
Анализ точек влияния на пациента

Задачи

- Оценка текущего процесса взаимодействия между пациентом и персоналом в оптике
- Создание стандартного протокола, для большинства ситуаций, по порядку общения персонала с пациентом, который должен увеличить удовлетворение пациента от визита в оптику

Точки влияния

- Пациент формирует впечатление в течение каждого момента пребывания в оптике, которые затем складываются в общую оценку оптики
- У каждого пациента существует ряд «моментов истины» или «точек влияния» до прихода в оптику, во время и после визита
- Эффективное управление этими «точками влияния» при помощи визуальных инструментов или правильного общения помогают создать высокий уровень удовлетворения пациента повысить эффективность оптики
 - Дисней, Риц Карлтон и другие великие сервисные компании стали успешными потому что тщательно выстраивали малейшие детали сервисного обслуживания
 - Небрежное отношение к точкам влияния создает путаницу, отрицательно влияет на профессиональный имидж оптики и снижает удовлетворенность пациента

Анализ точек влияния «Моменты Истины»

До визита

Почтовая рассылка
приглашения



Приглашение на
осмотр по телефону



Напоминание о
назначенном визите
по телефону

Во время визита

Парковка

Рецепшн

Опросник

Осмотр врача

Подбор КЛ

Выписка очков

Презентация стоимости услуг / Оплата

После визита

Рекламные
материалы

Интернет сайт

Интернет мэйлинг
новости,
спецпредложения

Телефонные опросы,
контроль соблюдения
срока замены КЛ

Анализ точек влияния

КОМПОНЕНТЫ

ВИЗУАЛЬНЫЕ

+

ВЕРБАЛЬНЫЕ

• Что пациент видит

Декор

Чистоплотность, Порядок

Набор торговых знаков,
вывесок, указателей и др.
элементов, формирующих
образ компании

Внешний вид персонала

Взаимодействие персонала

• Что пациент слышит

Приветствие

Инструкции

Вопросы

Объяснения

Рекомендации

Благодарность

Шаги в Анализе точек влияния

- Определите в деталях что сейчас представляет из себя каждая точка влияния в Вашей оптике
 - Прописана ли стандартная процедура
 - Что пациент видит
 - Что пациент слышит
 - Кто из членов команды отвечает за не исполнение процедуры
 - Какое впечатление создает оптика
 - Какие процедуры необходимо улучшить
 - Что идет не так
- Выявите те точки влияния , которые не работают или работаю неэффективно в Вашей оптике
- Разработайте письменный протокол с перечислением тех визуальных и вербальных элементов (стимулов), которые должен получать каждый пациент
- Используйте письменный протокол для тренинга новых сотрудников

Критерии для оценки визуальных и вербальных стимулов в каждой точке влияния

- Создает у пациента ощущение «желанного гостя»
- Передает пациенту главную задачу оптики - поиск лучшего решения ЕГО потребности
- Создает у пациента ощущение профессионализма персонала
- Оптимизирует время пациента и персонала оптики
- Запоминаемо, неожиданно, представляет собой некую «интересную для пациента историю»

Пример: Рецепшн - Точки влияния на пациента

- Визуальные стимулы

- Зона рецепшн чистая, везде порядок, хорошо освещена, комфортна

мебель в хорошем состоянии

журналов много, они свежие и аккуратно сложены

информация о продукции пациента под рукой расположена у

- Консультант находится за стойкой в униформе

стойка чистая

- Вербальная коммуникация

- Пациента немедленно приветствуют, желательно по имени

«Здравствуйте, спасибо, что зашли к нам»

- Просят заполнить Опросник

«Пожайлуста уделите минутку этому опроснику. Это позволит улучшить качество Вашего обслуживания»

- Выясните есть ли у пациента какие-то сомнения или вопросы

«Есть ли какие-то вопросы на которых Вы бы хотели заострить внимание во время визита ко врачу?»

«Есть ли какие-то вопросы на которых Вы бы хотели заострить внимание перед оформлением заказа?»

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

