

Статья для бизнесменов. Цель — повысить узнаваемость бренда. Покажем, как проблемы в сервисе других стоматологических клиник показали Артему Бадину, как и что улучшить в «Легкой стоматологии». Какие процессы автоматизировали и как это повлияло на сервис.

Как с помощью опыта в диджитал я улучшил сервис в стоматологической клинике, чтобы клиенты возвращались

Как с помощью опыта в диджитал мы с командой сделали сервис в стоматологической клинике для людей

Автоматическое заполнение документов, понятный прайс и брекеты по подписке: как бывший диджитал упростил путь клиента в своей стоматологии

Из диджитал в стоматологию: какие процессы я автоматизировал, чтобы улучшить сервис и сэкономить время клиентов

Лид:

Бесконечные стопки документов, бесячие звонки о подтверждении записи и неизвестная стоимость лечения. Это и еще несколько проблем – классика любой клиники. Хотя многое можно и нужно упростить с помощью технологий.

Я Артем Бандин — сооснователь клиник «Легкая стоматология». Как-то мне пришлось потратить кучу часов в стоматологических клиниках. И большую часть даже не у зубного. Меня это так взбесило, что вместе с командой мы

решили взглянуть на сервис в своей клинике с точки зрения клиента, а опыт в диджитал помог решить 5 частых проблем.

1. Непонятно, сколько стоит лечение

Обычно на сайтах стоматологий пишут только диапазон цен. Например, имплант от 7,5 тыс.. Когда пациент приходит в клинику, на кассе получается 80 тыс.

Назвать точную стоимость без визита врача правда сложно. Но чтобы люди могли прикинуть стоимость заранее, в «Легкой стоматологии» сделали подробный прайс-лист на все виды услуг.

Плюс на сайте сделали 2 формы: стандартную (описание проблемы и номер телефона) и расширенную (подробная анкета). Последняя поможет рассчитать стоимость лечения конкретного пациента. Он сам ничего не пишет, а только ставит галочки.

После того, как пациент заполняет анкету онлайн, ему не звонят. В мессенджер приходит сообщение с расчетом стоимости. Менеджер клиники подробно расписывает, что входит в лечение.

2. Бесплезные звонки

Клиентам часто звонят, чтобы напомнить о визите, подтвердить запись или рассказать об акции. Но звонки раздражают и часто мешают.

Общаться с клиентами легко в мессенджерах. Сейчас 90% контактов происходит в телеграме или ватсапе. Менеджер пишет, когда надо:

- **подтвердить запись.** Если человек записался через сайт. Еще есть фишка с календарем: в процессе записи есть ссылка на добавление в Гугл календарь и в Эпл.
- **напомнить о приеме.** Каждый день приходит уведомление о записи в Ватсап, все автоматизировано.

Клиент может сам заказать звонок на сайте. Только тогда клиника позвонит в удобное время.

3. Бездушные боты

Бот не дает нужного ответа, потому что он запрограммирован на простые вопросы. Потенциальных клиентов это раздражает, и они уходят.

«Легкая стоматология» принципиально не пользуется ботами, которые тупо отвечают на прямо заданные вопросы. С клиентами общаются живые люди, отвечают в течение часа. Прописали ToV и правила, где и какие смайлы использовать.

Единственное исключение — ночь. Если клиент напишет в мессенджер вечером, отвечает робот, что ответ на вопрос придет утром следующего дня.

4. Долго заполнять документы вручную

Заполнять много документов требует закон ФЗ-323. Поэтому без этого никак. Чтобы пациент не возился с документами, когда приходит на прием, ему за несколько часов приходит анкета, ее просят заполнить. Он может это сделать по дороге на прием, а менеджеру останется все распечатать и дать подписать. Потом все данные, которые пациент указал при записи, автоматически подгружаются.

Если известен пол клиента, то в анкете не будет лишних вопросов. Например, про беременность у мужчин. Также пол учитывают в формулировках договора.

Часто люди обращаются в клинику за справкой для налогового вычета. Пациенту достаточно написать в мессенджере, ему пришлют ссылку со статьей, как получить и сколько. В конце странички просто вводит номер своего тлф и дату рождения и все. Приезжает уже за готовой справкой.

5. Быстро теряются рекомендации по уходу

Обычно выдают печатные брошюры или просто листочки, как следить за зубами после той или иной процедуры. Но их часто теряют или рекомендации слишком общие.

По каждой процедуре приходит уведомление о рекомендациях. Сделали имплантацию – приходит ссылка про имплантацию. Как показывает статистика, их много смотрят, 1000 человек в месяц заходят и читают.

Это лишь часть проблем, которые лежали на поверхности. Есть еще много вещей, которые можно улучшить. Чтобы понимать, с какими трудностями сталкиваются клиенты в процессе лечения, важно работать с отзывами. Но их пишут люди, которые стали пациентами клиники. Большинство отзывов — положительные. Это не может не радовать. Но нужно понимать, что мы упускаем. Напишите в комментариях, какие еще вещи бесят в стоматологических клиниках.

Текст написан в рамках обучения на Стажировке в редакции «Рыба»