



diferenciación

Establecer una comunicación coherente y efectiva de tu clínica dental, será el factor determinante para:

- 1) Atraer nuevos pacientes.
- 2) Fidelizar a la cartera de pacientes actual.
- 3) Facilitar recomendaciones de pacientes actuales a pacientes potenciales.

Uno de los aspectos claves que tratamos, es la siguiente relación:

SATISFACCIÓN > FIDELIZACIÓN > RECOMENDACIÓN

Para que entiendas perfectamente la importancia de trabajar en un modelo de excelencia, contarte la **Historia del Croissant**:

Vamos a suponer, que tu desayuno diario es: un café con leche y un *croissant*. Un día, acudes a una nueva cafetería, que está algo alejada de tu clínica dental y de tu entorno habitual.

Te planteamos tres situaciones:

- 1) El café y el croissant están buenos, con una relación calidad-precio adecuada. :) |
- 2) El café estaba frío, la cubertería sucia y la atención del personal ha sido nefasta y lenta. En la cafetería, además, hacía frío. :(
- 3) Lo que empezó como un sencillo desayuno, ha sido toda una sorpresa: un dj pinchaba vinilos con música francesa, el café estaba delicioso y un camarero te ha atendido rápido y con una gran sonrisa, invitándote a dos *vermouth* para el domingo. :)

Nuestra pregunta es: ¿en qué situación crees que compartirías esa experiencia, que es parte de una actividad cotidiana?

Lo más probable, es que la situación 2) la compartas con varias personas de tu entorno, recomendándoles que NO vayan esa cafetería.

La situación 3) si es MUY SORPRENDENTE la compartirás entre amigos, familiares, rrrs, y probablemente regreses a esa cafetería, a pesar de la distancia de tu zona habitual.

Lo que es un hecho casi seguro, es que NO vas a compartir la situación 1) con nadie.

Si esto lo extrapolamos a nuestra clínica dental, queremos que consideres las siguientes reflexiones:

1. Cuando tu percepción es neutra respecto a un servicio, no la compartes con tu entorno más cercano.
2. Cuando un servicio no cumple nuestras expectativas, es decir la calidad esperada es superior a la calidad percibida, nuestro grado de insatisfacción es elevado y por tanto, NO lo recomendamos.
3. Solo recomendamos aquello que supera nuestras expectativas.

La situación ideal, que deberías marcarte como objetivo en la experiencia de tus pacientes, es la tercera opción. Para ello tienes que centrarte en dos acciones:

Trabajar en un modelo EXCELENTE.

MEDIR, cuantificar la calidad de tu clínica dental y para ello, te proporcionamos la siguiente herramienta:

Si deseas disponer de la **encuesta de satisfacción** para integrarla en tu clínica dental, solicítanosla a través de nuestro correo electrónico y la recibirás de forma gratuita, con las instrucciones de uso.

Esta encuesta, forma parte del modelo M_CONCEPT, desarrollado en MBA dental® y analiza las dimensiones del proceso asistencial relacionadas con la CALIDAD, relacionada con con la satisfacción de tus pacientes. Recuerda que los valores obtenidos deben **superar el 8** en la escala y que debes realizarla de forma periódica en las primeras visitas.

¡Esperamos que sea de utilidad!

Estamos a tu disposición ante cualquier duda que pueda surgir.

Feliz semana.

Equipo MBA dental®
info@mbadental.pro
mbadental.pro

M _ CONCEPT

DIFERENCIACIÓN A TRAVÉS DE LA #EXCELENCIA & #INNOVACIÓN



By **M B A _ dental**®