» происходит в мессенджерах: Telegram, What`s up — там, где комфортнее клиенту. Далее информация попадает в базу клиники и напрямую в карту пациента.

Мы присылаем уведомление о записи в мессенджер: чем ближе к приему, тем чаще. Не звоним, только если клиент сам не инициирует звонок. Ночью не отвечаем. Если клиент написал, ему отвечает робот, что сейчас менеджер отдыхает и утром ответит.

Боты вместо реальных людей: В некоторых клиниках используют ботов для рассылки уведомлений о предстоящем приеме. Боты отвечают только на прямо поставленные вопросы, а если у клиента случился форс-мажор и ему нужно перенести прием на полчаса, объяснить это боту уже не получится.

Так как ботов мы принципиально не внедряем, всю переписку ведут живые люди — менеджеры. Они общаются с клиентами и отвечают на все возникшие вопросы.

В клинике есть утвержденный Tone of Voice для общения с клиентами: правила, какие смайлы можно использовать в переписке, как можно упрощать имена при общении и какого стиля придерживаться.

Трата времени на ненужные вопросы в анкетах: В обычных стоматологиях перед приемом клиента просят заполнить анкету с традиционными вопросами: болел ли он какими-либо заболеваниями, есть ли аллергия на какой-то препарат, находится в положении или нет.

Мы в своей клинике присылаем анкету клиенту заранее перед приемом. Информация об имени и фамилии, которую он указывал при записи, уже находится в системе и помогает определять пол клиента. Таким образом мы исключаем лишние вопросы в анкетах: например, если анкету заполнил мужчина, то убираем вопросы про кормление грудью и беременность.

Кроме того в анкете есть такие вопросы: боится ли клиент лечить зубы/ не боится, когда в последний раз лечил/никогда не лечил. С помощью этих вопросов мы можем заранее подобрать врача клиенту, который будет вести себя «понежнее».

Заполнение кучи бумажек перед приемом: Одна из самых главных проблем в стоматологиях — это бесконечное заполнение документов. Пишешь свои паспортные данные по несколько раз на разных бумажках, что очень бесит.

В «Легкой стоматологии» после заполнения анкеты сразу присылаются все документы, которые он может изучить заранее, а затем подпишет в клинике, чтобы там не тратить на это время. Если он приложит паспортные данные, мы подгрузим их в систему и

клиенту останется только подписать договор на оказание платных услуг. Не нужно ничего заполнять — только поставить подпись.

Рекомендации на листочке, который постоянно теряется: Обычно после приема в клинике, стоматолог дает клиенту распечатку с рекомендациями по уходу за полостью рта и, когда можно принимать пищу после анестезии. Бумажки с советами быстро теряются, а если врач объясняет все это на словах, то после приема такая информация быстро забывается.

Мы придумали решение: после каждой процедуры клиенту приходит уведомление на телефон, он переходит по ссылке и читает рекомендации. Например, сделал гигиеническую чистку и какие продукты нельзя принимать после процедуры. Это не бумажка, которая потеряется: все — в смартфоне, что удобно читать в метро или в автобусе.

Мнение клиентов неважно: В обычных клиниках, если клиенту что-то не нравится, то к нему не прислушиваются и оставляют пожелания без внимания.

В «Легкой стоматологии» клиенту после приема приходит смс на телефон оставить отзыв после приема. Клиент переходит по ссылке, где пишет, что понравилось, что нет. Если не понравилось, клиент может подробно расписать, что именно, а клиника компенсирует его время — пришлет 200 рублей на телефон или отправит их на благотворительность. И подтвердит операцию чеком. Это стимулирует клиента потратить время. Так мы прислушиваемся к мнению клиентов и получаем много реального фидбека, который потом внедряем для улучшения клиники.

В конце статьи подведем итоги. Говорим, что стараемся сделать процессы в клинике еще более удобными и клиентоориентированными, потому что делаем как для себя. Просим аудиторию поделиться своим опытом плохого сервиса в клиниках. Спрашиваем, сталкивались ли они с бюрократией, кучей бесячих звонков с подтверждением времени приема или навязывали ли им дорогое лечение.

Статья написана на Стажировке в креативном агентстве «Рыба»