

Люди боятся лечить зубы не только из-за боли: как привлечь клиентов в стоматологию без агрессивного маркетинга

Как я устал копаться в «бумажках», слушать бота и создал систему без впаривания и допродаж

Часто бывает, что в стоматологии приходится перед приемом стоять в холле по полчаса, читать какие-то бумажки и ставить свои подписи в трех местах на двух экземплярах. Ведь многие стоматологии открылись довольно давно и сейчас их система регистрации устарела. А в коммуникациях для экономии времени появились чат-боты. И это бесит! Никому не хочется писать о своей проблеме и получать ответ робота. Поэтому можно дополнительно повысить лояльность, если приблизить сервис стоматологии к человеческому.



Привет, я Артём Бандин — владелец «Легкой стоматологии». В прошлом активно занимался продажами, но когда-то я судьбоносно забежал в клинику на КТ. Хотел провести минут 10, но в итоге писал паспортные данные в трех экземплярах, ждал в очереди и искренне не понимал, почему так произошло. Так как я разбираюсь в удобных интерфейсах, решил и в своей клинике

упростить все, с чем сталкиваются клиенты помимо лечения — запись, напоминания, отзывы.

Мы делаем клиники такими, какие нравятся нам самим. А еще внедряем такой сервис, с которым сами хотели бы лечиться.

Начинали как все — с «бумажек»

Поначалу наша стоматология работала, как и все: клиенты заполняли большие распечатанные анкеты, отвечали на вопросы вроде «ваш пол?» или «вы курите?». Потом менеджер переносил это в CRM-систему.

О СВОЕМ ЗДОРОВЬЕ СООБЩАЮ СЛЕДУЮЩЕЕ:	Да	Нет
Аллергия (лекарственная, пищевая, другая) подчеркнуть		
Симптомы аллергии		
Воспалительная астма		
Заболевания крови		
Заболевания сердца (стенокардия, аритмия, пороки, инфаркт)		
Пародонт, пульпит (кариес)		
Арттериальная гипертония или гипотония (подчеркнуть)		
Гематит (какой)		
Заболевания желудочно-кишечного тракта		
Заболевания легких (хронический бронхит, туберкулез и т.д.)		
Заболевания эндокринной системы (щитовидной железы, диабет и т.д.)		
Эпигастрия		
Черепно-мозговая травма (сотрясение мозга)		
Обмороки, головокружения (часто/редко)		
Глиукомы		
Заболевания гайморовых пазух		
Бруксизм (ночное скрежетание зубами)		
ВИЧ-инфекция		
Заболевания, передаваемые половым путем		
Другие заболевания, перенесенные травмы и операции (указать)		
Беременность / лактация в настоящий момент (подчеркнуть)		
Применяемые лекарства (указать)		
Употребляете ли Вы наркотики?		
Курите ли Вы?		

не известно, что только в случае обязательных профилактических осмотров (2 раза в год) и проведения профессиональной гигиены рта рассчитывать на определенный гарантийный срок результатов лечения, протезирования.

Подпись врача _____ Подпись пациента _____ 20__ г.

Вот такую таблицу с ответом на 24 вопроса мы просили заполнить тех, кто приходит в клинику впервые

Мы никак не работали с возражениями. Приходили люди, которые боялись, что мы им «навяжем» всякие дополнительные дорогие услуги, а само лечение зубов обязательно будет болезненным. Клиентам было не ясно, будут ли врачи осуждать их за то, что они уже давно не были даже на профилактике.

Я общался с агентствами, которые заточены под агрессивные продажи, в том числе в стоматологиях. Так на сайте клиники указывают, что имплант стоит всего 7500. Но по факту на приеме цена увеличивается почти в 10 раз.

Это плохо.

В «Легкой стоматологии» план лечения остается таким же, как договорились на старте. Плюс у нас бесплатная первая консультация с рентгеном и по необходимости КТ, ведь рассчитать точную сумму без них невозможно, а пускать пыль в глаза не хочется. Если цена лечения не устраивает клиента, он может спокойно взять паузу, походить по другим стоматологиям — это нормально, да и мы не принуждаем. Тут наша недоработка, которая остается до сих пор — мы не работаем с «отвалившейся» базой, не «догоняем» потенциальных клиентов ретаргетингом. Зато ценим мнение каждого клиента.

Расширили форму заявки — можно пройти в два клика по «не знаю»

Мы пошли по пути клиента и начали изменения в сервисе с сайта, где люди оставляют заявки на прием. У нас уже был прайс с реальными ценами на все услуги. Но кроме него мы добавили две удобные формы обратной связи, чтобы человек сразу примерно мог посчитать стоимость лечения:

- **Стандартную.** Это простая и привычная форма, где можно оставить описание проблемы и свой номер телефона.
- **Расширенную.** Форма «Посчитать мой случай» сделана как квиз: клиент отмечает галочками нужные услуги. Есть варианты «не знаю», «не помню», «нужна консультация врача» — для удобства использования.

Какая у вас ситуация с зубами?

☒ выберите один или несколько

☐ Острая боль

☐ Иногда побаливает, реагирует на горячее-холодное

☐ Не болит, но вижу темное пятно на зубе

☐ Замена старых пломб

☐ Давно не был, хочу проверить состояние зубов

☐ Появился неприятный запах изо рта

☐ Необходимо лечение зубов при подготовке к другим процедурам

☐ Необходимо лечение зубов при подготовке к беременности

☐ Другое

Сделано в Marquiz



Далее →

или нажмите Enter

В форме можно выбрать несколько вариантов ответа. Все формулировки человеческие — написаны так, как клиент по-настоящему рассказал бы о своей проблеме

Еще при записи есть ссылка на добавление мероприятия в Google Календарь и Apple Calendar. Это удобно — нажимаешь на кнопку и прием у стоматолога автоматически добавляется с верными датой и временем. В будущем хотим добавить меню, с которым человек сам выбирает подходящие дату и время приема.

Кроме скучных стандартных вопросов мы добавили пару особенных. Например, узнаем, боится ли клиент лечить зубы. Если да, то ему подбираем особенно заботливого врача, который предлагает вколоть обезболивающее «детской» иглой. А еще прикольно, что мы знаем, сколько пациентов реально боятся и какая это частая проблема.

Наняли людей — они работают, а роботы им только помогают

Сейчас мы принципиально не внедряем чат-ботов, которые будут отвечать на заданные вопросы по какому-то там алгоритму. У «Легкой стоматологии» есть робот только для тех случаев, когда клиент пишет ночью — по алгоритму бот скажет, что мы вернемся утром следующего дня.

Вместо этого у нас работают не только врачи, но и менеджеры. Специалисты общаются с клиентами по правилам, используют шаблоны ответов из CRM. Мы разработали особый Tone of Voice стоматологии — уважительный, открытый, дружелюбный и при этом честный. Он влияет на то, какие смайлики и фразочки уместно использовать в переписке, когда имя можно сократить.

Рекомендации по общению с пациентами

Шаблоны ответов в CRM

1. «вы» с маленькой буквы — уже достаточно уважительно

Обращение в тексте на «вы» с маленькой буквы — уже априори вежливое обращение. Не надо излишне выделять это обращение заглавной буквой. «Вы» с большой буквы будет уместно, если вы обращаетесь к ветерану Великой Отечественной войны или к персоне с особым статусом.

Часть рекомендаций по общению с пациентами. Во время переписки мы на «вы», но обязательно с маленькой буквы

Емоji в переписке

Можно копировать отсюда.

 Благодарность

 Благодарность

 Благодарность

 Подтверждение

 Радость

 Накосячили

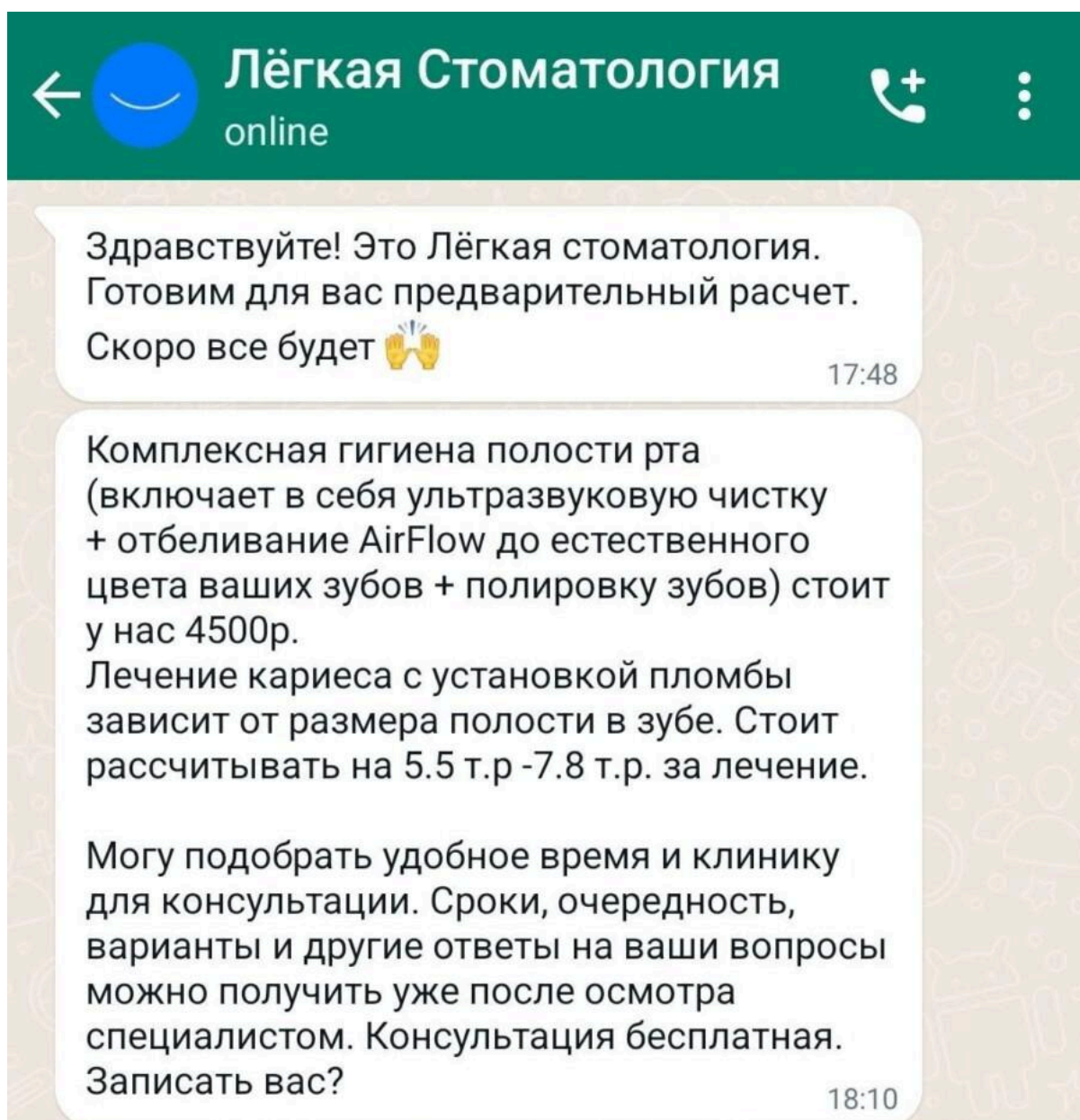
 Накосячили

 Грустно

 Приветствие

Все смайлики, которые используют менеджеры, можно разделить на транслирующие эмоции и подтверждающие действие

После того, как человек оставил заявку, мы автоматически присылаем уведомления о записи в мессенджер. Они начинают приходить чаще перед приемом у стоматолога. Если человек не звонит первым, то и мы ему тоже. Звонки многих бесят, так как когда менеджер доберется до нужной заявки, клиент уже забудет о приеме и займется другими делами.



Так выглядит автоматическое сообщение, которые мы отправляем клиенту после формы заявки. Чат-бот сразу пишет, что нужно подождать пару минут. А второе сообщение отправлено уже менеджером

Еще кроме даты приема важно отправлять клиенту имя врача, ведь нужно знать, как к нему обращаться 😊

Оцифровали все документы — могут смотреть и пациент, и врач

Если прием у человека сегодня, ему в мессенджер за несколько часов приходит анкета. Это по сути та же медицинская карта, которую он заполнял бы на

стойке регистрации: что болит, когда последний раз лечил зубы. Только у нас она электронная, а перед приемом достаточно просто подписать распечатанный документ.

Лёгкая стоматология Контакты

Автозаводская Братиславская Академическая Красносе

Медицинская карта 1/2

Заполнив медкарту онлайн, вы сильно экономите своё время в клинике. Карта будет ждать вас. Останется только подписать.

Фамилия

Имя

Отчество

Дата рождения

Телефон

Email

Для отправки документов и снимков

Адрес

Лёгкая стоматология Контакты

Автозаводская Братиславская Академическая Красносе

Медицинская карта 2/2

Заполнив медкарту онлайн, вы сильно экономите своё время в клинике. Карта будет ждать вас. Останется только подписать.

☐ Боюсь лечить зубы 😞

☐ Перенес Covid-19

Сведения о состоянии здоровья

☐ Аллергические реакции

☐ Сердечно-сосудистые заболевания

☐ Был инфаркт или инсульт

☐ Заболевания лёгких

☐ Заболевания желудочно-кишечного тракта

☐ Заболевания эндокринной системы (диабет, щитовидная железа)

☐ Была черепно-мозговая травма

☐ Бывают обмороки, головокружения или эпилепсия

Лёгкая стоматология Контакты

Автозаводская Братиславская Академическая Красносе

☐ Заболевания глаз

☐ Заболевания гайморовых пазух

☐ Инфекционные заболевания (ВИЧ, гепатит С)

☐ Бруксизм

Дополнительные сведения о здоровье

Дополнительные сведения

Расскажите всё, что считаете нужным

Принимаете сейчас лекарственные препараты?

☐ Да

Последний визит к стоматологу

В этом году Год назад

2-3 года назад Не помню

Назад Отправить

Нажимая кнопку «Отправить», вы даете согласие на обработку своих данных.

Удобная медкарта на экране телефона, в которой мы постарались не загружать клиента вопросами. Достаточно снова отметить все, как в квизе, галочками

И еще пациенту сразу выдаются все документы, которые по ФЗ-323 нужно подписать в клинике:

- анкета из заявки,
- история болезни,
- медкарта,
- договор на оказание услуг,
- информированное добровольное согласие,
- согласие на обработку персональных данных.

Можно прочитать их по дороге до стоматологии, например в метро. Нам это позволяет бронировать время ближе к приему, а значит избежать толкучки в холле и увеличить количество свободных временных слотов.

Принимаете сейчас лекарственные

П

☒ Отлично! Ваша медкарта готова. В клинике останется только подписать

(

А вот сами документы, если захотите предварительно изучить:

П

К


Анкета пациента


История болезни


Медкарта

Е

2

Назад

Отправить

Нажимая кнопку «Отправить»,
вы даете согласие на обработку
своих данных.

После заполнения медкарты все документы можно скачать в PDF. Мы подумали над UX и указали, что «Отправить» еще не значит подписать

Многие люди теряются в кабинете врача и не знают, как сказать ему о своем самочувствии во время приема и лечения. Поэтому мы планируем отправлять вместе с документами неформальную памятку — укажем, какие жесты подскажут стоматологу, что все хорошо или надо промыть зубы.

Еще мы автоматически определяем пол пациента по имени и учитываем его в формулировках договора. Например, пишем: «Иванова Елена Александровна, именуемАЯ „Пациент“, заключилА». Ну просто решили заморочиться, чтобы было прям прикольно. Правда, тут не обходится без

курьезов: есть имена, где и русскоговорящий человек не поймет пол. Вот Адриан Шве́ц вроде должен быть мужчиной, но это имя девушки.

Бывает, что клиентам нужна справка для налогового вычета в 13%. Ее получение мы также оцифровали. В мессенджер приходит ссылка на статью, где простым человеческим языком мы пишем:

- как получить документ;
- сколько ждать оформления.

В конце этой же статьи простая форма заявки. Клиент просто вводит номер телефона и дату рождения. Потом иногда в мессенджер приходит запрос от менеджера. Например, если нужны данные паспорта. Когда всё готово, мы снова связываемся через WhatsApp или Telegram, а не звоним и мешаем.

Не забываем после лечения — отправляем памятку и собираем отзывы

После лечения автоматически отправляем клиентам сообщение с рекомендациями. По 1С скрипт сразу определяет, какие услуги мы оказали клиенту, например профгигиену, лечение кариеса или установку виниров. Затем скрипт проверяет, не отправлял ли памятку во время прошлых визитов. И если нет, то отправляет один из вариантов рекомендаций. Например, после профгигиены пишем, сколько дней нельзя есть красящие эмаль продукты и что к ним относится. По нашей статистике это не лишняя фишка — 1000 человек в месяц переходят по ссылке и читают рекомендации.



Рекомендации после профгигиены

- 3 дня не употребляйте красящие продукты: свеклу, гранаты, красное вино 🍷, шоколад, крепкий чай и кофе.
- Следите, чтобы пища не была слишком твердой, кислой, горячей или холодной.
- Купите новую зубную щетку, чтобы не поселить старые бактерии на чистые зубы.

Нормально, когда...

- + повышенная чувствительность зубов в течение недели после чистки
- + небольшая кровоточивость десен в день чистки

Бежим к врачу, если...

повышенная кровоточивость десен

Мы пишем не только привычное «не пейте кофе». Еще указываем что нормально, а что — повод записаться на повторный прием

Окончание лечения — это повод задуматься не только о клиенте, но и о качестве нашего сервиса. Поэтому мы настроили автоматические сообщения с просьбой оставить отзыв или пожаловаться. Чтобы больше людей нам ответило, ввели небольшой бонус — деньги на телефон или в фонды помощи. Если человек пишет негатив, то обычно внутри заложен триггер и все твои отличия от конкурентов. Я как владелец клиники сам со всеми связываюсь через мессенджеры — обсуждаю ситуацию, не боюсь признаться клиенту и себе, что мы накосячили.

Мы как бы транслируем клиенту: «Если не понравилось — расскажи. А мы твое время компенсируем». И на самом деле присылаем на телефон 200 рублей или отправляем эту же сумму на благотворительность, а клиенту — чек. Все открыто и честно. Этот способ работает: он стимулирует людей

тратить дополнительное время, показывает важность личного мнения. А мы так получаем много реального фидбека.

Создаем стоматологию как дома

Благодаря обратной связи мы поняли, что не зря пересмотрели весь путь клиента и проработали сервис. Люди говорят, что сейчас в «Легкой стоматологии» комфортно и спокойно, как дома. А еще уютно, словно поговорил по душам с друзьями.

Конечно, в нашей работе тоже случаются косяки. Например, по правилам мессенджеров мы можем отправлять автоматические сообщения только на WhatsApp. Иногда неправильно работают интеграции с CRM, например дублируются сделки. А еще бывает так, что клиенты регистрируют на один номер телефона всю семью — на этом этапе наша логика ломается, а пациенту приходит куча уведомлений сразу на себя, жену и брата 😊

Сейчас стоматологиям важно продумывать весь путь клиента. И это не только то, как ему зубы почистят, но и как он запишется на прием, что будет делать после лечения. Упор на удобство и комфорт с технической стороны поможет не только увеличить поток пациентов, но и собрать фидбек. А значит, сделать первый шаг к улучшению сервиса и квалификации сотрудников внутри стоматологии.

А какой у вас опыт посещения стоматолога? Расскажите в комментариях