

# Как выстоять в кризис

## Нестабильная экономика отнюдь не означает, что стоматологическая практика должна быть такой же

Интервью с руководителем Бостонского Института Эстетической Стоматологии Константином Ронкиным

**DM.** Нет сомнений в том, что экономическая ситуация непосредственно влияет на стоматологический бизнес практически каждого стоматолога. Если говорить о ведении стоматологического бизнеса, какие вопросы более всего волнуют стоматологов и руководителей клиник сегодня?

**КР.** Ни один из семинаров, которые я провожу, вне зависимости от темы, не обходится без дискуссии о том, где взять новых пациентов или где взять пациентов на данный вид лечения.

Второе место занимает вопрос о том, как сделать так, чтобы пациент поверил вам и принял предлагаемый план лечения без сокращений и полностью произвел оплату, причем желательно до начала его осуществления.

Третью позицию занимает вопрос о снижении стресса на рабочем месте, связанного с пациентами и персоналом.

Помимо этих можно насчитать еще полтора десятка других вопросов, имеющих непосредственное отношение к ведению бизнеса, маркетингу, развитию стоматологической клиники. И это не только потому, что экономическая ситуация оставляет желать лучшего. Основная причина в том, что бизнесу нас в университетах не обучали, и большинство из нас ведет свой стоматологический бизнес по принципу

здорового смысла и прошлого опыта. И то, и другое не всегда дает положительные результаты. Как и лечение зубов или исправление прикуса, бизнес подчиняется строгим законам, нарушение которых приводит к неприятностям. Как правило, преуспевающие клиники применяют ту или иную модель бизнеса.

**DM.** Успех бизнеса зависит, в том числе, и от притока новых пациентов. Как вы решаете эту проблему?

**КР.** С изменением экономической ситуации меньше людей стали обращаться к стоматологу, в особенности для проведения полноценного лечения, эстетической реконструкции, лечения дисфункции ВНЧС. Несмотря на это, при правильном проведении маркетинговой политики количество новых пациентов может оставаться на достаточно высоком уровне и даже расти.

Прежде всего, необходимо предоставлять пациентам помощь на высоком профессиональном уровне. Никакой кризис не может выключить «сарафанное радио». Необходимо, чтобы клиника могла предоставлять все виды лечения, начиная от отбеливания зубов, заканчивая имплантологией и сложной эстетической реконструкцией.

Уровень сервиса также имеет значение. Именно по этому показателю пациенты отличают одну клинику от другой.

И наконец, о вас должны знать. В этой связи внутренний и внешний маркетинг имеет первостепенное значение. Реклама, одна из составляющих маркетинга, тоже имеет свои правила. Наиболее эффективная реклама имеет 8 обязательных пунктов, должна выходить с определенной частотой, иметь определенный эмоциональный тон, соответствующий тону группы людей, которую вы хотите привлечь. Надо помнить о том, что когда речь идет о дорогостоящем стоматологическом лечении, основными нашими конкурентами являются не другие стоматологи, а компании, продающие автомобили, телевизоры с большим экраном, туристические агентства и т.д. А они-то знают, как правильно рекламировать свою продукцию.

**DM.** Предположим, мы можем привлечь пациентов в клинику. Однако большая их часть не может позволить себе полноценный план лечения, ссылаясь на дороговизну, нехватку времени и т.д.

**КР.** Самое главное – необходимо самим искренне верить в то, что предлагаемый план лечения является идеальным для пациента. Но одной веры и энтузиазма не достаточно. Нужно уметь донести эту веру и энтузиазм до пациента.

Для этого существуют определенные методики, которые базируются на психологии человеческого пове-

дения. Знание основных принципов психологии, способность определять эмоциональное состояние пациента, использование даже элементов технологии внушения способствует лучшему взаимопониманию между доктором и пациентом. Именно поэтому средний уровень принятия пациентами предлагаемого плана лечения в нашей клинике составляет более 80%.

**DM.** Как быть со стрессом как фактором, влияющим на успешную работу бизнеса? Говорят, что стоматологи находятся на втором месте среди всех профессий по суицидным попыткам. Есть рецепт и на этот счет?

**КР.** Конечно. Чтобы добиться хороших результатов в бизнесе, каждый участник должен любить свое дело и получать удовольствие от того, чем занимается. Финансовое вознаграждение – это само собой. Но если Вы ходите на работу, что называется

«из под палки», и делаете это только ради денег, то скорее всего, бизнес не будет преуспевать.

Если Вы, придя в офис, видите в расписании пациента, который уже всю душу Вам вымотал за прошедшие полгода, и у Вас в связи с этим только одно желание, чтобы он по каким-то причинам не пришел сегодня, а лучше и завтра тоже, то наверняка такой рабочий день не будет счастливым.

А избежать всего этого очень просто – применять технологию бизнеса в повседневной практике, и те 20% пациентов и персонала, которые отравляли Ваше существование все эти годы, постепенно исчезнут. Вместе с этим Вы увидите, как начнут расти все показатели бизнеса.

**DM.** Где можно научиться технологии бизнеса, о которой Вы говорите?

**КР.** Раз в год у нас в институте проводится однодневный семинар

«Секреты преуспевающего бизнеса», на котором участники не только получают теоретические знания успешного ведения стоматологического бизнеса и маркетинга, но и практические навыки управления, общения с пациентами, использования статистики в менеджменте и многое другое.

На этом семинаре мы, прежде всего, обсуждаем те вопросы, которые в первую очередь интересуют врачей. Почти все участники прошлых семинаров при использовании полученных знаний, отмечали по крайней мере 20-процентное увеличение показателей сразу после семинара.

Бостонский Институт  
Эстетической Стоматологии  
Москва, Мичуринский пр., д.7, корп. 1,  
Тел.: (495) 514-3517, 644-4961;  
[www.dental-spa.ru](http://www.dental-spa.ru)

## Isolite – система изоляции с подсветкой

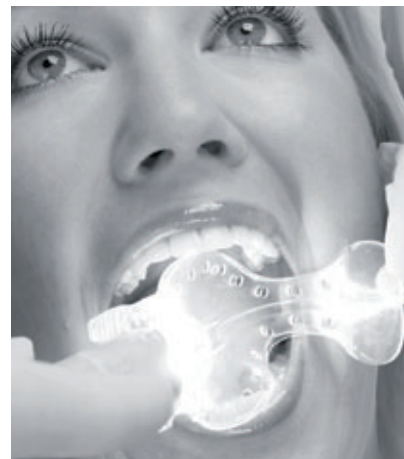
Американская компания Isolite Systems представила устройство, которое обеспечивает одновременную ретракцию, изоляцию, подсветку и аспирацию рабочей области.

Система Isolite реализует концепцию соединения в одном устройстве всех необходимых для надежной изоляции рабочей области функций – ретракции с обеспечением свободного доступа к рабочей области, защиты, подсветки и непрерывной аспирации. И все это возможно всего за 20 секунд, которые требуются для установки Isolite в полости рта. Для защиты языка и щек служит эластичная основа, которая надежно выводит их за пределы рабочего поля, а также предохраняет горлань от случайного попадания в нее инородных тел.

Что касается аспирации и контроля влажности рабочего поля, клиническое тестирование показало, что изоляция Isolite дает превосходные результаты, значительно облегчающие работу стоматолога. Также сис-

тема оснащена эффективной системой бестеневого подсветки.

У Isolite, уже получившей высокие оценки в рейтингах Dental Advisor, Dentistry Today, Dental Shopper и Dental Products Report, есть «младший брат» – система Isodry, в которой отсутствует подсветка: маркетинговые исследования, проведенные Isolite Systems выявили, что многие стоматологи предпочитают по многолетней привычке работать только с внешним светом, несмотря на все связанные с этим неудобства. Встроенный прикусной шаблон Isolite надежно фиксирует положение челюстей пациента, и ему не нужно напрягаться, чтобы постоянно держать рот открытым. Соединенный с системой постоянной аспирации, он обеспечивает непрерывный доступ к рабочей области.



Прибор прост в использовании и, по утверждению производителя, экономит от 25 до 50% времени, затрачиваемого на одно вмешательство.

По материалам пресс-релиза  
компании Isolite systems (США)  
[www.isolitesystems.com](http://www.isolitesystems.com)