

Checklist: SUCESSO NA ODONTOLOGIA



CARLOS PESSOA
workshops e palestras

CHECKLIST: SUCESSO NA ODONTOLOGIA

Reunimos dicas essenciais para que os dentistas no início de carreira tenham sucesso



O início de qualquer carreira profissional não é fácil para ninguém.

Mesmo para os dentistas, principalmente para os recém-formados e também para aqueles que ainda estão no início de carreira, são grandes as dificuldades para investir no consultório odontológico e já conseguir uma agenda cheia de clientes.

Por essa razão, são forçados a buscar sua remuneração trabalhando “part time” para rentabilizar seu tempo profissional, optando por uma ou mais das seguintes alternativas (entre outras):

- *Buscar amparo em consultórios dos pais, parentes ou amigos;*
- *Conseguir credenciamento em algum plano de saúde para atender seus conveniados;*
- *Trabalhar como empregado nos grandes consultórios odontológicos;*
- *Obter contratos temporários em instituições e órgãos públicos;*
- *Tornar-se franqueado das empresas de serviços odontológicos populares de baixo custo.*

Entretanto, todas essas alternativas nem sempre oferecem uma relação custo/benefício vantajosa pois usualmente proporcionam uma remuneração relativamente baixa em relação ao enorme esforço de trabalho que é exigido.

Para livrar-se dessas limitações e melhorar consideravelmente sua remuneração, é necessário que o dentista, além de ter seu próprio consultório, consiga também ter suficiente atratividade para conquistar clientes dispostos a pagar um preço “premium” por seus serviços odontológicos.

Atratividade significa, basicamente, que os serviços profissionais de um específico dentista sejam muito desejados por todos aqueles que têm algum tipo de demanda odontológica na sua especialidade.

Mas, como fazer para alcançar a atratividade na odontologia?

Você sabe o que é posicionamento?

Bem, posicionamento significa o primeiro a ser lembrado na mente das pessoas.

Pense agora nos seus colegas de profissão (inclusive você): quais são aqueles que mais se destacam nos diversos campos da Odontologia?

- *Quem é o “Papa” da Odontologia estética?*
- *E quem é o “Pelé” da implantodontia?*
- *E da cirurgia, da ortodontia etc.?*

Os nomes que você acabou de lembrar representam aqueles profissionais que têm o melhor posicionamento e, conseqüentemente, são os mais bem-sucedidos.

A razão desse sucesso é muito simples de entender, porque o posicionamento valida a atratividade do dentista.

Sem dúvida que a capacidade técnica, a destreza e a competência nos procedimentos odontológicos são indispensáveis para a construção da notoriedade e prestígio, mas a boa fama, entretanto, não está vinculada somente a isso, porque conhecemos dentistas competentes e com grande destreza que não são famosos.

É preciso algo mais...



CHECK LIST

1ª) REFORCE O VALOR DOS SEUS SERVIÇOS ODONTOLÓGICOS

Um aspecto crítico da prestação de serviços odontológicos é a compreensão de que o cliente é uma parte ativa e integrante do processo, por causa da sua presença física durante a realização do serviço.

Aparência do consultório ou da clínica

Decoração, impressos (bloco de receitas, cartões), funcionários uniformizados

Infraestrutura para o cliente e instalações de apoio

Computadores, equipamentos odontológicos modernos, cadeiras reclináveis e confortáveis, toaletes adequadas, toalhas limpas, materiais descartáveis para consumo na consulta ou na intervenção, instalações para proporcionar conforto e entretenimento na recepção

Interação com o processo:

Rapidez no atendimento, facilidade de acesso ao consultório ou clínica

Interação com os funcionários:

Benefícios psicológicos facilmente percebidos pelos clientes, como atenção, interesse, zelo, gentileza, simpatia.



2ª) PROMOVA A “PERCEPÇÃO DE SUA COMPETÊNCIA” NOS CLIENTES

Ninguém vai obter fama, reconhecimento ou progresso simplesmente porque acha que merece. Alguém mais tem de pensar assim também.

Uma coisa é como você se vê; a outra é como você é percebido pelos outros. Na realidade, você é o que as pessoas percebem, ou seja, ninguém é o que pensa que é.

Não basta ao dentista ser competente, ele tem que parecer, ou seja, ele também tem que dar a aparência que é competente.

Portanto, a definição de competência também está vinculada à percepção dos outros, ou seja, competência é tudo aquilo em que você é bom e os outros acreditam.

Cuide de sua aparência

Não somente a aparência física (trajes, unhas cuidadas, asseio pessoal) mas também a aparência psicológica (estado de espírito, humor, amabilidade, cortesia)

Reforce a percepção de sua competência profissional:

- *Escreva textos sobre sua experiência ou expertise profissional e os publique em alguma revista especializada ou jornal, ou mídia.*
- *Grave vídeos sobre temas de sua especialidade e que possam ser úteis às pessoas e os publique no Youtube ou nas mídias sociais.*

Mantenha um ótimo relacionamento com colegas de profissão

Tente participar ativamente de sua entidade de classe.

Construa seu “network”.

Tenha registro dos aniversários e acontecimentos importantes relacionados aos seus clientes, amigos, ex-colegas e pessoas importantes, contatando-as ou enviando-lhes mensagens, e-mails e cartões nas épocas próprias.



3ª) VALORIZE OS DETALHES

A prestação de um serviço odontológico deve atender às expectativas dos clientes em relação a determinada demanda por meio de:

- *uma solução básica ou primária (que pode ser representada, por exemplo, pela busca da sua saúde bucal ou estética),*
- *mas que deve também ser ampliada para atender a outras necessidades, vamos dizer, secundárias (detalhes), muitas vezes, não explícitas pelos clientes e que podem considerar, por exemplo, uma disponibilidade de agenda do dentista para atendimento no curto prazo, pontualidade e acolhimento.*

O perfeito entendimento e atendimento das necessidades básicas ou primárias do cliente somado com a ampliação da solução para suprir também suas necessidades secundárias (os detalhes) é que vão superar as expectativas e realmente farão a diferença na percepção dele.

Atenda às necessidades básicas (ou primárias) dos clientes

Identifique suas demais necessidades por meio de uma “escuta” refinada

Atenda também suas necessidades secundárias (detalhes)



4ª) CONSTRUA A RELAÇÃO DE MÚTUA CONFIANÇA COM OS CLIENTES

Um dos principais elementos que constroem a boa fama e notoriedade de um profissional está vinculado à “aura” de confiança que ele transmite.

Por isso, esse é um importante ponto a considerar para construir uma boa fama e reconhecimento: desenvolver uma imagem de confiabilidade.

Nenhuma outra condição possibilita tamanha capacidade de relacionamento ao ser humano do que a inspiração através da confiança irrestrita entre as pessoas. A confiança mútua melhora o relacionamento entre as pessoas, facilita a convicção, a influência, a persuasão e, principalmente, a consolidação desse relacionamento.

Ética

Nossos procedimentos têm que ser legais, imparciais e coerentes com nossos princípios.

Sinceridade, lealdade

Significa agir, fazer ou dizer de acordo com aquilo que acreditamos, com aquilo que sabemos ser verdadeiro.

Credibilidade

Credibilidade significa cumprir aquilo que se prometeu. Elabore um contrato de prestação de serviços.

Transparência

Quanto mais buscamos maquiagem a verdade, mais ela fica intensa e distinta. A falta de regras claras provoca a desconfiança.

Competência

A competência favorece o respeito, a reputação, o prestígio, a notoriedade e o status, além disso legitima a argumentação das pessoas. E, mais importante, ter competência para indicar outro profissional mais adequado, quando necessário.

Compromisso

O comprometimento em relação aos seus princípios e com o cliente dá respeitabilidade ao dentista e enfatiza seu poder de convicção.

Coerência

A prática tem que estar alinhada ao discurso.

5ª) DIVULGUE SUA IMAGEM

Para você ser percebido e respeitado como um profissional de referência, é fundamental que você divulgue seu trabalho e suas conquistas para todos, principalmente para seus clientes e colegas de profissão.

Tente expandir sua base de contatos nas mídias sociais

Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn, Facebook

Crie seu próprio website

Publique nele seus artigos, seus vídeos, suas atividades profissionais

Constitua seu próprio “Canal” no Youtube

Publique vídeos atraentes (e seus, de preferência)

Inicie um grupo profissional na sua especialidade no LinkedIn

Construa um banco de dados

Envie e-mail marketing para seus contatos



Você pode até estar pensando que dá muito trabalho cumprir todas essas exigências.

Mas o investimento para alcançar a notoriedade e o posicionamento vale muito a pena.

Sabe a razão? Muito simples: o bônus para quem alcança o sucesso na odontologia é duplamente compensador.

Em primeiro lugar, promove a fidelização dos clientes antigos e, ainda, proporciona um enorme potencial de atratividade para novos clientes.

E, mais, legitima a possibilidade não só de cobrar preços justos e mais compensadores pelos serviços odontológicos “premium” prestados como também de poder escolher o tipo de cliente que desejará atender. Isso não tem preço!

Pense nisso.

Sucesso!!!

