



→ Δρ. Άννα-Μαρία Γιαννίκος DDS, MSc., MBA ←

Μάρκετινγκ: χρησιμοποίησε το για να νικήσεις τους φόβους σου!

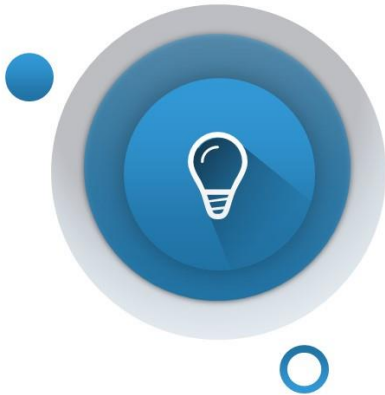
Εμείς γνωρίζουμε καλύτερα από όλους τις κλινικές μας!



'It is not feeling fear that stops us, it's hiding your fear that gets in the way, ... it takes all of our energy...'
Sonia Choquette

ΦΟΒΟΙ/ΑΝΗΣΥΧΙΕΣ

- Πώς θα αποκτήσω ασθενείς; Πώς θα με μάθουν μια και η διαφήμιση απαγορεύεται;
- Πώς θα κρατήσω πελάτες που έχω;
- Και αν γίνει κάποιο λάθος;
- Και αν δεν με εμψυχώσουν;
- Μα δεν ξέρω πως θα διαπραγματευτώ(!);
- Πώς να φύγω κόσμο από το εξωτερικό(ιατρικός τουρισμός)
- Τώρα με την κρίση τι να κάνω; Να ανοίξω δικό μου ιατρείο(θα έχω ασθενείς, θα πληρώνω το τρ. έξοδα, με τι εξοπλισμό;)
- Και αν δεν με πληρώνουν;
- Και αν θυμώσουν;
- Τι θα γίνει με τους φίλους μου;



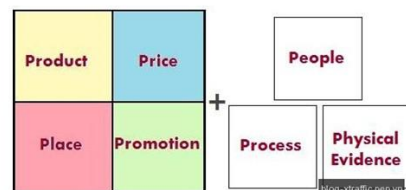
ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Είναι η διαδικασία διαχείρισης, υπεύθυνη για τον προσδιορισμό, την πρόβλεψη και ικανοποίηση των πελατών (ασθενών) επικερδώς.

- Πώληση VS Μάρκετινγκ
- Διδάσκω/προσθέτω αξία/εξευερίσσω/εξοικονομώ

ΜΕΙΓΜΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ- ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ 7P's

1. Product - Προϊόν, Service- Υπηρεσία
2. Price-Τιμή
3. Promotion-Προώθηση
4. Place-Τοποθεσία
5. Physical evidence-Περιβάλλον του παρόχου
6. People-Προσωπικό
7. Process-Διαδικασίες



"Nothing will kill a poor product faster than good advertising".

- Πώς θα αποκτήσω ασθενείς;
- Πώς θα με μάθουν μια και η διαφήμιση απαγορεύεται;



ΠΡΟΩΘΗΣΗ Ή ΜΙΓΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Εκστρατείες Με Θεμιτούς Τρόπους Προώθησης Του Ιατρείου

	Brand	Love/mark
Ιδιοκτησία	εταιρίες	εμείς
παράδοση	επίδοση σεβασμός εμπιστοσύνη	εμποτίζουν οικειότητα και διεγείρονται οι αισθήσεις



Κάθε εταιρεία που προσπαθεί να χτίσει μια 'ιδανική' εικόνα, χάνει την προσωπικότητά της και την εμπιστοσύνη του κοινού.
Richard Branson



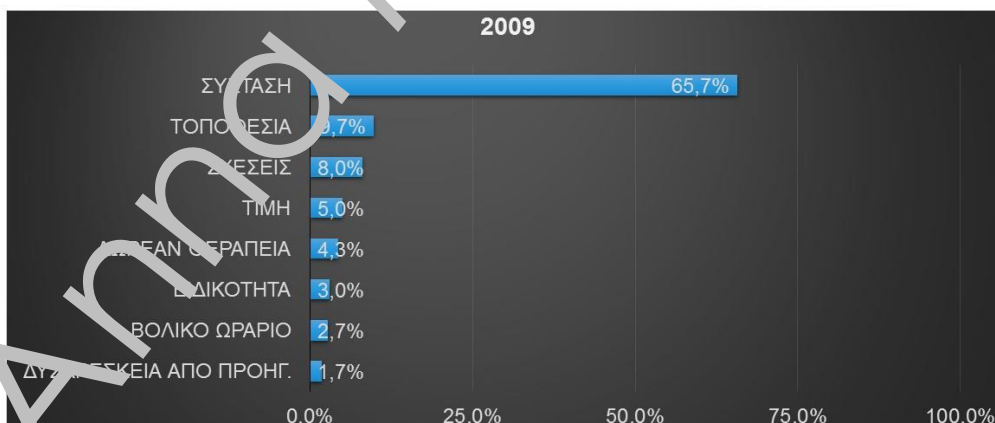
'Αυθεντικότητα είναι καθετί που επικοινωνείς να αντανakλά τις αξίες σου'
Nike

ΑΡΧΕΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΕΣ(CAMPAIGNS)

- 80% από τις συστάσεις
- Η διαφήμιση & οι δημόσιες σχέσεις επίγνωση της παρουσίας
- Μικρή επίδραση στην προσέλκυση νέων πελατών



ΠΟΙΟΣ ΗΤΑΝ Ο ΛΟΓΟΣ ΠΟΥ ΕΠΙΛΕΞΑΤΕ ΤΟΝ ΟΔΟΝΤΙΑΤΡΟ ΣΑΣ;



- 1) Λογότυπο-αποτύπωμα / αναγνωρισιμότητα
- 2) Επαγγελματική κάρτα: Η πρώτη εντύπωση
- 3) Brochure (2)/ σενάριο(script)
- 4) Newsletter (μάρκετινγκ σχέσεων, σύντομο) - μα κανείς δεν το ανοίγει;
- 5) Testimonial (σχόλια) book (ρεσεψιόν) - βίντεο (booking.com)
- 6) Ιστοσελίδα / SM - ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, APP - YIANNIKOS, YouTube channel - 24/7 - '[Because the Answers Have Changed](#)'
- 7) Customer Loyalty Programs- προνόμια
- 8) Τα τηλέφωνα...Γενέθλια...

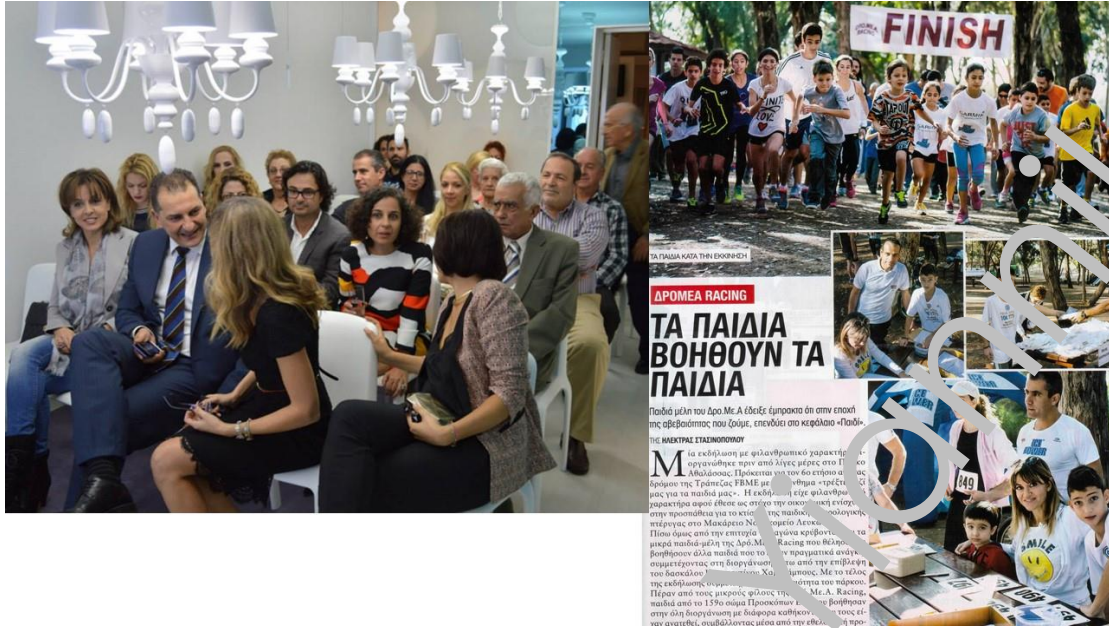


ΠΡΟΩΘΗΣΗ Ή ΜΙΞΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 1/2

Ας μην είμαστε άορατοι. !!!- κυκλοφορείστε & συστηθείτε

- 9) Παρουσίαση σεμιναρίων στους πιστούς ασθενείς
- 10) Συγγραφή άρθρων
- 11) Επαφές με επαγγελματίες





ΠΡΩΘΗΣΗ Ή ΜΙΓΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ 2/2

- 12) Μέλη σε επαγγελματικούς φορείς (ΚΟΦΕΕ)
- 13) Κοινωνικές/ Πολιτικές συγκεντρώσεις
- 14) Επαναπροσδιορισμό του χροπτι
- 15) Μέλος μιας ομάδας δικτύωσης (Rotary club)
- 16) Κοινωνική Εταιρική Ευθύνη

Επιλέξτε τα πιο δυνατά!

-Κάντε ένα σχέδιο δράσης για κάθε μήνα-



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ



*Η φροντίδα των δοντιών σας πριν, κατά και μετά τη
χημειοθεραπεία, ακτινοθεραπεία*



ΠΑ.ΣΥ.ΚΑΦ (Παγκύπριος Σύνδεσμος Καρκινοπαθών και Φίλων)

ΖΟΕ (Παγκύπριος Αντιλευχαιμικός Συνδεσμός)



ΠΑΙΔΙΚΗ ΣΤΕΓΗ - Προληπτική οδοντιατρική



- Πώς θα κοσμήσω αυτούς που έχω;



ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ(SQ)

Ο στόχος μας:

Ανιληπτή υπηρεσία > Η = Αναμενόμενη (προσδοκόμενη) υπηρεσία

➔ Ικανοποίηση του ασθενή -Εξηγήστε!

Οι προσδοκίες των ασθενών με βάση την ποιότητα των υπηρεσιών μας διαμορφώνονται από:

1. Τη στόμα σε στόμα επικοινωνία (=WOM)
2. Προσωπικές τους ανάγκες
3. Προηγούμενη εμπειρία -Νόμος των αξιοσημείωντων(αξέχαστων) εμπειριών ανταγωνιστών μας;



Θέλουμε ικανοποιημένους ασθενείς! Ο ΜΥΘΟΣ!

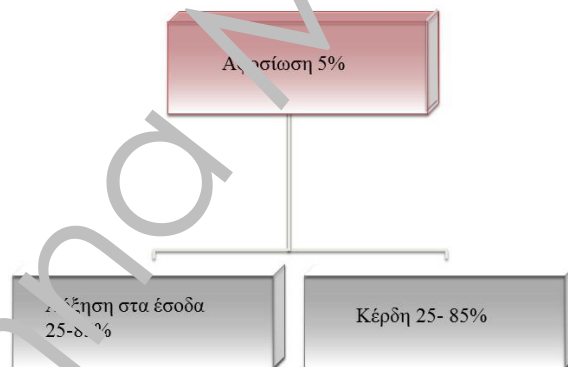
Θέλουμε αφοσιωμένους ασθενείς!

Πρόκληση η δημιουργία μιας αξέχαστης εμπειρίας!!!!!!



ΕΡΩΤΗΣΗ

REICHHELD & SASSER(1990)



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ(1)



1. Εμφάνιση



2. Ασφάλεια



3. Αξιοπιστία-cases



4. Αναπόκριση



5. Δεξιότητες

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ(2)

«Την ποιότητα τη θυμόμαστε πολύ καιρό αφού η τιμή έχει ξεχαστεί»



6. Ευγένεια

Μεταχειριστείτε τους υπαλλήλους σας ως ασθενείς σας και τους ασθενείς σας σαν τους υπαλλήλους σας



7. Εμπιστοσύνη

Απώθηση του ονόματος του ιατρού στην αγορά, φήμη, αξιοπιστία και ειλικρίνεια



8. Προσβασιμότητα

Ελάχιστος χρόνος αναμονής, του ασθενή, βολική τοποθεσία, ωράριο λειτουργίας



9. Επικοινωνία

Η πληροφόρηση του ασθενούς με τρόπο κατανοητό(ι), αλλά και η κατανόηση των πληροφοριών που λαμβάνονται από αυτόν- 'Ωραία';



10. Κατανόηση και γνώση των αναγκών του ασθενή

Η συλλογή πληροφοριών για τις ανάγκες του ασθενή και η κατάλληλη ερμηνεία τους ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΟΙ

‘Ο ΚΑΛΟΣ ΓΙΑΤΡΟΣ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟΣ ΠΟΥ ΚΑΘΥΣΤΕΡΕΙ ΤΟΥΣ ΑΣΘΕΝΕΙΣ ΤΟΥ, ΑΛΛΑ ΑΥΤΟΣ ΠΟΥ ΤΟΥΣ ΣΕΒΕΤΑΙ’

- Συγγνώμη(ΟΧΙ πλαστικός)
- Λύση(γυναικολόγος1-2)
- Δώσε(Λονδίνο, όχι αργοπορία)‘αυτή η θεραπεία είναι δώρο από μας’
- Έλεγξε
- ΠΡΟΣΟΧΗ στις δικαιολογίες!!!!!!!
- αλλαγή(ορθοπεδικός)

ΓΙΑ ΝΑ ΣΕ ΣΕΒΟΝΤΑΙ ΣΕΒΑΣΤΟΥ ΕΣΥ ΕΣΕΝΑ...

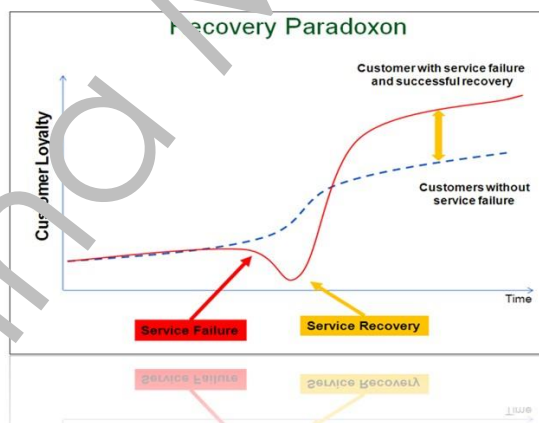
1. δεν αφήνεις περιθώρια
2. το body language είναι ξεκάθαρο
3. έχεις βάλει τα όρια σου πολύ καθαρά
4. δεν φοβάσαι
5. δείχνεις την αυτοεκτίμηση σου
6. δείχνεις την αυτοπεποίθηση σου

- Και αν γίνει κάποιο λάθος;

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΑΝΑΚΤΗΣΗ

"... Η κατάσταση κατά την οποία ο καταναλωτής έχει βιώσει ένα πρόβλημα το οποίο έχει επιλυθεί ικανοποιητικά, και όπου ο καταναλωτής βαθμολογεί στη συνέχεια την ικανοποίησή του ως ίση ή μεγαλύτερη σε σχέση με εκείνη εάν το πρόβλημα δεν είχε συμβεί".

M McCollough & Σ Bharadwaj (1992)



Aegean

Προσωπικό
παράδειγμα(2)

ΜΕΤΑΤΡΕΨΕ ΤΑ ΛΑΘΗ ΣΕ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ 1/2

1. Ενεργείστε δυναμικά - Πείτε το, μην το αφήσετε να το ανακαλύψουν μόνοι τους
2. Καταστρώστε ένα σχέδιο ώστε να είστε σαφής για την επίλυση του ζητήματος
3. Κάντε ότι είναι στο χέρι σας και πέρα ίσως κάποιες φορές από τις γενικής φύσεως κατευθυντήριες γραμμές για την ικανοποίηση του ασθενούς που δεν μεταχειριστήκατε σωστά.
4. Απολογηθείτε

Im
SO SO SO
Sorry

ΜΕΤΑΤΡΕΨΕ ΤΑ ΛΑΘΗ ΣΕ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ 2/2

5. Αποφύγετε το γνωστό παιχνίδι της μεταφοράς ευθυνών, δείξτε τον ενδιαφέρει τον ασθενή μας πώς φτάνει πραγματικά, απλά ότι το πρόβλημα έχει λυθεί
6. Ελέγξτε ξανά ότι ο ασθενής βιώνει ευχαρίστηση και ότι το πρόβλημα έχει επιλυθεί πλήρως.



TAKE
PERSONAL
RESPONSIBILITY



Ο BILL GATES ΕΙΠΕ ΟΤΙ

“Οι παραπονούμενοι πελάτες σου είναι η καλύτερη πηγή γνώσης”

- Οι ασθενείς των οποίων τα παράπονα επιλύονται θα μοιραστούν τη θετική τους μεταχείριση με άλλους 5 πιθανούς ασθενείς
- 54-70% των παραπονούμενων θα παραμείνουν ασθενείς μας εάν και εφόσον στο παράπονό τους έχει δοθεί λύση
- 95% των παραπονούμενων θα παραμείνουν ασθενείς μας εάν και εφόσον το παράπονό τους έχει επιλυθεί ΑΜΕΣΑ



παράδειγμα Σταύρας

ΔΕΣ ΤΟ ΔΑΣΟΣ ΚΑΙ ΟΧΙ ΤΟ ΔΕΝΤΡΟ...

- Προετοιμάσου
- Διώξε το φόβο-Γίνε εφέλικας-χειρότερο σενάριο
- Μην πάρεις τίποτα προσωπικά
- Αφόπλισε(με συννώμη, προσφορά, άνθρωπος)
- Έχεις δίκιο #Σε καταλαμβαίνω
- ‘Τι μπορώ να κάνω για σένα για να μείνεις ευχαριστημένη’

3 ΕΙΔΗ

- Ο βλάκας
- Ο έξυπνος
-ο σοφός



ΔΙΑΘΕΣΙΜΟ ΠΡΟΣ ΑΓΟΡΑ ΣΤΑ
ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΣΤΟ

amazon



www.amazon.com

Άννα Μαρία Γιαννίκος

Link: <http://amzn.com/B00ZRLOIYQ>



ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ

- Μάρκετινγκ
- Διαχείριση προσωπικού
- Οικονομικά
- Λογιστική
- Δημιουργία Προμηματολογίων ικανοποίησης ασθενών



ΤΙ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ

- ▣ Ηγετικές Δεξιότητες
- ▣ Διαπραγματευτικές Δεξιότητες
- ▣ Δεξιότητες παρουσίασης & επικοινωνίας
- ▣ Καταναλωτική συμπεριφορά ασθενών
- ▣ Δημιουργία & παρουσίαση Επιχειρηματικού Πλάνου (business plan)



ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ

Οι εχθροί μας

- ▣ Comfort Zone
- ▣ 'Αποκλείεται να τα καταφέρω'
- ▣ Έκτρινα
- ▣ 'Μπορώ να βγάλω γρήγορα λεφτά'



STATUS QUO

Βήμα 1^ο - Απέλυσά τη βοηθό μου!

- Κρατούμε κοντά μας ΜΟΝΟ τα ταλέντα

Dentistry IQ Magazine

'Dentist In Crisis'

Gold Magazine by IN Business

'How the financial crisis can change many aspects of our lives & business for the better!'



ΑΛΛΑΞΕ Η ΠΕΘΑΝΕ...

Βήμα 2^ο : Αλλαγή προμηθευτών

Βήμα 3^ο : Διαπραγμάτευση δόσεων στα δάνεια

Βήμα 4^ο : Αντιθετη θέση από αυτή του στρατηγιστή Porter

Βήμα 5^ο : Αλλαγή της φιλοσοφίας μας

Βήμα 6^ο : Απομάκρυνση από το δικό μου comfort zone

“Τραπεζίτης είναι κάποιος που σου δανείζει μια ομπρέλα όταν έχει ήλιο και σου την παίρνει πίσω όταν αρχίσει να βρέχει”
Mark Twain

FRUIT FOR THOUGHT

‘Μην αφήσεις ποτέ μια κρίση να πάει χαμένη’
Τσώρτσιλ



ΕΠΙΚΟΙΝΩΗΣΤΕ
Μαζί Μας!

www.dba-aalz.com /
www.yiannikosdental.com

info@yiannikosdental.com

+357 22 764 765

Δρ. Άννα-Μαρία Γιαννίκος DDS, MSc., MBA

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ

