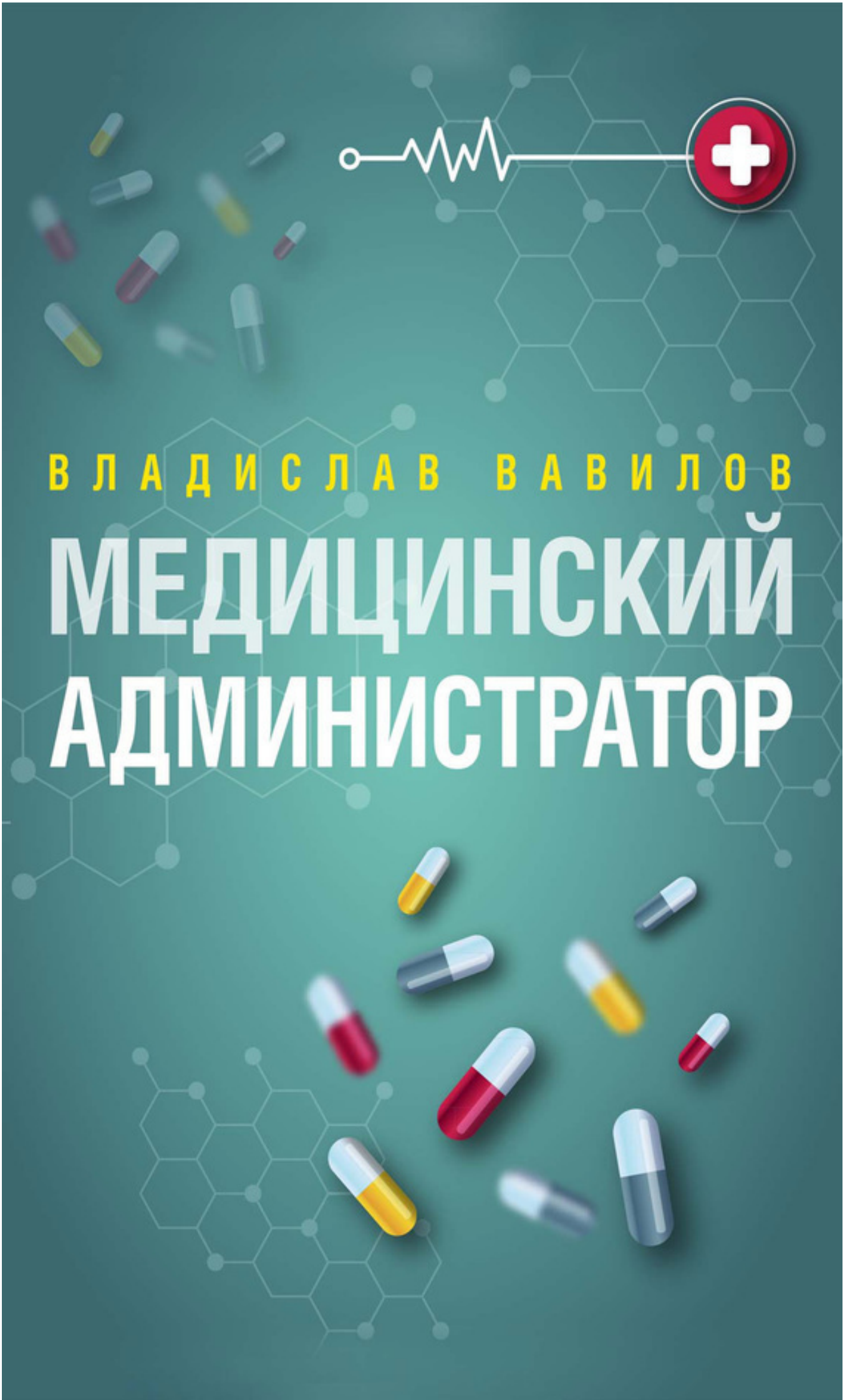
ВЛАДИСЛАВ ВАВИЛОВ
МЕДИЦИНСКИЙ АДМИНИСТРАТОР

Владислав Вавилов

Администратор медицинского учреждения

«Автор»
2016

УДК 005.91:614.2
ББК 51.1

Вавилов В. В.

Администратор медицинского учреждения / В. В. Вавилов — «Автор», 2016

ISBN 978-617-7095-33-9

«Медицинский администратор» – это действительно качественное настольное пособие, как для начинающих администраторов, так и для тех, кто уже имеет опыт работы в данной сфере. Не смотря на название «Медицинский администратор», содержание этой книги и рекомендации, которые приведены в ней, применимы как в медучреждениях, так и в салонах красоты, ведь и в первом и во втором случае клиент приходит за решением своей проблемы, и в том и в ином случае клиент в первую очередь имеет дело с администратором.«Медицинский администратор» – это настольная книга грамотных администраторов, которая помогает улучшить качество обслуживания пациентов, которые благодаря сервису и правильной работе администраторов, становятся постоянными клиентами.

УДК 005.91:614.2
ББК 51.1

ISBN 978-617-7095-33-9

© Вавилов В. В., 2016
© Автор, 2016

Содержание

Вступление 6
Раздел 1. Роль администратора в структуре медицинского учреждения 7
Профессиональные требования, умения, навыки и качества, необходимые для администратора 9
Требования к внешним данным и внешнему виду 10
Умения и навыки 11
Деловой этикет 12
Конец ознакомительного фрагмента. 14

Владислав Вавилов
Администратор медицинского учреждения

© Владислав Вавилов, 2016

*** * ***

Клянусь Аполлоном, врачом Асклепием, Гигиеей и Панакеей, всеми богами и богинями, беря их в свидетели, исполнять честно, соответственно моим силам и моему разумению, следующую присягу и письменное обязательство: считать научившего меня врачебному искусству наравне с моими родителями, делиться с ним своими достатками и в случае надобности помогать ему в его нуждах; его потомство считать своими братьями, и это искусство, если они захотят его изучать, преподавать им безвозмездно и без всякого договора; наставления, устные уроки и всё остальное в учении сообщать своим сыновьям, сыновьям своего учителя и ученикам, связанным обязательством и клятвой по закону медицинскому, но никому другому.

Я направляю режим больных к их выгоде сообразно с моими силами и моим разумением, воздерживаясь от причинения всякого вреда и несправедливости. Я не дам никому просимого у меня смертельного средства и не покажу пути для подобного замысла; точно так же я не вручу никакой женщине абортивного пессария. Чисто и непорочно буду я проводить свою жизнь и свое искусство. Я ни в коем случае не буду делать сечения у страдающих каменной болезнью, предоставив это людям, занимающимся этим делом. В какой бы дом я ни вошел, я войду туда для пользы больного, будучи далёк от всякого намеренного, неправедного и пагубного, особенно от любовных дел с женщинами и мужчинами, свободными и рабами.

Что бы при лечении – а также и без лечения – я ни увидел или ни услышал касательно жизни людской из того, что не следует когда-либо разглашать, я умолчу о том, считая подобные вещи тайной. Мне, нерушимо выполняющему клятву, да будет дано счастье в жизни и в искусстве и слава у всех людей на вечные времена; преступающему же и дающему ложную клятву да будет обратное этому.

Клятва Гиппократа

Вступление

Дорогие читатели, эта книга – мой скромный вклад в развитие медицинского бизнеса. Ведь ни для кого не секрет, что медицина является довольно прибыльным капиталовложением. Несмотря на это, она относится к сфере обслуживания. И каждый пациент хочет, чтобы к нему относились внимательно, с уважением, и не желает чувствовать себя никому не нужным больным, размещенным на больничной койке в коридоре в ожидании врача или медсестры. Я уже не говорю про VIP-сегмент.

Значение администратора медучреждения очень выросло, как и требования к его работе. Врачи раз в два года (или даже чаще) в обязательном порядке посещают курсы повышения квалификации. Но это правило, увы, не распространяется на администраторов. А ведь они первыми встречают пациентов клиники и последними их провожают. Некоторые руководители считают, что этих девушек можно не учить: зачем тратить деньги на повышение их профессионального уровня, когда можно купить красивые диваны и аквариум с рыбками.

Это фатальная ошибка! Администратор медучреждения заслуживает, чтобы его уважали и обучали. Ведь если он по-хамски ответит по телефону или нагрубит тяжелобольному, вы можете потерять деньги, репутацию и пациентов. И даже свой бизнес. И никто не увидит ваших супер-докторов и дорогое оборудование.

Эта книга посвящена работе администраторов, тонкостям общения с пациентами и секретам, которые я открыл для себя, предоставляя консультации и обучая сотрудников медучреждений.

Надеюсь, она станет настольной для администраторов и директоров медучреждений, которые стремятся занять лидирующие позиции и предоставлять максимально качественный сервис, повышая тем самым уровень доверия, лояльности и укрепляя свою репутацию.

Помните клятву Гиппократа: все пациенты, даже неизлечимо больные, должны получить качественное обслуживание.

Раздел 1. Роль администратора в структуре медицинского учреждения

Исторически сложилось, что в больницах и клиниках в советские времена не существовало должности администратора. Были дежурные медсестры, совмещавшие сразу несколько функций. И их всегда невозможно было застать на месте. Ведь они имели среднее специальное образование и делали обязательные уколы между ответами на телефонные звонки. Тогда у пациента не было выбора: хочешь или не хочешь, а как заболит – сразу прибежишь. И будешь лечиться, как миленький. Это было давно, но руководство некоторых клиник продолжает жить прошлым, полагая, что если было хорошо раньше, годится и теперь. Но времена меняются.

Сегодня администратор – важное звено в работе любого медицинского учреждения и ключевой сотрудник в вопросе качественного обслуживания.

Медицина в последние годы стабильно развивается. Если раньше для того, чтобы вылечить зуб или пройти специальное обследование, зачастую нужно было ехать на другой конец города, то теперь остается все меньше уникальных услуг. Услуги становятся доступными. Тому есть простое объяснение: медицинский бизнес очень привлекателен, ведь люди болели и будут болеть. Чуть ли не ежедневно открываются новые медицинские учреждения различного профиля – от обычных стоматологических кабинетов до огромных диагностических клиник. Красивый ремонт, современное оборудование, образованные молодые врачи в белых костюмах с американскими улыбками, стажирующиеся за границей. Но и пациенты стали более требовательными и взыскательными: за свои деньги они хотят получать не только качественное и результативное лечение, но и максимум услуг и удобства. Встал вопрос, кто должен «облизывать клиентов»? Поэтому сетевые клиники сразу задумались об уровне сервиса и плавно начали обучение своего персонала.

Для врачей и администраторов стали проводить тренинги, на которых обучают тонкостям обслуживания клиентов. Именно клиентов: произошел скачок от простого пациента, не имеющего альтернативы в вопросе спасения жизни и здоровья, до клиента, который осознанно выбирает клинику, где им дорожат, понимая, что в противном случае могут потерять доход и репутацию.

Врачи – весьма специфические люди, и что-то я не припомню, чтобы они кого-то сильно ублажали. Они часто ведут себя по-своему, забывая о корпоративной этике и элементарной вежливости. С одной стороны, не слишком приятно, когда ты не встречаешь должного внимания и понимания. Но как эксперт я понимаю, что врачам тоже нелегко, и иногда некоторых пациентов просто хочется придушить еще на рецепции.

В 2016 году пациент – это клиент, требующий оказания качественной услуги за разумные деньги. И, к нашему сожалению, высокая конкуренция ему на руку. Именно конкуренция заставляет искать инструменты удержания клиентов в своем медучреждении, думать, что можно улучшить в работе клиники.

Предположим, вы получили высшее медицинское образование, после интернатуры отработали пару лет в хорошем центре, обзавелись пациентами и решились открыть собственную небольшую узкопрофильную клинику. Но клиенты идут к вам не только за получением определенных услуг, но и за качеством сервиса.

Некоторые скептично настроенные читатели скажут: у меня прием расписан просто на пять недель вперед. Какой там сервис, и на фига мне администратор – и так все довольны.

Я позволю себе не согласиться с подобным утверждением и сделать важную поправку на время. Это сегодня дела у вас идут хорошо. Но завтра под боком может открыться новое заведение, которое будет представлять аналогичный спектр услуг по сходным ценам. Скорее всего,

ваши конкуренты установят новое оборудование и наймут квалифицированных администраторов, которые умеют грамотно работать с клиентами. Часть пациентов может перейти к ним сразу, часть останется преданными вам. Но рано или поздно они поинтересуются, что может им предложить новая клиника. И поверьте, что, вернувшись (если еще вернутся), они расскажут вам, что там их встретили и очаровали. Еще до того, как они попали непосредственно к врачу, их обслужили по высшему разряду. И после первого визита позвонили и предложили прийти снова. А некоторых сразу записали на второй сеанс, но об этом их – уже бывший – доктор вряд ли узнает.

Если вы не хотите быть в числе отстающих, вы просто обязаны обучать своих администраторов. Если же вы – действующий администратор, то обязаны учиться и быть лучшим в вопросе обслуживания клиентов в своей сфере. Договорились?

Мне посчастливилось стать преподавателем первой такой школы, открывшейся в 2010 году. Я работал с более чем 200 администраторами, старшими медсестрами и докторами, занимающимися вопросами сервиса в своих клиниках.

Роль администратора в медучреждениях с каждым днем становится более значимой. И простая девушка, работающая на рецепции, клиентов уже может не устроить. Основная задача администратора – трудиться так, чтобы пациент остался доволен и не только обратился в данную клинику повторно, но и порекомендовал ее своим знакомым.

Администраторы ежедневно сталкиваются с капризными клиентами либо с теми, кто находится в состоянии стресса. Но, как я уже говорил, представьте себе состояние человека, страдающего от болей, или получившего травму, или напуганного результатом первых анализов и сдающего повторные. Причин плохого настроения может быть масса, иногда это просто стоимость базовых медицинских услуг.

Я много раз бывал клиентом и пациентом разных клиник. И поверьте, как ни прискорбно мне в этом признаваться, но вел я себя неподобающим образом. Я, наверное, добавлю, что меня «не берет» анестезия, и зубы лечить мне вдвойне «веселее». Это просто рефлекс: когда ты чего-то боишься – тебе все вокруг не нравится. Пол слишком белый, администратор чересчур навязчивая и так далее. Вспомните себя на приеме у доктора и свое поведение.

Так вот, такой клиент, которого мучают сильные боли, приходит к вам в клинику. И от того, как его обслужит администратор, может зависеть результат лечения.

В условиях рыночной конкуренции роль администратора уже не сводится только к функциям регистратора. Наряду с руководством клиники, врачами, медсестрами, администраторы становятся важнейшим звеном в цепочке продажи медицинских услуг.

Самой своей манерой общения администратор должен демонстрировать пациентам высокий класс обслуживания. От того, насколько правильно он исполняет свои многогранные обязанности, зависит впечатление пациента «на входе» в клинику и принятое им решение – воспользоваться услугами данного учреждения или нет. Поэтому основным критерием эффективности является запись пациента на консультацию или прием.

Для того, чтобы убедить пациента обратиться в клинику, администратор должен в полной мере владеть навыками общения.

Профессиональные требования, умения, навыки и качества, необходимые для администратора

Мы можем сколько угодно говорить о требованиях к внешнему виду администратора, но ключевыми являются коммуникабельность, стрессоустойчивость и стремление оказать помощь. Это – образ некоего идеального администратора, которого вы можете себе представить. Существует ли он на самом деле? Некоторые смело скажут: да, мы знаем таких, и начнут описывать реальных людей, выполняющих свои обязанности за небольшие деньги, всегда готовых помочь и грамотно общающихся даже с тяжелобольными пациентами. Следовательно, важно просто более серьезно подходить к поиску потенциального администратора.

Возвращаюсь к требованиям. Ключевая задача администратора – это помощь, консультации клиентов по всем вопросам работы клиники и продажа сопутствующих услуг.

Вот мы и добрались до десерта. Ведь мы в книге постоянно говорим о бизнесе, а если это бизнес, то нужно продавать услуги. Если заболел зуб или мучают боли в желудке, тогда клиент сам придет и запишется к доктору. Но лекарства и сопутствующие товары тоже следует рекомендовать. А также грамотно и эффективно рассказывать об услугах заведения, работать с постоянными клиентами – это все признаки коммуникабельности. Иногда на собеседованиях я прошу потенциального администратора продать мне ручку. Банально до «не могу». Но вот что я вам скажу: 40–50 % начинают мне рассказывать всякие небылицы относительно того, что они здесь не ручки собираются продавать, а спасать жизни людей. Другие 30 % говорят, что они так сразу не могут мне что-то продать и нужно описать реальную ситуацию. И оставшиеся 20 % с горем пополам начинают мне ручку презентовать. Не понимая, что такое продажа вообще. Путая слова и понятия. Вот такая печальная статистика.

Поэтому коммуникабельность – это наше всё. И ею нужно просто обладать. Администратор должен помнить простое правило: чтобы казаться интересным человеком, надо уметь задавать вопросы. Как это выглядит на практике? Пришел клиент – и его надо сначала спрашивать, а потом рассказывать. А у нас, как правило, наоборот.

Стрессоустойчивость проявляется в работе. Тут многое зависит от типа учреждений. В зубной клинике редко встречаются экстраординарные случаи. Конечно, они бывают везде, но не так часто, как в больницах, где есть реанимационное отделение, либо в детских клиниках, куда привозят больных деток, и не всякий взрослый доктор может на это спокойно смотреть. А об администраторе – я вообще молчу. Все приходит с опытом либо не приходит никогда. Я – противник тестов на собеседованиях, а сторонник простой стажировки. Поверьте, пару дней живой работы покажут, насколько сотрудник стрессоустойчив.

Желание помочь – нынче странное достоинство. И некоторым директорам медучреждений достаточно, чтобы присутствовали первые два качества – остальные можете оставить себе.

Позволю себе не согласиться. Ведь мы говорим о медицине! Да, это бизнес. Да, есть жесткие правила: существуют платные услуги, но клиенты, приходя к вам на рецепцию, обычно беззащитны. Зачастую они измучены болью, ведь общество и власть учат терпеть, и настоящие мужики и женщины будут страдать до последнего, и только тогда обратятся к врачу.

Искренне верю, что с приходом на рынок коммерческой и страховой медицины все кардинально изменится. Правда, для того, чтобы привычка или правило прижились, необходимо много времени. Но к нам сейчас приходят вот такие – с синим пальцем, не спавшие пару ночей, ожидая, пока боль пройдет сама. Но боль не прошла и ничего не помогает. Они стоят на пороге в ожидании спасителя-доктора, который им скажет, что резать не стоит, а нужно принять эти дешевые таблетки и через 3 дня будете бегать, как молодой. А доктор вместо этого говорит, что палец необходимо удалять и вам еще повезло: ещё чуть-чуть – и ногу бы не удалось спасти.

По статистике, 70–80 % докторов выбирают свою профессию, потому что считают медицину своим призванием. Что с ними дальше творит работа и общество, а также представители компаний по производству препаратов, я комментировать не буду, пускай это останется на их совести.

Я не владею статистикой, подтверждающей, почему люди идут работать администратором в медучреждение. Но администратор должен обладать стремлением оказать помощь – и точка. Поверьте, пациенты это чувствуют как никто, и вопрос возврата клиента иногда чаще зависит от администратора, нежели от доктора. Доктора ведь боятся и доверяют ему, как трехлетний ребенок маме, а вот администратор – это другое, ему и на врача можно пожаловаться.

Сразу вспоминаю историю, когда клиент вышел на рецепцию и начал негативно отзываться о стоматологе, который его отчитал, что он, мол, за зубами не следит. А администратор, женщина в годах, сказала: «Он прав, я бы еще по попе отлупила вас, Сергей Геннадьевич. Почему вы себя так не бережете? Мы же вам добра желаем. Вот паста, специальная зубная щетка и ополаскиватель. Чистить зубы два раза в день. Понятно?». «Да, – ответил клиент. – Раз вы мне такое говорите, то точно буду. Спасибо вам большое». Администратор должен помогать клиенту и никак иначе.

Я, кстати, постоянно пишу об администраторе-девушке, но допускаю, что администратором может быть молодой человек. Если, конечно, его устроит уровень заработной платы. Но я не акцентирую внимания на половых различиях. Я встречал администраторов – молодых людей, работающих на полставки. Эти ребята – медбратья, совмещающие несколько работ.

В результате получалось довольно неплохо.

Требования к внешним данным и внешнему виду

Сложный вопрос: идеальный администратор медучреждения – каков он? Каждый директор и собственник клиники представляет его себе по-разному.

Требования к внешнему виду

Внешний вид администраторов – довольно пикантная тема. Кто-то из владельцев думает, что администраторы должны быть одеты в белые халаты: они же работают в медучреждении, а не в салоне красоты или фитнес-клубе. Другие считают, что администраторы должны носить деловую одежду, белую блузку и юбку ниже колена.

Это – желание и видение каждого. Одно могу сказать: внешний вид администратора должен гармонировать с дизайном входной группы и учитывать набор функций, выполняемых администратором. Если он еще и помощник доктора, то вопрос его внешнего вида понятен.

Администратор обязан выглядеть так, чтобы клиенту было ясно: перед ним – квалифицированный специалист, готовый помочь. На каждом предприятии вопрос внешнего вида обычно указывают в документах, регламентирующих работу администраторов. Либо в корпоративных стандартах.

Мои советы довольно просты и выполнимы:

- носить утвержденную руководством форму;
- носить именной бейдж установленного образца;
- макияж должен соответствовать деловому стилю и не быть вульгарным;
- руки должны быть ухоженными;
- следует следить за прической: волосы должны быть чистыми, иметь аккуратную форму (укладка или прическа);
- носить туфли черного цвета, изящного фасона, на каблуке не менее 6 см;
- ювелирные украшения должны быть изящными по форме и небольшими.

Важно! Ни в коем случае внешний вид администратора не должен быть сексуальным и вызывающим. Это совсем не правильно.

Я каждый раз с юмором рассказываю, чего нельзя делать администратору. На мой взгляд, взрослому человеку указывать на то, что ему нельзя что-то делать, не совсем правильно. Если у сотрудника нет понимания простых правил этикета и поведения в обществе, думаю, его не стоит брать на работу. Дороже обойдется его переучивать и объяснять прописные истины.

Но в любом случае важно сообщить сотруднику, что ему можно делать, а чего не стоит.

Список того, чего делать нельзя:

- носить короткие юбки, открывающие вид на ваши бедра;
- специально приподнимать край юбки, чтобы мужчина увидел ваши ножки;
- носить блузки с глубоким декольте;
- сильно благоухать (даже очень вкусной и дорогой парфюмерией);
- обильно себя украшать;
- подчеркивать женскую привлекательность жестами или позой;
- строить глазки;
- в каждом мужчине-клиенте видеть своего потенциального мужа;
- кокетничать.

Умения и навыки

Для работы с входящими и исходящими звонками администратор должен быть хорошим коммуникатором и иметь навыки общения по телефону. При этом он обязан не только правильно общаться по телефону, но и уметь мотивировать потенциального клиента, позвонившего впервые, прийти в клинику. А это уже – навыки продажи по телефону.

Ведение клиентской базы в компьютере – работа очень кропотливая и сложная: необходимо иметь навык. То есть уметь анализировать, структурировать полученную о клиенте информацию и вносить ее в сжатом виде в клиентскую базу, да так, чтобы любой другой сотрудник мог ее потом прочитать. И быть внимательным, ведь компьютеры обычно не ошибаются – ошибается администратор, который неправильно или некорректно вносит информацию.

Работа с деньгами всегда была и остаётся одной из самых трудных и ответственных задач. Даже не все опытные бухгалтеры могут правильно организовать работу по приему наличных.

Взаимодействие администратора с пациентами предполагает наличие у него коммуникативных навыков, знаний типологии клиентов, стрессоустойчивости и навыков работы с конфликтами, претензиями и жалобами. Другими словами, администратор должен быть «белым и пушистым», лицом фирмы и душой клиники. Он обязан уметь в считанные секунды установить психологический контакт с любым пациентом, не покидая при этом стойки рецепции, являющейся серьезным барьером для процесса общения. Эта преграда зачастую не позволяет администратору грамотно выстраивать коммуникацию с клиентом, ведь правило, запрещающее покидать рецепцию, никто не отменял.

Деловой этикет

Для того, чтобы переговоры проходили успешно, требуется соблюдать определенные правила, то есть этикет делового общения. Проще говоря, нужно соблюдать правила хорошего тона.

Соблюдение делового этикета позволяет избежать опасности произвести плохое впечатление на посетителя, поэтому не рекомендуется:

- выглядеть хмурым, угнетенным;
- держать голову опущенной, смотреть исподлобья;
- сидеть, откинувшись назад, скрестив ноги, потирать руки;
- демонстрировать высокомерие, качать ногой;
- выглядеть безразличным, угрюмым;
- смотреть в пол, постукивать пальцами по столу;
- теребить волосы, чесаться;
- жевать резинку.

Грубым недостатком внешнего вида считается:

- неопрятный маникюр, слишком длинные ногти;
- избыточный макияж или его отсутствие;
- ношение не установленной руководством одежды;
- грязная обувь;
- неопрятная прическа.

Администраторы в работе могут столкнуться с проявлениями низкой культуры. Медицинский работник, столкнувшийся с невоспитанностью или грубостью посетителей либо пациентов, должен руководствоваться следующими правилами:

- нельзя показывать огорчение или возмущение, если вас не приветствуют или опаздывают;
- на несправедливое обвинение нужно ответить холодно, но спокойно;
- если собеседник кричит, рекомендуют прием «чужая роль» – войти в его положение: «Я понимаю вас»;
- если собеседник возмущен – выразить сочувствие поддакиванием: «Да, вы правы»;
- если пациент кричит оттого, что не прав, применяйте прием самообвинения – извинитесь!
- если кричат – использовать прием «отстранения» (разглядеть детали костюма, прически, подумать о его возрасте, хобби, семье, проанализировать речь, лексические ошибки). Следить за своим пульсом, «взорвусь – не взорвусь»;
- будьте внимательны с первой минуты встречи. Благодарите, умейте отказать («Да, но…»), учитесь прощаться доброжелательно.

Вспомним известные, но не всегда используемые нами резервы общения:

- не злоупотреблять критикой и не осуждать посетителей;
- реже жаловаться, поддерживая положительную установку;
- убеждать, а не приказывать, берите пациента в партнеры;
- улыбайтесь! Улыбка – знак дружбы и готовности к общению;
- не выражайте сомнение в разговоре, если это может повлечь отрицательную реакцию;
- умейте позитивно закончить разговор;

• не отвергайте человеческих отношений в деловом общении;

• не провоцируйте отрицательных ответов, избегайте словесных обвинений, выражайтесь четко и конкретно по сути дела;

• не ищите виновных и никого не обвиняйте (либо делайте это согласно правилам).

В беседе следует придерживаться пяти нижеперечисленных принципов развития диалога:

Точность. Честность. Корректность и такт. Умение выслушать. Конкретность.

Как происходит процесс коммуникаций клиента и клиники? Если у клиента что-то болит, он обычно идет к знакомому доктору или звонит ему: мол, болит нога, хотя знакомый доктор – зубной врач. Тот его направляет либо к своему товарищу, либо в ближайшую клинику. Возможно, в государственную, но о них чуть позже. Клиент также может найти информацию в Интернете, ориентируясь на отзывы. Вспоминаю, как супруга выбирала специалиста по ультразвуковому исследованию. Так вот, она нашла следующий отзыв: хороший специалист, у него теплые руки, девочки рекомендуют, а вместе с ними к нему на прием часто приходят их мальчики (на УЗИ по определению пола ребенка)!

После определения для себя, кто и почему нравится клиенту, он может набрать номер клиники, при условии, что сможет найти телефон на сайте. И вот он позвонил.

Происходит первая беседа. Как ее проводить грамотно, обсудим в третьем разделе. Далее клиент записывается и приходит в клинику. Администратор может ему дать небольшую телефонную консультацию, даже если о ней не просят. Потом происходит визит. Красивые двери, диван и аквариум с рыбками – это базовый набор. Белые халаты с детства вызывают страх, думаю, у 80 % клиентов больниц. Ведь все в детстве побывали в советских поликлиниках или больницах. Происходит первый контакт, администратор здоровается с клиентом и ведет его к доктору, который очень часто может быть занят, ведь они, врачи, не слишком пунктуальные люди. Либо доктор сам выходит с широкой улыбкой, встречает клиента и провожает его в свой кабинет. Проходит консультация, далее может быть множество сценариев развития событий – все зависит от возможностей вашего предприятия. Но чаще всего пациент получает рекомендации. Если же он должен записаться на повторный визит, доктор может его привести на рецепцию и передать его в очаровательные руки Ольги Денисовны (предположим, так зовут администратора). А Ольга Денисовна уже запишет клиента на повторный прием и подскажет ему, что будет происходить дальше. Обычно пациент может пожаловаться Ольге Денисовне. На стоимость консультации, когда она его будет взимать с него плату, или на самого доктора, которому в лицо он обычно боится это сказать, ведь клиента могут некачественно обслужить.

В этом простом сценарии администратор присутствует постоянно. И важно, чтобы он работал максимально грамотно.

Чего нужно избегать во время разговора

Любые переговоры – это диалог. Если переговоры становятся вашим (или другой стороны) монологом, то ясно, что продуктивного сотрудничества нет и не будет. Ваша задача – добиться, чтобы диалог не превратился в монолог. Для этого требуется уметь слушать и вовремя задавать правильные вопросы.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.