
OBSŁUGA KLIENTA, PR I MARKETING ZAKŁADU LECZNICZEGO

Cele szkolenia

- Zdobycie umiejętności budowania marki placówki weterynaryjnej.
- Poznanie zagadnień związanych z budową marki, działań dozwolonych prawnie, schematów działania „nie wprost”

Jak pracujemy

Pracujemy metodą, która pozwala skutecznie i szybko przyswoić praktyczne umiejętności, a także zweryfikować własne nawyki i nastawienia. Przygotowany przez nas praktyczny trening pozwala na **uczenie się poprzez doświadczanie**. W każdym bloku znajdą się przykłady z życia zawodowego uczestników szkolenia, pomaga to w lepszym i szybszym zrozumieniu przedstawianych zagadnień.

Warsztaty opieramy na **metodzie Sekwencyjnego Uczenia Grupowego** polegającej na:

- a. Zmianie postaw i nabyciu nowych umiejętności poprzez wyciąganie wniosków z praktycznych ćwiczeń (autorefleksja).
- b. Uczeniu się poprzez angażujące zadania i techniki – od zaangażowania osobistego poprzez obserwację własnego zachowania oraz zachowania innych osób, prowadzącego do wyciągania wniosków i ich zastosowania w nowym, skorygowanym działaniu, skuteczniejszym niż dotychczasowe.
- c. Eksperymentowaniu i zapewnieniu przestrzeni na błędy, a także konstruktywnym feedbacku indywidualnym i grupowym, tworzącym tym samym atmosferę współpracy i współdziałania.
- d. Trenowaniu nowych umiejętności i sprzyjających postaw, aż do uzyskania rezultatów już na szkoleniu.

Dbamy o to, aby **wiedza i umiejętności** przekazywane podczas szkoleń **były praktyczne**. Teoria jest jedynie punktem wyjścia. Naszym celem jest dostarczenie **umiejętności wykorzystywania poznanych zagadnień w codziennej pracy zawodowej**, a niekiedy i w życiu osobistym.

Program szkolenia

Moduł 1 Komunikacja w gabinecie weterynaryjnym

- Procedury obsługi- gwarancja pozytywnej atmosfery
- Standardy zachowania
- Badanie potrzeb i oczekiwań

Moduł 2 Kreowanie marki gabinetu weterynaryjnego.

- (czym jest marka? etapy budowania marki, tworzenie i budowanie strategii marki, zdefiniowanie wizji i tworzenie wartości marki).
- Ile jest marki w Twojej marce (analiza obecnego wizerunku marki).
- Budowanie tożsamości i wizerunku marki.
- Kreowanie wizerunku poprzez całościową identyfikację firmy (logo, wizytówka, strona www, materiały reklamowe, wizerunek personelu)
- „Marketing szeptany” w budowaniu marki
- Jak zwiększyć wartość gabinetu weterynaryjnego dzięki marce?

Moduł 3 Sprzedaż usług medycznych

- ustalanie cen,
- pakietowanie,
- techniki sprzedaży

JAKIE KORZYŚCI DAJE SZKOLENIE?

Komunikacja z pacjentem

Komunikacja z pacjentem i jego pupilem to klucz do prawidłowej obsługi. Jej nauka jest podstawą każdego szkolenia - uczestnicy uczą się zasad rozmowy i sposobów postępowania w konkretnych sytuacjach w toku obsługi. Dzięki temu wiedzą jak zbudować długotrwałą relację, osiągać wzajemne porozumienie i mają możliwość kształtowania nawyków.

Standardy obsługi

Na szkoleniach wypracowujemy standardy zachowania podczas obsługi pacjentów. Dzięki temu uczestnicy uczą się budować wizerunek gabinetu i tworzyć atmosferę troski i opieki.

Zrozumienie roli marki

Osoba, która pojmuje znaczenie jakości swojej pracy i wizerunku marki na tle funkcjonowania gabinetu, łatwiej podejmuje wyzwania i podnosi standardy obsługi.

Poznanie zasad sprzedaży usług medycznych

Uczestnicy szkolenia zapoznają się z praktycznymi wskazówkami wzrostu sprzedaży usług medycznych.

Metody pracy, które zastosujemy podczas szkolenia:

- case study,
- warsztaty,
- ćwiczenia na autorskich arkuszach,
- burze mózgów,
- ćwiczenia indywidualne, grupowe,
- dyskusje.