

Стоматологическая клиника – это бизнес

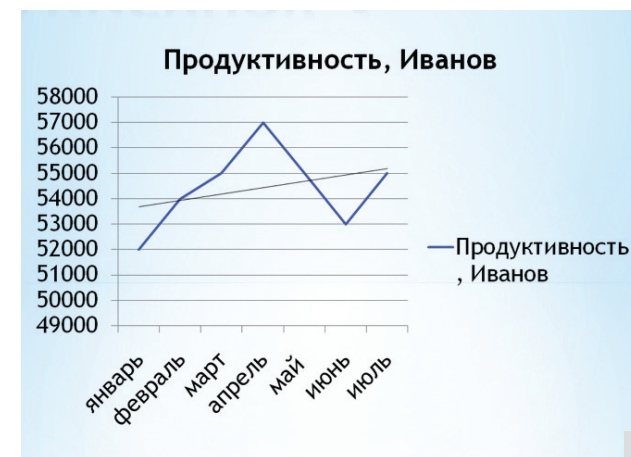
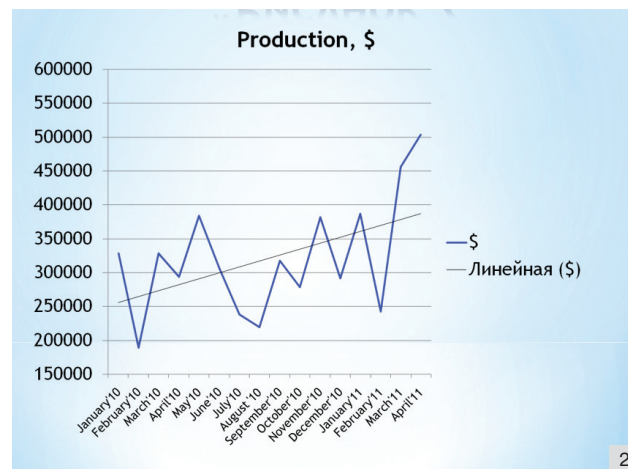
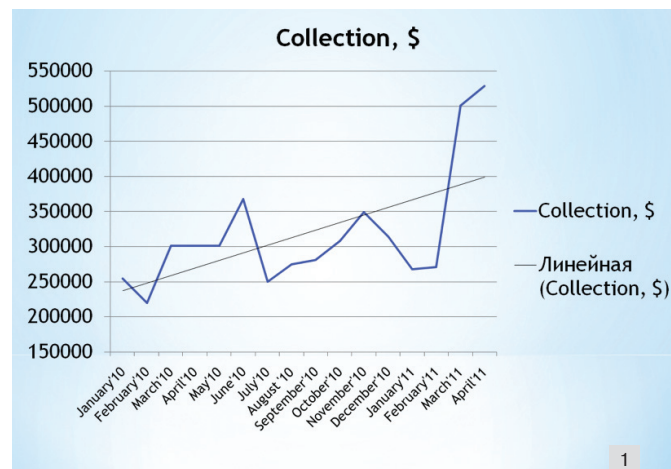
Алена Ольховикова,
Вице-президент
Бостонского Института
Эстетической Стоматологии

Представьте себе, что Вы отличный пекарь и всю жизнь учились как печь вкусные пирожки, и вдруг Вы понимаете, что хотели бы стать стоматологом и лечить зубы. И начинаете работать стоматологом. Как Вы думаете, каковы будут результаты Вашей работы? Ну, в лучшем случае все останутся живы.... Так?

Если продолжить логическую цепочку приведенных выше построений применительно к профессии стоматолога... то почему многие врачи, будучи стоматологами, думают, что они без проблем могут открыть свою клинику, стать ее руководителем и начать управлять практикой, основываясь на собственных ощущениях «здорового смысла», на прочитанном в интернете,

увиденном по телевизору, или подсмотренном у конкурентов? Как вы думаете, можно стать хорошим доктором, основываясь на ображениях здравого смысла, опираясь на интернет-публикации или рассказы других докторов о том, как правильно лечить зубы? Думается, ответ очевиден... Однако, ровно то же самое происходит и в управлении бизнесом, В этой

области существует множество специфических законов и правил, только неукоснительно следуя которым, можно правильно задать курс “стоматологического корабля” и уверенно поведи его в финансово стабильное будущее. Вы спросите, как это сделать? Отвечаю – учиться менеджменту и управлению бизнесом. Все уже давно придумано до нас... и это работает.



Например, существуют специализированные бизнес-школы, ориентированные непосредственно на управление стоматологическим бизнесом. Я заканчивала одну из них в США.

Результатом моего обучения стало внедрение технологий и бизнес-законов, которые вывели нашу клинику на новые рубежи и позволили добиться совершенно недостижимых ранее показателей.

Так, например, внедрение организационной структуры бизнеса с ее 7 подразделениями позволило нам упорядочить работу клиники и всего персонала. Правильная коммуникация между всеми звеньями бизнеса, пациентами, персоналом, внешними агентами нормализовала взаимоотношения, технологический процесс и подняла уровень сервиса на небывалую высоту.

Управление на основе статистик, техника продаж, административная шкала, шкала эмоциональных тонов – вот далеко не полный список инструментов управления, без знания которых ведение бизнеса скорее похоже на игру в рулетку, нежели на спланированное развитие, процветание и рост.

Но не буду голословной – на приведенных графиках (Рис.1-2) представлены показатели работы нашей клиники за последний год. И дело тут не в конкретных цифрах, а в характере роста кривой. Ее стремительный подъем говорит о процветании и росте бизнеса, о его здоро-

вом и предсказуемом развитии. Менее, чем за 1 год мы удвоили свои результаты по доходам, новым пациентам и производительности труда докторов, а это самые важные показатели роста и эффективности бизнеса. Безусловно, увеличилась и прибыль клиники...

Управление на основе статистик позволяет на базе основных показателей определить, в каком состоянии находится стоматологический бизнес в данный момент. Каждое состояние имеет свою формулу, т.е. для каждой ситуации существует свой свод рекомендаций, выполняющих которые стоматолог может улучшить состояние своего бизнеса.

Например, характер показателей производительности труда доктора, представленных на рисунке 3, говорит о «нормальном состоянии» этой статистики. Формула для этого состояния говорит о том, что прежде всего не нужно ничего менять в своей работе, т.е. нет необходимости проводить каких-либо резкие административные акции.

Необходимо проанализировать свою работу и понять, ЧТО именно позволяет улучшать показатели. Если в результате анализа удастся понять, ЧТО это, то необходимо предпринять усилия для того, чтобы использовать свои сильные стороны в большей степени. Но если кривая статистики поползла вниз, необходимо определить, почему так происходит и сразу устранить причину падения показателей.

А теперь перейдем к традиционным, но от этого не менее животрепещущим вопросам – как этого достичь, где это взять и главное что со всем этим делать.

Бизнес-технология, которую мы применяем в своей практике, достаточно проста в понимании, использовании и применении. Начнем с того, что она состоит из нескольких курсов, которые включают себя:

- Основы управления клиникой на основе статистик,
- Финансовое планирование и прибыльность стоматологической клиники,
- Коммуникация с пациентами и сотрудниками – другими словами это технология, позволяющая добиться того, чтобы пациенты принимали предложенный план лечения, сотрудники работали эффективно, а обстановка в клинике при этом была спокойной,
- Общие основы организации стоматологической клиники,
- Внешний и внутренний маркетинг клиники.

И многое-многое другое...

В этом году в Бостонском Институте Эстетической и Функциональной Стоматологии открывается цикл семинаров Школы Бизнеса в Стоматологии, куда включены ответы на все вышеперечисленные вопросы. В рамках этих занятий мы с удовольствием поделимся опытом своего успеха.

Следите за анонсами и расписанием семинаров Бостонского Института Эстетической и Функциональной Стоматологии...

Материал предоставлен
Бостонским Институтом
Эстетической Стоматологии
Москва, Мичуринский пр., д.7, корп. 1,
Тел.: (495) 514-3517, 644-4961
www.dental-spa.ru