
Выявление потребностей пациента

Цели встречи с персоналом

- Объяснение компонентов из которых складывается потребность пациента
- Разработать процедуру выявления потребности каждого пациента в нашей оптике, направленную на поиск лучшего для него решения

Составляющие потребности пациента в оптике

Профессиональная диагностика

- Экспертная диагностика и советы по лечению

Отношение

- Персонализированное, дружеское отношение
- Длительные отношения

Продукт

- Лучшие средства коррекции зрения для конкретного образа жизни, интересов и эмоциональных потребностей

Потребность в средствах коррекции зрения



- Хорошая острота зрения
- Длительный срок службы

Специалистов в оптике учат удовлетворять только базовые потребности в коррекции зрения

Но пациент выбирает средство коррекции, основываясь на множестве разных факторов, помимо базовых

Удовлетворение базовых потребностей это только первый шаг



- Максимальное удовлетворение возможно , когда все потребности удовлетворены

	Удовлетворение продуктом, основанное на базовых потребностях	Удовлетворение продуктом, основанное на высших потребностях	
		Продукт	Потребность
Очковые линзы	Однофокальные	Прогрессивные линзы	Молодость, зрение на разных расстояниях
	Бифокальные	Высокоиндексные	Легкие , удобные
		Антибликовые	Стильные, лучше зрение
		Фотохромные	Защита от солнца, удобство
Оправы	Недорогая, возможность повторного использования	Дизайн, Бренд	Выглядеть молодо, модно
Контактные линзы	Месячные/двухнедельные однодневные	Непрерывное ношение	Удобство
		Однодневные	Удобство
		Цветные	Стиль
Солнцезащитные	Качество	Поляризованные линзы	Лучшее зрение, больший комфорт при занятии спортом
		Модный бренд	Стиль, имидж, молодость
		Спорт бренд	Имидж, больший комфорт при занятии спортом самоуверенность,

Раскрытие потребностей пациента

- Пациенты обычно не произносят свои потребности
 - Не знают всех возможных вариантов
 - Не владеют полной информацией
 - Не знают что и как спросить
 - Боятся показаться невежественными или отнять время врача
- Пациенты рассчитывают, что персонал или врач на основе профессиональных вопросов сами выявят то, что нужно пациенту
 - Ожидают, что персонал в курсе последних новинок
 - Нуждаются в персональном отношении, рекомендациях
 - Доверяют совету врача

Раскрытие потребностей пациента

- Соответствие продукта потребности пациента включает:
 - Историю коррекции зрения пациента
 - Профессия и образ жизни
 - Демографические характеристики
 - Персональные интересы

Метод раскрытия потребностей пациента

- Демографические данные (пол, возраст, работа)
- История пациента (хобби, интересы, образ жизни)
- Результаты предварительной беседы
- Презентация продукта (диалог)

Для обсуждения

- С каждым ли пациентом перед осмотром врача проводится диалог направленный на выявление текущих неудобств с очками или контактными линзами
- Когда и как должен проводиться в оптике такой диалог

Удовлетворение потребностей пациента

Определение потребности пациента

Функциональные

Образ жизни

Эмоциональные



Рекомендация

Лучшее решение

Рекомендации не

~~Меню~~

- Пациенты ожидают персонализированных рекомендаций, а не перечисление всего прайс-листа
- Чтение прайс-листа предполагает, что пациент понимает отличия между продуктами. В большинстве случаев это не так

Типичные ошибки при рекомендации товара

- Самую большую ошибку, которую совершают сотрудники оптики, предлагая пациенту тот или иной товар – это их предположение. Что пациент не захочет заплатить больше.
 - Никогда не оценивайте покупательскую способность пациента

Типичные ошибки при рекомендации товара

- Большинство пациентов в состоянии приобрести наиболее премиальные продукты , в случае осознания значительных преимуществ
 - В США на коррекцию зрения приходится менее 1% от всей суммы расходов за год
 - В среднем один член семьи в США тратят 200\$ в год на коррекцию зрения

Типичные ошибки при рекомендации товара

- Другая распространенная ошибка разделение пациентов на носителей очков и контактных линз
 - Почти все носители контактных линз носят очки
 - Одна треть носителей очков заинтересованы в контактных линзах, по крайней мере время от времени

Типичные ошибки при рекомендации товара

- Пациенты обычно заинтересованы в улучшении своей жизни, а не в технических деталях продукции – пациенты платят за преимущества, а не технические свойства продукции

Подчеркивайте преимущества для пациента

«Эти новые линзы не имеют видимой разделительной зоны для дали и близи, как в старых бифокальных очках. В этих линзах Вы будете выглядеть моложе

Технические детали

«Главным преимуществом прогрессивных линз является плавное увеличение адиддации от центральной зоны к нижней части линзы»

Для обсуждения

- Нашим пациентам всегда рекомендуются самые лучшие, инновационные продукты?
- Какие продукты мы должны рекомендовать для разных потребительских сегментов?
- В нашей оптике носителям контактных линз не забывают рекомендовать заказать новые очки?
- Мы предлагаем бесплатную пару контактных линз носителям очков?

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

