
Впечатление пациента об оптике

Программа

- Что пациент ожидает от оптики?
- Рациональная и эмоциональная оценка впечатлений пациента
- Сервис
- «Фишки» для улучшения впечатления пациента

Что пациент ожидает

Рациональные,
функциональные
преимущества

- Экспертный уровень диагностики
- Отлаженный процесс выполнения заказа
- Функциональное, удобное оборудование

Позитивные
эмоциональные
ощущения

- Доля в сознании – «в хороших руках»,
- Доверие
- Забота
- Понимание, внимательно слушают
- Оптика имеет свой стиль
- Благодарность за выбор оптики

Пациенты редко запоминают технические, функциональные преимущества, которые узнают в оптике

Эмоционально нейтральный

Не персонализированная, техническая информация

Запоминающийся сервис основан на позитивных или негативных ощущениях

Как они обходятся со мной

Ценят ли мой визит в оптику

Могу ли я доверять им проверку своего зрения

Уделяют ли мне здесь достаточно внимания

Что я получу в итоге

Как пациент оценивает визит в оптику

- Пациент получает тысячи впечатлений об оптике за время своего визита
- Общее впечатление пациента основано на эмоции, подсознательном подсчете и оценке позитивных и негативных факторов
- Один сильный негативный фактор блокирует дальнейшее восприятие любых позитивных факторов

Задачи по формированию позитивного впечатления об оптике

- Эффективное донесение функциональной (технической) информации
- Создание запоминающегося эмоционального впечатления, которым клиенту хотелось бы поделиться

Вывод: Позитивные впечатления от визита в оптику необходимо заранее подготавливать, они не должны рождаться случайно, время от времени

Техника создания позитивного впечатления об оптике

Шаг 1

Определите те впечатления, которые должны оставаться у пациента, после визита в оптику «сервисные фишки». Разбейте весь процесс нахождения клиента в оптике на этапы. Придумайте свою «фишку» для каждого этапа.

Пример

Этап

«Сервисная Фишка»

Пациент зашел в оптику

Приветствие улыбкой, обращение по имени,

Ожидание осмотра врача

Удобные ортопедические кресла, чай или кофе, конфеты

В кабинете врача

Теплые полотенца для рук, дипломы врача на стене

Перед уходом

Помочь надеть пальто, попрощаться, назвав по имени

Шаг 2

На каждом из этапов сервисного обслуживания выявите те негативные моменты, которые обычно раздражают клиентов. Подумайте как устранить их.

Универсальные сервисные «фишки» в оптике

что пациент должен чувствовать после визита в оптику

В моей оптике работают
профессионалы

«Это чистое, убранное место»
«Они используют новейшие
технологии»
«Врачи и консультанты
совершенствуют свои знания»

Здесь обо мне
заботятся

«Меня сразу приветствуют»
«Меня внимательно слушают,
стараясь понять , что мне
надо»
«Они будут здесь завтра»
«Они подходят для длительных
отношений»
«Я доверяю этим людям»

Моя жизнь улучшилась
после визита в оптику

«Я чувствую себя лучше, чем до
визита»
«Они действительно помогли
мне найти решения именно
моего вопроса»

Впечатление пациента

все этапы визита



Впечатления пациента

инструменты влияния

- Окружающая обстановка
 - Зрительные, слуховые, обонятельные и осязательные впечатления об атмосфере в оптике
- Люди
 - Общение: слова, жесты, голосовые интонации, мимика, язык тела
- Процессы
 - Логичность, понятность, четкость исполнения

Карта впечатлений пациента

Впечатления пациента

Ключевые категории	Негативные	Нейтральные	Позитивные
	-	0	+
Окружающая обстановка			
Люди			
Процессы			

Результат





Негативные

Позитивные

Окружающая обстановка

- Неудобная парковка
- Устаревшая, запачканная мебель
- Сотрудники не имеют формы
- Неблестящая сантехника
- Недопитые чашки кофе
- Хаотично разложены журналы

- Комфортная, чистая, хорошо освещенная зона рецепшн
- Фото на стенах, демонстрирующие работу команды
- Приглушенный декор, натуральные материалы
- Сотрудники в униформе
- Идеально чистая сантехника в туалете

Люди

- Не чувствуется благодарности за визит
- Нет приветствия
- Тон общения нейтральный, формальный
- Нет зрительного контакта
- Сотрудники болтают между собой

- Моментальное теплое приветствие
- Приветствие по имени
- Выяснение потребности в коррекции зрения
- Подчеркивание высокого профессионального уровня врача

Процессы

- Заполнение бумаг занимает много времени
- Подчеркивание условий, ограничений при выполнении заказа
- Не видны лицензии на право заниматься этим бизнесом

- Быстрый поиск карточки пациента (заведения новой)
- Данные обследования хранятся в электронном виде
- Точная информация о времени, которое займет обследование, оформление заказа



Негативные

Позитивные

Окружающая обстановка

- В кабинете суeta, шумно
- Подставка для подбородка грязная
- Оборудование устаревшее
- Врач без халата, в уличной обуви

- Оборудование современное
- Зоны контактна, дезинфицируются в присутствии пациента
- У врача есть бейдж
- Врач моет руки перед осмотром пациента

Люди

- Приходится ждaть, пока врач закончит что-то писать о предыдущем пациенте
- Нет диалога
- Врач постоянно прерывает
- Врач разговаривает стоя
- Не смотрит на пациента, когда говорит
- Чувствуется спешка при осмотре
- Не может понятно ответить на вопрос
- Использует жаргон

- Теплое приветствие, рукопожатие
- Небольшой вступительный личный разговор
- Всё внимание на пациента, без посторонних дел
- Использование в разговоре персональной информации о пациенте (его образе жизни, медицинской карты)
- Упоминание врачом своего опыта
- Рекомендации лучших решений

Процессы

- Оборудование не работает четко
- Приходится повторять исследования
- Непонятно зачем делается исследование
- Результаты исследования не объявляются и не объясняются

- Быстрое выполнение тестов
- Краткое объяснение сути каждого
- Возможность вывода результатов на компьютер, для хранения данных и демонстрации пациенту

Оформление заказа

Негативные

Позитивные

Окружающая обстановка

- Зона оптики маленькая, плохо освещена
- Небольшой выбор оправ
- Мало дорогих оправ
- Нет логики размещения оправ
- Нет информации о возможности попробовать диагностические КЛ

- Привлекательные, современные стойки с оправами. Понятный стенд в КЛ
- Широкий выбор последних новинок
- Порядок, чистота

Люди

- Механическое, формализованное отношение
- Торопливое, незаботливое поведение
- Корыстные рекомендации
- Давление, продажные техники, преувеличенные аргументы
- Минимальный диалог, нет зрительного контакта
- Рекомендации отражают непонимание пациента

- Полное внимание пациенту
- Постоянные ссылки на его потребности
- Обращение с оправой, как с ювелирным украшением.
- Терпение
- Комплименты выбору

Процессы

- Нет помощи в конечном выборе
- Нет объяснения характеристик и выгод
- Длительное ожидание выполнения (доставки) заказа

- Демонстрация знания вариантов выбора
- Помощь при финализации. Изготовление заказа в тот же день
- Советы по уходу

Для обсуждения

- Какие «сервисные фишки» должны быть в нашей оптике?

Для каждого этапа

- Какие негативные моменты существуют? Как от них избавиться?
- Как создать больше позитивных «фишек»?
- Как нам следует изменить офисные процедуры. Что бы этого достичь?
- Какие необычные «сервисные фишки» могут создать запоминающееся приятное впечатление о нашей оптике, на каждом этапе обслуживания?

Завершение плана по формированию впечатления пациента

- Создайте свою карту впечатлений пациента
- Раздайте копии согласованной с персоналом карты, Каждому сотруднику оптики
- Периодически организовывайте обсуждение карты впечатлений с персоналом, чтобы проверить её сильные и слабые стороны

Вопросы

Maxim Abramov

Professional affairs manager Russia and CIS

CIBA Vision

Novartis Consumer Health Services
S.A., Moscow Representative Office
Naberezhnaya Tower Business Center
Krasnopresnenskaya nab, 18, 14th Floor
Moscow, 123317, Russian Federation
Phone: +7 495 9692165
Fax: +7 495 9692166
Cell: +7 495 9981165
Email : maxim.abramov@cibavision.com

