

КАДРЫ РЕШАЮТ ВСЕ! КАК ЗНАЧИТЕЛЬНО УВЕЛИЧИТЬ ЧИСЛО КЛИЕНТОВ, СДЕЛАВ ТОЛЬКО ОДНУ ПОПРАВКУ

Если для вашей клиники не нужны новые клиенты, заработки вас вполне устраивают, расширяться вы не планируете, то дальше вы можете не читать эту статью.

Но как показывает опыт таких счастливых клиентов мало, и большинство ищет пути, как же увеличить поток клиентов в свою клинику. И начинает давать рекламу, привлекая клиентов современным оборудованием, врачами-виртуозами, высоким уровнем сервиса и тому подобными вещами. При этом большинство забывает, что успех любой рекламной кампании стоматологической клиники на 50% зависит от человека, принимающего звонки.

Клиент сейчас все более и более привередливый. Ищет поближе к дому или работе, чтоб было не больно, лечение надежным и при этом не ободрали «как липку». При этом большинство платежеспособных клиентов не могут позволить себе роскошь прийти на бесплатную консультацию, чтобы познакомиться с вами, – ему деньги зарабатывать надо. Поэтому, прежде чем прийти к вам и удостовериться, что вы действительно предоставляете классный сервис, он обзвонит несколько клиник и позадаст вопросы. И от того, что он услышит во время этих звонков, зависит, захочет он стать вашим клиентом или предпочтет ваших конкурентов.

Кто у вас отвечает на звонки клиентов? Это специально выделенный человек? Например, администратор (регистратор). Или же на звонок отвечает тот, кто в эту минуту может подойти к телефону?

Даже если у вас есть администратор, для многих руководителей стоматологических клиник он не является ключевой фигурой. И в результате, подбирая администратора, в лучшем случае основной упор делается на милую внешность, красивую улыбку и приятный голос, а в худшем берут первого, кто согласится работать на такие деньги.

Стоит ли тогда удивляться, что до врача доходит один из десяти позвонивших, а то и меньше.

В чем самые частые ошибки при ответах на звонки потенциальных клиентов?

– Выжидательная позиция: отвечают только на интересующий пациента вопрос, и ждут, когда тот задаст следующий.

К.: – Сколько стоит у вас пломба?

А.: – От ... до ...

К.: – Спасибо, я подумаю и перезвоню.

– Отсутствие убедительной презентации услуг клиники.

К.: – Порекомендуйте, пожалуйста, «хорошего» доктора.

А.: – У нас все доктора хорошие.

К.: – А почему он хороший?

А.: – Приходите на бесплатный осмотр – все узнаете.

– Неумение работать с возражениями клиентов, а зачастую даже болезненная реакция на эти возражения.

К.: – А почему у вас такие высокие цены?

А.: – Ну..., такие они у нас. Не хотите – не приходите.

Кстати, фраза «Я подумаю и перезвоню» – это скрытое возражение клиента и если на этом заканчивается разговор, то, скорее всего, вам больше не перезвонят.

– Тон, которым отвечают на звонок клиента. Чувствует ли клиент добрую заинтересованность в нем.

К.: – А можно на 21-00 записаться?

А.: – Да вы что, с ума сошли? Неужто доктор должен круглосуточно ради вас работать?!

Послушайте, что отвечает ваш администратор. Если бы вы были клиентом, захотели бы вы прийти в такую клинику?

Какими же основными качествами и навыками должен обладать идеальный администратор стоматологической клиники?

• **Инициативность** – задача администратора дать потенциальному клиенту другие критерии выбора клиники, кроме цены. Предупредить вопросы и помочь ему с выбором.

• **Навыки работы с возражениями** – потребители стоматологических услуг имеют массу предрассудков и предубеждений, которые необходимо преодолеть, чтобы клиент был наш.

• **Умение убеждать** – мы должны развеивать сомнения клиента и убедить записаться на прием, т.к. только врач может ответить на все вопросы относительно лечения.

• **Обучаемость** – администратор должен понимать, например, с каким материалом вы работаете, каковы его особенности, как он поведет себя через год, два, пять, чтобы он мог донести ваши конкурентные преимущества до потенциального клиента.

• **Стрессоустойчивость** – клиенты бывают разные, и нет ничего хуже, чем раздраженный администратор, кидающий трубку.

Список, безусловно, можно продолжать и продолжать. В нем будет и мотивация на результат, и клиентоориентированность, и ответственность, и трудолюбие, и позитивный настрой, и доброжелательность, и стабильность. Но никакие навыки не могут перевесить, например, отсутствие инициативы и умение убеждать.

Об этих и других вопросах можно подробнее узнать на моих онлайн-семинарах по вопросам подбора персонала, или получить подробную консультацию по скайпу lebedyevaganna. Жду ваши вопросы на адрес редакции, чтобы следующие статьи были для вас наиболее полезны.

Так же **подписывайтесь на рассылку**, посвященную вопросам подбора персонала в стоматологическую клинику на странице: <http://anna-lebedeva.justclick.ru/st>