

دندانپزشکان بدون مرز

تألیف:

دکتر هرمز هارطون

به نام خدا

مقدمه مؤلف

یکی از سخت‌ترین و نا امیدکننده‌ترین کارها در کسب و کار، آزمون و خطا می‌باشد آزمون و خطا یعنی امتحان کردن و به کار بستن ایده‌هایی که به نظر خودمان و دوستانمان می‌توانند مؤثر باشند بسیاری از این ایده‌ها و نگرشها آنطور که باید کارآمد نیستند و یا اینکه به شکست می‌انجامند این راه بسیار زمان بر و پرهزینه می‌باشد. شما با مطالعه این کتاب می‌توانید از بسیاری از اشتباهات پرهیز کنید و همینطور قدمهای محکم مسیر پیشرفت و موفقیت را بشناسید و از گم شدن در هزارتوی آزمون و خطا اجتناب کنید.

کتابی که در دست دارید به شما ایده خواهد داد که دندانپزشکی نیز مانند هر کسب و کار دیگری از اصول و قوانین حاکم بر بازار پیروی می‌کند و اصول مارکتینگ و فروش بر دندانپزشکی نیز حاکم است اینکه شما علاوه بر داشتن مهارت‌های درمانی نیاز به دانستن و به کار بردن مهارت‌های فروش و مارکتینگ نیز می‌باشید تا بتوانید مهارت‌های علمی خود را بکار ببرید و کسب و کار موفق داشته باشید. این طرز تفکر و نگرش چیزی است که به نظر من شما نیز به آن نیاز دارید اگر شما تئوری و عملی درمان ایمپلنت، ونیر پرسلن و درمان‌های زیبایی را بدانید و با کمال صداقت بهترین و علمی‌ترین طرح درمان ممکن را برای بیمار در نظر بگیرید ولی نتوانید طرح درمان خود را به بیمار بفروشید، موفق عمل نکرده‌اید نتیجه این خواهد شد که بیمار به شخص دیگری مراجعه خواهد کرد و یا اینکه طرح درمان کم هزینه‌تری را که به صلاحش نیست خواهد پذیرفت.

مطالعه این کتاب و به کار بستن توصیه‌های آن شروع موفقیت شما در کسب و کار دندانپزشکی خواهد بود اکثر مطالب این کتاب برگرفته از کتاب "Secrets Of High Dental Performance ۲۰۱" می‌باشد ولی منابع ارزشمند دیگری نیز الهام بخش مطالب این کتاب بوده‌اند در صورتی که مطالعه این کتاب موجب روشن شدن این ایده در ذهن شما بشود که شما مدیر یک کسب و کار هستید و نه فقط یک دندانپزشک در این صورت قطعاً این مسیر را ادامه خواهید داد و روز به روز در این مسیر پیشرفت خواهید کرد.

در نهایت خواهشمندم این حقیر را با نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود راهنمایی بفرمائید. غرض نقشی است کز ما بازماند که هستی را نمی بینم بقایی

پایدار باشید

هرمز هارطون

hormozkasper@gmail.com

فهرست مطالب

۵	راز اول: متمایز باشید
۱۱	راز دوم: روابط عاطفی ایجاد کنید.....
۱۷	راز سوم: تیم دندانپزشکی کارآمد تشکیل دهید
۳۲	راز چهارم: فرصت های طلایی کسب و کار.....
۴۲	راز پنجم: نکات کلیدی در ارائه طرح درمان.....
۵۳	راز ششم: منابع ارزشمند یادگیری.....
۵۷	راز هفتم: «برند» باشید.....
۶۴	فهرست منابع

راز اول

«تمایز باشید»

دندانپزشکان ساخته می‌شوند به دنیا نمی‌آیند! برای موفقیت در کسب و کار دندانپزشکی پذیرفتن این اصل که باید در تغییر و بازسازی مداوم بود الزامی است. اگر می‌خواهید جزو برترین‌های حرفه خود در محیطی که در آن کار می‌کنید باشید باید از دیگران متمایز شوید. احتمالاً شما این داستان را شنیده اید که مدیران شرکت مرسدس بنز مسابقه ای را ترتیب دادند با این عنوان که ایراد و اشکال بنز چیست؟ و برای بهترین پاسخ در آن زمان ۱۰۰۰۰۰ دلار جایزه تعیین کرده بودند. یک خانم خانه‌دار برنده این مسابقه و جایزه آن شد او پاسخ داده بود که " بزرگترین ایراد اتومبیل بنز این است که هرکسی یک بار سوار آن بشود و با آن رانندگی کند دیگر نمی‌تواند با اتومبیل‌های دیگر رانندگی کند!!!!" این یعنی یک تمایز واقعی، تمایزی که اینک دکوراسیون و طراحی مطب، گردش کاری مطب، رفتار پرسنل، نحوه درمان شما و مدیریت مالی مطب شما آنقدر متفاوت و جذاب باشد که اگر بیماری یک بار در مطب شما مورد درمان قرار گرفت دیگر هرگز در هیچ مطبی در آن اطراف به آن اندازه احساس راحتی نکند بنابراین او دیگر به مطب دیگری نخواهد رفت البته اگر شما موفق به ایجاد چنین تمایزی در مطبتان بشوید. به طور قطع هر کسی را درمان نخواهید کرد همانطور که هر کسی نمی‌تواند سوار مرسدس بنز شود و با آن رانندگی کند.

نگاه بیماران به دندانپزشکی گاهی کالاهای کالاهای است. کالا محصولی است که کمابیش با سایر محصولات موجود در گروه خود مشابه است. شکر، روغن، پارچه و دستمال کاغذی کالا هستند معمولاً تنها مشخصه یک کالا قیمت آن است اغلب مردم کیفیت کالاها را مشابه فرض می‌کنند مگر آنکه خلاف آن ثابت شود. نگاه بیماران به دندانپزشکی هم همینطور است. دندانپزشک، دندانپزشک است و جرم‌گیری، جرم‌گیری است عصب‌کشی و روکش نیز کاری است با استاندارد و تعریف مشخص و برایشان مهم نیست که چه کسی آن را انجام می‌دهد. آنها فرض را (حداقل در ابتدا) بر این می‌گذارند که تمام دندانپزشکان از استانداردهای مشخصی پیروی می‌کنند. بنابراین سعی می‌کنند که خدمات دندانپزشکی را به ارزاترین شکل ممکن بدست

بیاورند. بیماران به ندرت متوجه کیفیت عصب کشی و روکش و یا حتی ایمپلنت شما می‌شوند آنها عوامل دیگری را برای ارزیابی کار شما پیگیری می‌کنند. اگر می‌خواهید بیمارانی که به شما مراجعه می‌کنند ارزش خدمات شما را بدانند و هزینه درمان پیشنهادی شما را راحت‌تر بپذیرند و پرداخت کنند بهترین راهکار متفاوت کردن خدمات خویش است. خدمت خود را متمایز و بی‌مانند کنید. راهی پیدا کنید که خدمت شما را از سایرین متمایز نماید راهی اساسی و پایدار که شما را بالاتر و بهتر و متفاوت‌تر از دیگران نشان دهد.

اگر کار شما بهتر و متفاوت‌تر از کار کسانی نیست که هزینه‌هایشان ارزانتر است (یا گمان می‌کنید که اینگونه است) پس انتظار دارید بیماران با چه انگیزه‌ای سراغ شما بیایند؟ تمایزی که هیچ تفاوتی را ایجاد نکند تمایز نیست. راز موفقیت پایدار شما ایجاد تمایز در کسب و کار خود و نشان دادن این تمایز به بیماران است. در ادامه هفت توصیه طلایی برای نحوه انجام این کار را خواهید دید.

توصیه طلایی شماره ۱

• استراتژی کاری خود را مشخص کنید

استراتژی برخی از دندانپزشکان مبنی بر سرعت و بهره‌وری بالا می‌باشد این کار یعنی جذب تعداد بالای بیماران، انجام دادن سریعتر کارها، محول کردن درمان به دستیاران، کم کردن حقوق پرسنل و صرفه جویی در هر چیز برای حفظ زمان و پول. تأکید این نوع سیاست کاری، کسب درآمد بالا از طریق تعداد بالای بیماران و سرعت در انجام کارها و صرفه جویی در هزینه‌ها می‌باشد.

استراتژی نوع دوم مبتنی بر بهینه‌سازی است. این کار یعنی سعی در جذب و حفظ بیماران سطح بالای جامعه، ارائه خدمات با کیفیت بالا، تخصص‌گرایی در خدمات، ایجاد محیط‌های لوکس درمانی، سعی در جلب رضایت بیمار به هر شکل ممکن، قراردادن وقت و فضای کافی برای بیمار و به کارگیری پرسنل بیشتر جهت ارائه بهتر خدمات.

هر کدام از این استراتژیهای کاری معایب و مزایای خود را دارد. نکته طلایی و مهم این بحث این است که شما دندانپزشک عزیز بر حسب شرایط کاری خود می‌توانید در یکی از این استراتژیها موفق عمل کنید. در کسب و کار، اصلی وجود دارد که به طنز این گونه بیان می‌شود (هیچکس همزمان نمی‌تواند دو خرگوش را دنبال کند و بگیرد) فلسفه و استراتژی کاری شما باید مشخص و شفاف باشد و تیم دندانپزشکی شما باید از آن آگاه باشد و بر اساس آن عمل کند.

توصیه طلایی شماره ۲

• در کارتان عالی باشید

خدمت، کیفیت، توجه به جزئیات باید تمام هم و غم شما باشد تا آنجا که در توان دارید و با تمام وجود برای رسیدن به استانداردهای بالای درمان کلینیکی تلاش کنید و همینطور در ارائه خدمات به بیمارانتان به هر نوع جزئیاتی توجه کنید. هر وقت به راستی تصمیم گرفتید که عالی‌ترین خدمات دندانپزشکی را ارائه کنید آنگاه دندانپزشکی، هم برای شما لذت بخش خواهد بود هم برای بیمارانتان. با آنکه بیماران در ابتدا متوجه کیفیت کار شما نخواهند شد ولی کیفیت درمان و خدمات شما در طولانی مدت درک و قدر نهاده خواهد شد.

توصیه طلایی شماره ۳

• از آخرین تکنولوژی ممکن استفاده کنید

از دید بیماران استفاده از تکنولوژی روز به معنی اهمیت دادن به بیمار از راه آموزش وی، عملکرد بهتر و ارتباط مؤثر است. هر چقدر تکنولوژی به کار رفته در مطب پیشرفته‌تر باشد از دید ایشان کیفیت درمان هم بالاتر است.

– نمونه‌هایی از تکنولوژی‌های استفاده شده در مطب:

- بزرگنمایی: استفاده از لوپ دندانپزشکی به کیفیت کار شما کمک بسیاری می‌کند و همینطور به بیمار این حس را القاء می‌کند که شما با دقت بیشتری کار می‌کنید.
- تبلت و مونتورها: برای نشان دادن عکسهای قبل و بعد کار و ثبت طرح درمان بیماران و نشان دادن انیمیشنهای مربوط به درمان‌ها.
- نرم افزارهای مدیریت مطب
- دستگاههای RVG و دوربین‌های داخل دهانی
- لیزر و...

توصیه طلایی شماره ۴

• وبسایت داشته باشید تا در دنیای مجازی دیده شوید

امروزه داشتن یک وبسایت کارآمد تنها یک کار تبلیغاتی نیست بلکه یک لازمه غیرقابل انکار است که به دندانپزشک در گسترش کسب و کار کمک می‌کند.

از همین امروز شروع کنید. یک وبسایت برای خود طراحی کنید. در طراحی وبسایت سعی کنید از افراد حرفه‌ای در این زمینه کمک بگیرید و برای داشتن وبسایتی که واقعاً کاربران اینترنتی را به خود جلب کند هزینه نمایید. کاربران حرفه‌ای رایانه در جستجوی خود اولین اولویت را به کیفیت وبسایت قائل می‌شوند.

داشتن وبسایتی با اطلاعات درست و مفید به همراه یک سیستم ارتباطی قوی از طریق ایمیل شما را به بیماران پیوند داده و همچنین شما را به منبع اطلاعات دندانپزشکی برای ایشان تبدیل می‌کند و در پی خود وفادار ماندن بیماران و ارجاعات بیشتر را به همراه دارد. در حقیقت وبسایت می‌تواند قوی‌ترین ابزار تبلیغاتی شما گردد.

یک وبسایت جامع که به خوبی طراحی شده باشد می‌تواند در دنیای رقابت یک امتیاز مثبت باشد.

معمولاً یک وبسایت باید اطلاعات زیر را ارائه کند:

- ◀ اطلاعاتی در مورد دندانپزشکی، تاریخچه و فلسفه کارکنان
- ◀ خدماتی که ارائه می‌کنید
- ◀ شماره تلفن، آدرس و ساعت کاری مطب
- ◀ تصاویر مطب
- ◀ تصاویر قبل و بعد درمان
- ◀ مقالات مختلف درباره دندانپزشکی و لینکهای مرتبط با آنها
- ◀ خبرنامه در مورد مسائل حال و گذشته مطب
- ◀ پاسخ سؤالات رایج
- ◀ لینک ایمیل
- ◀ سیستم وقت‌دهی آنلاین

توصیه طلایی شماره ۵

• **مطب جذاب و به روز داشته باشید**

مطب شما از خود چه تصویری به نمایش می‌گذارد؟ آیا مطب شما آنقدر حرفه‌ای به نظر می‌آید که کیفیت کارتان را به همانطور که می‌خواهید نشان دهد؟ در مورد طراحی دکوراسیون مطبتان فکر و مطالعه کنید. از حرفه‌ای‌ها در این کار و همینطور از پرسنل مطبتان و بیمارانان نظرخواهی کنید. متوجه باشید که یکی از قوی‌ترین ابزار ایجاد تمایز

دکوراسیون و طراحی مطب شما است و در این مورد جزئیات به اندازه کلیات مهم می‌باشند. البته منظور از دکوراسیون و طراحی مطب، لوکس بودن مطب نیست بلکه مطب باید حرفه‌ای طراحی شده و تمیز باشد و البته تا حدی هم زیبا. اگر می‌خواهید بیماران سطح بالا داشته باشید، باید محیطی سطح بالا ایجاد کنید. همینطور ظاهر شما و پرسنل شما باید حرفه‌ای باشد. در واقع یکی از سخت‌ترین کارها در مطب ایجاد یک ظاهر حرفه‌ای در دندانپزشک و پرسنل می‌باشد. به این موضوع دقت و در مورد آن مطالعه کنید.

توصیه طلایی شماره ۶

• وقت شناس باشید ولی نه برای همه، VIPها منتظر نمی‌مانند

وقت شناس بودن ایجاد تمایز می‌کند چون اکثر دندانپزشکان وقت شناس نیستند ولی فکر نمی‌کنم چیزی شما را بیشتر از این عصبانی کند که به بیماری وقت داده باشید و او بدون اطلاع قبلی سر وقت در مطب حاضر نشود. بیمارانی که تأخیر می‌کنند، بموقع مراجعه نمی‌کنند، جلسات درمان خود را فراموش می‌کنند و برای تأخیر و یا عدم مراجعه خود هزاران عذر و بهانه رنگارنگ می‌آورند به شدت به کسب و کار شما آسیب خواهند رساند. یک نکته کلیدی، طلایی و بسیار مهم این است که اگر سعی کنید در مطب خود با همه وقت شناس باشید به شدت متضرر خواهید شد یک راه حل نه خیلی کامل و بی نقص برای این موضوع این است که به بیمارانتان آموزش دهید، شفاهی، کتبی و عملی در صورتی که سر وقت مقرر در جلسه حاضر باشند با یک ربع تا نیم ساعت تأخیر درمان آنها شروع خواهد شد. ولی در صورتی که سر وقت مقرر در مطب حاضر نباشند پرواز آنها کنسل خواهد شد! و احتمال پیدا کردن جای رزرو هم مشکل خواهد بود.

نکته مهم دیگری که شما باید در نظر بگیرید این است که VIPها منتظر نمی‌مانند. مدیران ارشد، رؤسای سازمانها، کارخانه‌داران، مقامات رسمی، صاحبان مشاغل بسیار پردرآمد و یا پرمسئولیت و همه اشخاصی که ارزش هر دقیقه از زمان آنها بیش از ارزش هر دقیقه از زمان شما باشد منتظر نمی‌مانند. برای ایجاد تمایز با این افراد وقت شناس باشید. تمام سعی خود را بکنید تا این افراد در مطب شما بیش از ۱۵ دقیقه منتظر نمانند. اگر شما دندانپزشکی هستید که تمام بیماران شما افراد سطح بالا و با اهمیت جامعه می‌باشند بنابراین وقت شناس بودن و منظم بودن جلسات درمان شما یک ضرورت است.

مدیریت وقت در مطب دندانپزشکی یکی از چالش برانگیزترین مسائل مطب‌داری می‌باشد با این حال خلاصه و منظور سطور فوق را در یک جمله می‌توان خلاصه کرد. با وقت شناسی سعی در ایجاد تمایز نکنید مگر برای VIPها.

توصیه طلایی شماره ۷

• بازهم جزئیات

"آلفرد هیچکاک" کارگردان مشهور دنیای سینما می‌گوید «یک کارگردانی خوب یعنی کارگردانی جزئیات»

در کسب و کار دندانپزشکی نیز همینگونه است. کلیات را تمام دندانپزشکان کمابیش رعایت می‌کنند و انجام می‌دهند آنچه باعث تمایز شما خواهد شد پرداختن به جزئیات است. در گردش کاری مطب، وقت دهی به بیماران، امور مالی بیماران، درمان‌های انجام شده در مطب، دکوراسیون مطب، ظاهر پرسنل و دندانپزشک و بطور کلی در تمامی امور دندانپزشکی که شما انجام می‌دهید آنچه موجب تمایز شما می‌شود پرداختن به جزئیات است. دندانپزشکی تکنوازی نیست عضو ارکستر بودن است اگر فقط یک ساز، کوک و درست نوازد کل اجرا را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بگذارید با این مثال موضوع را روشن‌تر کنم:

مربیان American Airlines این موضوع را به کارمندان خود اینگونه آموزش می‌دهند: هر روز هزاران کارمند به سختی کار می‌کنند تا رضایت مشتریان این هواپیمایی را حفظ کنند اما اگر رزروی اشتباه انجام شود، یا بلیط اشتباه نوشته شود، یا پرواز دیر شود، یا کارکنان دوستانه رفتار نکنند یا چمدانی گم شود آنگاه برای مشتری اهمیتی نخواهد داشت که بقیه چیزها همگی عالی بوده‌اند یک اشتباه از یک کارمند به معنی کار هزاران نفر از اداره هواپیمایی گرفته تا کارکنان آشیانه هواپیما و خدمه پرواز تمام خواهد شد. شما برای ایجاد تمایز در کسب و کار خود باید هر روز وقت بگذارید تا جزئیات تمام امور مطب خود را طراحی، اصلاح و به روز کنید.

"ری کراک" بنیانگذار مک دونالد می‌گوید: «اگر به ازای هر توصیه‌ای که برای سرعت، دقت و تمیزی به کارکنان مک دونالد کرده‌ام به من یک آجر می‌دادند می‌توانستم روی اقیانوس آرام پل بزنم.»

شما کارگردان، رهبر ارکستر، فرمانده کاپیتان و مدیر مطبتان هستید از امروز شروع کنید.