

«Кулак мавпи» у продажу стоматологічних послуг

або чого мобільні оператори можуть навчити лікарів-стоматологів



Олег Бєлий – бізнес - тренер, лікар, кандидат медичних наук, виконавчий директор Міжнародної асоціації професіоналів розвитку особистості, Москва, Росія

*Найкраще нове – це добре забуте старе...
...погано, коли не знаєш та ще й забудеш.*

Прочитавши цю статтю до кінця, лікарі і керівники клінік отримають у своє розпорядження потужний інструмент, який допоможе:

- залучати більше нових пацієнтів за ті самі рекламні бюджети;
- краще керувати довірою своєї цільової аудиторії;
- залишати на лікування більше первинних (тих, які прийшли вперше) пацієнтів та ін.

Ще незабутній Дейл Карнегі писав рецензію на книгу Френка Беттеджера «Як невдаха став успішним комерсантом». Не чули? Тоді вважатимемо, що це дуже добре забуте старе. У цій книзі автор описав таку технологію продажу як «кулак мавпи».

*Нині у медичному маркетингу
це прийнято називати «ступеневий продаж»*

Френк стояв на палубі трансатлантичного лайнера, який пришвартовувався до пристані. І тут він звернув увагу, що канат, яким прикріплюватимуть лайнер на пристані, досить товстий. Він запитав у боцмана, як матрос на палубі корабля зможе не те, щоб кинути товстий трос матросу на березі, а як він зможе хоч би підважити його... Боцман відповів, щоб Френк не турбувався, бо у матросів для цього є «кулак мавпи». Що це таке – наш допитливий спостерігач незабаром побачив. Зі середини мотка товстого каната матрос дістав чавунний чи свинцевий злиток завбільшки з великий кулак. Це і є «кулак мавпи». До цього шматка важкого металу було прикріплено дрот чи тонку мотузку. Другий кінець цієї досить довгої мотузки прив'язано до грубого каната.

Матрос з палуби корабля кинув «кулак мавпи» матросу, який стояв на березі. Він підняв його з землі й трохи підтягнув тонку мотузку до себе. Потім матрос з палуби корабля став зіштовхувати грубий канат униз, за борт, поки він не впав. Матрос з берега за тонку мотузочку від «кулака мавпи» підтягнув грубий канат до себе і прикріпив його до спеціальної тумби, вмонтованої у пристань. Тобто, «кулак мавпи» і тонка мотузка, прикріплена до нього, допомогли матросу підтягнути до себе грубезний трос.

*Як це пов'язано з продажем стоматологічних послуг,
медичним маркетингом? Поясню докладніше*

Я, Олег Вікторович Бєлий, професійний бізнес-тренер, лікар, кандидат медичних наук, автор освітньої системи Багатий Доктор.

У Вашому розпорядженні буде мій медичний та навколо-медичний стаж понад 22 роки (починав санітаром хірургічного відділення лікарні 10 червня 1989 року), а також викладацький досвід понад 5 років.

З середини 2007 року професійно навчаю продажу, у мене є дві спеціалізації у навчанні персоналу: 1 – продаж медичних послуг (Багатий Доктор – мій авторський проект) та 2 – продаж рекламних можливостей.

Як робити і продавати ефективну рекламу регулярно на-



вчаю провідні телеканали Росії (1, 2, НТВ, РЕН та ін.), радіо Європа+, сайт Однокласники. Це, до речі, дає мені можливість бути добрим експертом у галузі маркетингу, а також перебувати у потрібному інформаційному потоці, адаптувати найактуальнішу маркетингову інформацію, секрети і «фішки» до продажу медичних послуг.

Сучасні завдання реклами полягають передусім не в тому, щоб безпосередньо продати, а в тому, щоби згенерувати звернення до Вас. І «обов'язковий» заклик до дії в ефективній рекламі має стосуватися не чогось великого (не потрібно кидати на берег грубий трос), а чогось меншого — треба закинути «кулак мавпи», а тоді вже за нього підтягнути до себе Трос за тоненьку мотузку.

Мобільні оператори добре знають маркетинг. Вони ніколи не кажуть, мовляв, купи у мене тариф за 500 чи за 1000 рублів, а закидають «кулак мавпи»: напр., дізнайтесь про деталі, безкоштовно зателефонувавши на номер... І тим, хто їм зателефонує — продати це вже легше.

Професійні маркетологи автосалонів не просять у рекламному повідомленні про те, щоб у них купили машину. Вони також закидають «кулак мавпи»: запишіться на безплатний тест-драйв.

Це настільки важливо, що повторю: завдання «сучасної» реклами полягає не так у тому, щоби відразу продати, як у тому, щоб згенерувати звернення до Вас. Закиньте «кулак мавпи» і за нього «підтягніть» клієнта (комерційного пацієнта) до крупної угоди.

Задумайтесь, будь-ласка, що у Ваших умовах допоможе у такий спосіб залучити первинних пацієнтів, колего. І ще, якщо Ваше робоче завдання — укласти «великий контракт», то які саме зі проведених дрібних маніпуляцій (якщо пацієнт дуже сумнівається щодо придбання великого) допоможуть Вам завоювати його довіру надалі? На яких умовах? ... І от згенерували Ви, лікарі, у своїй рекламі звернення. Первинний пацієнт прийшов — що далі? Про це Ви зможете довідатися у наших наступних статтях, а також удосконалити свої навички на дводенному бізнес-тренінгу Стоматологічного порталу і Багатого Доктора 26 — 27 листопада 2011 р. «Продавай не Продаючи, або як Лікарю-Стоматологу Краще Допомогати Пацієнтам і при цьому Заробляти БІЛЬШЕ ГРОШЕЙ».

PS.: До речі, Ви, мабуть, розумієте, що ця стаття — це також «кулак мавпи»? Її завдання ознайомити Вас з моїм, Олега Белого, стилем викладу навчального матеріалу.

PPS.: Це так званий двоступінчастий продаж. Дрібна дія помагає «підготувати» Вашого комерційного пацієнта до великої справи. Буває і багатоступінчастий продаж. Наприклад, Ви прочитали цю статтю. Тепер можете прийти на відкритий тренінг Стоматологічного Порталу. Потім раптом забажаєте замовити собі корпоративний тренінг для себе і своїх колег...

... А тому, перед тим, як пропонувати «холодному» (первинному, який ще не знає Вас) пацієнту, наприклад, імплантацію, придумайте, що б таке зробити нескладне, доступне, просте у виконанні, комфортне для нього зі швидко помітним добрим результатом. Навіть вода у чайнику не закипає відразу. Спочатку її треба підігріти. «Підігрійте», лікарю, свого пацієнта. Сподіваюся, метафора зрозуміла. І здоровий глузд ніхто не відміняв: первинний пацієнт не завжди «холодний».

PPPS.: Тільки до 26 листопада 2011 р. для Вас у вільному доступі дві двадцятихвилинні аудіолекції «Як планувати і розвивати Кар'єру Лікаря». Клікайте сюди: <http://richdoctor.ru/stomport.ru>

Продовження в наступному номері

Шановні читачі!

Вітаємо з Новорічними та Різдвяними святами!



2012

Нехай кожен день Нового року додає Вам оптимізму, натхнення та невтомності в роботі, дарує радість, злагоду й добро.

Колектив редакції