

Стандарты сервиса как инструмент продаж медицинской организации

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации
или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

- Что такое «медицинский сервис»? Составляющие идеального сервиса
- Факторы, влияющие на выбор пациентом клиники. Зоны развития вашей клиники
- Показатели качества обслуживания и их измерение. Статистика
- Методика разработки корпоративных стандартов для вашей клиники

Практикум «Разработка документа корпоративных стандартов»

- Как организовать прием с максимальным комфортом? Цикл контакта с пациентом. Примеры стандартов сервиса для врачей
- Типичные ошибки, которые приводят к увеличению времени приема и эмоциональному выгоранию врачей и медсестер
- Организация работы call-центра и reception, современные требования
- Личные продажи сотрудников — как и чему обучать
- Алгоритм телефонных переговоров с пациентом (как экономить эмоциональный ресурс и время)

Практикум — кейс «Анализ по чек-листу телефонных переговоров с пациентом (звонок в клинику участников тренинга)»

- Требования к ведению телефонных переговоров. «Речевки / скрипты» администратора (напоминание о визите, приглашение на профессиональные осмотры, звонки должникам, приглашение на прием и др.)
- Правила презентаций клиники / процедур / врачей

- Разрывы в восприятии качества предоставляемой услуги. Методики оценки удовлетворенности пациента. Ошибки сбора обратной связи (после первичного приема или лечения)
- Техники конструктивного выхода из конфликтных ситуаций с пациентами. Стандарт поведения в конфликте

Практикум — кейс «Отработка типичных возражений пациентов (например, „Почему так дорого?!“»)