

الاستراتيجيات الأمثل لتسويق عيادات الأسنان.

المقدمة:

تواجه عيادات الأسنان الكثير من المصاعب في عملية التسويق، فمن ناحية تمثل الكابوس الأكثر إزعاجًا لصغار السن، ومن ناحية يتجنب كبار السن الذهاب إليها إلا لأشد الأمور؛ وبالرغم من أهميتها إلا الثقافة المجتمعية ما زالت تتعامل مع طب الأسنان أما برؤيته وحش كاسر يسبب الرعب للجميع، وأما كونه مجال جانبي لا يتم إعطائه الاهتمام الكافي، وكونك طبيب أسنان وفي بداية مشوارك الطبي، سيقابلك الكثير من العقبات في بداية طريقك، أولها هو كيفية بناء صورة إيجابية لعيادتك، وثانيها هي كيفية إدارة عيادة الاسنان بفاعلية بالخطوات الضرورية لإعداد خطة تسويقية

جدول المحتويات:

1. ماهية التسويق في طب الاسنان؟
2. الطرق الفعالة المستخدمة في تسويق عيادات الاسنان.
3. أفضل الطرق لتدير عيادتك بشكل احترافي.
4. كيف بإمكان الطبيب زيادة أعداد المترددين إلى عيادته الخاصة؟

1.ماهية التسويق في طب الأسنان؟

يعرف التسويق بكونه مجموعة من العمليات والأنشطة التي تقوم بإكتشاف رغبات العملاء المستهدفين، و إشباعها عن طريق الخدمات والمنتجات المقدمة، وفي حالة التسويق لعيادات الأسنان، فيمكن تعريف المفهوم هنا بكونه مجموعة من الأنشطة التسويقية التي يكون الهدف منها دراسة مرضى الأسنان واحتياجاتهم المختلفة، والعمل على إشباعها بتقديم الخدمات

الملائمة، كاكتشاف حاجة الشباب إلى الحصول على ابتسامة ناصعة البياض، فخلق ما يسمى بـ هوليود سمايل، أو حاجة كبار السن لتنظيف الجير المستمر من على الأسنان، بوجود جلسات تنظيف مخفضة السعر أو ارتفاع الطلبات على زرع الأسنان في فئة عمرية محددة، فتوفير عروض سعرية مغرية وهكذا...

بعض الخطوات التي تفيدك لتكون متميزاً في عملك:

1. اكتشف ما يميزك عن غيرك.
2. أنشئ رابط قوي مع مرضاك.
3. وسع خدماتك الطبية.
4. اخلق ثقافة متميزة لعيادتك.
5. اجعل التواصل معك أمراً سهلاً.
6. قم بتحفيز المرضى وشعورهم بأنهم متميزين لأنهم اختاروك.
7. قم بإدارة عيادتك باحترافية.

2.الطرق الفعالة المستخدمة في تسويق عيادات الاسنان:

نتيجة لما سبق ذكره في الفقرة السابقة سوف نقوم بالشرح المفصل لكل خطوة تم ذكرها أعلاه.

أولاً: اكتشف ما يميزك عن غيرك

المنافسة في طب الأسنان شرسة ولا أحد ينكر ذلك وخاصة إذا كنت تستهدف منطقة سكنية تعج بالمنافسين الأكبر سنًا والأكثر خبرة؛ مع ذلك فخروجك منتصرًا بالحصة الأكبر من المرضى المستهدفين ليس بالأمر الصعب، كل ما عليك فعله هو خلق ميزة تنافسية تجعلك الأفضل من بينهم. قد تكون الميزة مقتصرة على خفض سعر الكشف، قد تكون عبارة عن جلسات تنظيف مجانية، قد تكون عدد من الاستشارات الإضافية، قد تكون الانضمام إلى مجموعة خاصة والمتابعة الحية مع المرضى أول بأول كمجموعات الفيس بوك أو الواتس أب، قد تكون في طريقة التعامل نفسها مع المرضى والراحة التي يشعرون بها معك مقارنة بغيرك من الأطباء. فخلق ميزة تنافسية خاصة بك، تجعل كفة المقارنة التي يقوم بها المريض عند البحث عن طبيب الأسنان تميل في الغالب إليك, قد يهمك الاطلاع على كيفية التسويق عبر المؤثرين.

ثانياً: أنشئ الرابط القوي بينك وبين المرضى

علاقتك مع المرضى وخاصة مرضى عيادات الأسنان تمثل ركيزة أساسية لاستمرار عملك؛ فالخوف الشائع لدى المرضى من هذا النوع من الأطباء، يسهل التغلب عليه إذا شعر المريض بالثقة والراحة عند الدخول إلى عيادتك، لذلك أحرص على:

- بدء محادثة ودية مع مريضك بحيث تكسر حاجز الخوف لديه.
- اعلمه بالخطوات التي ستقوم بها وأهميتها بحيث تجعله مشاركًا فيما تقوم بها ومهيأ له، مع ذلك لا تضخم من الأمر بالشكل الذي يجعله يهاب التجربة وتوتر من إكمال الجلسة.
- إذا كان المريض دائم التردد على عيادتك، فقم بمشاركة بعض التفاصيل التي ذكرها في الجلسات السابقة بحيث تؤكد لديه إنك ملم بحالته جيدًا وتهتم بكل شكوى صادرة منه وطبيعة معاناته في عين الاعتبار لديك.
- اذكر أسماء مرضاك جيدًا عند مقابلتهم، أما بتذكرهم مباشرة أو عن طريق النظر إلى كشوفات الأسماء.
- خصص ساعة في اليوم أو يوم محدد في الأسبوع للتواصل مع مرضاك والإجابة على تساؤلاتهم الهاتفية أو المتابعة معهم من خلال بث مباشر على منصات التواصل الاجتماعى.
- أنشئ محتوى متخصص يجيب على تساؤلات عملائك ويوثق علاقتك معهم من ناحية ترتبط بالمعرفة الخدمية وليست التجارية فقط.

ثالثاً: وسع خدماتك الطبية

يعانى المرضى دائمًا من تعدد المشاوير التي يقومون بها فى رحلة العلاج الواحدة، ففي حالة التعامل مع عيادة الاسنان، فهناك مرحلة الكشف عند الدكتور المختص، ثم التعامل مع معامل الأسنان في حالات التركيب المختلفة، أو التعامل مع دكاترة العلاج الطبيعي في حالات علاج الفكين ثم التعامل مع الصيدليات والبحث عن العلاج المناسب وغيرها من العمليات المترابطة في رحلة العلاج؛ فإذا استطعت أن تساعد في راحة مريضك بوجود كافة هذه الخدمات في مكان واحد، ستكون بذلك ساهمت فى تقليل المجهود الذي يبذله في رحلة العلاج، وفزت لنفسك بميزة تنافسية جديدة.

رابعاً: اخلق ثقافة متميزة لعيادتك

يقصد بالثقافة الصورة الاعتبارية التي يكونها المرضى عن البيئة المحيطة بعيادتك وكذلك طريقة التعامل فيها؛ فإذا كان فريق عملك يستقبل العملاء بوجه جامد وتتعامل أنت معهم بإجهاد وتعب؛ فالنظرة المكونة حول ثقافة عيادتك إن مناخ العمل فيها مهلك ومتعب للجميع، لذلك هناك نسبة لحدوث الخطأ منك أو من العاملين تحت أمرتك. أما إذا تم مقابلة المرضى بوجه بشوش من قبل طاقم العمل وتم مراعاة جميع الفئات السنية باحترام وتنظيم بالإضافة إلى تعاملك أنت شخصيًا باحتراف معهم، سيجعلهم يرون العيادة بكونها مناخ آمن للتعامل معه، بالإضافة إلى رسم صورة اعتبارية احترافية للعاملين فيها, قد يهمك الاطلاع على التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

خامساً: اجعل التواصل معك أمراً سهلا

عندما يبحث المرضى عن طبيب أسنان جيدًا، كل ما يردونه فعله هو الحجز بأسرع وقت. إذا قابل المريض فى هذه الخطوة أحد المعرقلات الآتية من:

1. عدم وجود رقم هاتفي للاتصال
2. عدم وضوح العنوان.
3. عدم وجود رابط للموقع على الخريطة الإلكترونية.
4. خط الاتصال دائمًا مرفوع من الخدمة.
5. صعوبة الوصول إلى المكان
6. صعوبة الحجز عن طريق التطبيقات الطبية المختلفة.
7. صعوبة إيجاد صفحة العيادة أو الدكتور المعالج.

سادساً: قم بتحفيز المرضى وشعورهم بأنهم متميزين لأنهم اختاروك

عملائك الأوفياء هم دائمًا الكنز الأكبر لنشاطك، فكلما كانت تجربتهم معك جيدة، كلما رشحوك لغيرهم من المرضى؛ وهذه الترشيحات الذاتية القائمة على التجربة، دائمًا ما تكون الأكثر تأثيرًا فى زيادة عدد العملاء معك مقارنة بغيرها من أي جهود تسويقية أخرى. فالاهتمام بهؤلاء المرضى تحديدًا وإغراقهم بمجموعة من العروض الخاصة والتخفيضات سيجعلهم يتعاملون معك دائمًا و يرشحوك لغيرهم من المرضى بجانب الدفاع عنك أمام أي دعاية تسويقية منافسة.

سابعاً: قم بإدارة عيادتك بشكل احترافي

تمثل هذه النقطة أهم النقاط التسويقية المستخدمة في عيادات الأسنان؛ فإذا طبقت باقي الاستراتيجيات السابقة وتفاجئ عملائك بأن طريقة الإدارة في عيادتك عشوائية ولا يوجد أي تنظيم فيها، ستضيع كل جهودك هباء دون تحقيق أي ربح مالي أو معنوي منها، بل بالعكس يمكن أن تضر كثيرًا بالتسويق لعيادتك وجعلها تظهر بصورة مزيفة لما تحاول أن تظهره على مواقع التواصل الاجتماعى أو أي من طرق التسويق المستخدمة.



3.أفضل الطرق لتدير عيادتك بشكل احترافي:

تتنوع طرق إدارة عيادات الأسنان باحترافية، لكن جميعها تدور حول هيكلة واحدة للبرنامج المستخدم، بحيث تهتم أغلب البرامج بتوفير الخيارات الآتية لطبيب الأسنان:

1.تنظيم بيانات المرضى من: أسمائهم وسنهم وتاريخ الكشف والمرض الذي يشكون منه وكذلك

تاريخهم المرضى.

2.إمكانية البحث عن المرضى بأسمائهم أو من خلال التاريخ المسجل, قد يهمك الاطلاع على ما هو الترويج.

3.تقسيم العملاء إلى مرضى حاليين ومرضى جدد، مرضى شركات التأمين... هكذا.

4.تنظيم الحجز والكشوفات وكذلك الزيارات والاستشارات.

5.تنظيم الروشتات وجداول الأدوية المتاحة وتنظيم عملية التحرير التلقائي في الحالات المرضية المشابهة.

6.تنظيم ملفات منفصلة لكل مريض مع إرفاق التاريخ المرضي الخاص به .

7.تنظيم الخطط العلاجية وفهرستها زمنيًا طبقًا لحالة التطور المرضى للمريض.

8.تنظيم التعامل مع المعامل الطبية وإرسال واستقبال التقارير عن الحالات المتعامل معها.

9.إضافة وتعديل وحذف البيانات بسهولة.

10.إضافة تقارير الإشاعات وإرسالها واستقبالها أو طباعتها.

11.معرفة إجمالي عدد المرضى في أي وقت وكذلك عدد الكشوفات أو الحجوزات أو الاستشارات.

12.معرفة إجمالي الإيرادات والمصروفات.

13.معرفة الأرباح والخسائر

14.تصميم تقارير طبية وإرسالها واستقبالها وكذلك طباعتها.

15.تنظيم عمل الفريق الطبي وتوزيع المهام ومراقبتها واستخلاص التقارير الوافية حول أداء كل موظف.

16.إقامة نسخة احتياطية من بيانات العيادة المسجلة والعمل على الحفاظ عليها واستعادتها فى أي وقت.

4. كيف بإمكان الطبيب زيادة أعداد المترددين إلى عيادته الخاصة؟

من الضروري لبناء أي علامة تجارية ناجحة بناء تصور ذهني إيجابي وقوي لدى العملاء والعملاء المحتملين عن تلك العلامة، ليس هذا فقط، بل من المهم الإبقاء على هذا التصور بالبقاء دائمًا أمام أعينهم وتذكيرهم بك باستمرار، وهنا تكمن قوة مواقع التواصل الاجتماعي التي تساعدك على البقاء متصلًا بمجتمعك الخاص وإبقاء علامتك التجارية أمام أعينهم وفي عقولهم باستمرار, قد يهمك على سياسة التسعير وأنواعها.

نستعرض معك الان بعض أهم متطلبات إدارة صفحاتك على السوشيال لاستخدامها في التسويق لعيادة الأسنان:

1. تحديد الهدف المطلوب.
2. دراسة المنافسين.
3. تحديد الفئات المستهدفة.
4. تحديد المنصات المناسبة.
5. وضع الميزانية الخاصة بك.
6. خطة محتوى التسويق لعيادتك.

الخاتمة:

إذا كنت ترغب في الاستعانة بأي من شركات التسويق الإلكتروني و إعلانات سوشيال ميديا المحترفة يمكنك التواصل مع فريق بصمة محارف, حيث نقدم لكم مجموعة من المتخصصين في خدمات تصميم المواقع الإحترافية وخدمات السوشيال ميديا و العديد من خدمات التسويق الرقمي المتنوعة, سارع بالتواصل معنا عبر منصاتنا الرقمية المختلفة، أو قم بزيارة موقع بصمة محارف الرسمي على الإنترنت.

مقالات قد يهمك الاطلاع عليها عبر مدونتنا:

مجموعة خطوات تسويقية ضرورية لأصحاب المشاريع.

التسويق عبر محركات البحث.

ما هو التسويق الالكتروني.

مفهوم واهمية التسويق بالمحتوى للمشروع.

ما هو التسويق الاستراتيجي وما هي أهدافه؟

© 2021 Digitsmark. All Rights Reserved.