

ПРАКТИЧЕСКИЙ СЕМИНАР
«Пройдите дорогой пациента!»
Как построить безупречный маркетинг
в стоматологической клинике

Проект: Триумф
Создаем успех 



«Цель маркетинга – сделать усилия по сбыту ненужными. Его цель – так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя сами»

Питер Друкер

(один из основателей современного управления)

Докладчик: Олег КАЛИНИН

Бизнес-тренер, консультант

Занимается управленческим консультированием с 1999 года.

- Основатель проекта «Триумф – создаем успех» (сайт: www.glavguru.ru)
- Практический опыт работы с медицинскими организациями по направлениям:
 - Стратегическое и оперативное управление организацией.
 - Разработка, внедрение и реализация плана создания или расширения ЛПУ.
 - Совершенствование организационных бизнес-процессов.
 - Индивидуальная работа с руководителями.

ПРОГРАММА

Уважаемые друзья!

В вашей клинике действительно хорошая система маркетинга? Предлагаем семинар-практикум, основанный на опыте работы 38 стоматологических клиник. Задача лектора не показать сверхсекретные методы. Наоборот, стандартные решения могут приносить прибыль, главное правильно их использовать. Мы рассмотрим **4 важных** направления работы любой клиники:

Привлекаем «новых», возвращаем «старых» пациентов.

Предпочтения потребителя при выборе клиники

- Действенные способы показать клинику «в лучшем свете»;
- Особенности различных каналов продвижения;
- Увеличиваем количество первичных обращений. Какие рекламные источники работают;
- Почему дорогостоящая реклама часто приносит небольшой доход;
- Сколько нужно пациентов, чтобы загрузить клинику. Сколько следует тратить на маркетинг;
- Управление поведением потребителя;
- Особенности маркетинга на разных «этапах жизни» клиники. Задачи и подход.

Близкое знакомство

- Пациент принимает решение о начале лечения. Повышаем шансы успешной консультации;
- Работа цепочки администратор-врач-ассистент. Сервис и продажи на уровне отдельных специалистов;
- Подготовка персонала;
- Консультация как источник успешной долговременной работы;
- Исключаем агрессивные методы продажи стоматологических услуг;
- Современные подходы к консультированию.

Взаимосвязь лечебных процессов и внутреннего маркетинга

- Как не потерять пациента при длительном лечении;
- Обещания, которые стоит гарантировать пациенту.

«Растим» рекомендации. Лояльные пациенты

- Какие способы стоит использовать, чтобы получить рекомендации пациентов;
- Заработок на «постоянных» пациентах;
- Программы лояльности и их эффективность.

Моя задача как лектора—дать практические инструменты, чтобы клиника получала не разовое увеличение оборота, а долгосрочный результат

ВСТРЕТИМСЯ НА СЕМИНАРЕ!

Проект: Триумф
Создаем успех



Официальный сайт:
www.glavguru.ru

Олег КАЛИНИН

Маркетинг и управление в стоматологии
Автор книги "Как открыть стоматологическую клинику. Практический опыт и идеи успешной работы"

Консультант
Бизнес-тренер
Практик

Телефон: +7.927.213.83.70
e-mail: glavguru@yandex.ru
Skype: oleg.kalinin2