

KỸ NĂNG TƯ VẤN TIẾP THỊ VÀ THƯƠNG HIỆU BỆNH VIỆN

Người trình bày: Nguyễn Hồng Mai



I - CÁC KỸ NĂNG TT-GDSK

1- Giao tiếp

- Sử dụng tốt giao tiếp có lời và không lời.
- Loại bỏ những vật cản giữa TVV và đối tượng.
- Ngồi ngang tầm với đối tượng.
- Nhìn đối tượng thân thiện.
- Dùng từ ngữ phổ thông, dễ hiểu.
- Thái độ, cử chỉ, vẻ mặt, dáng điệu... phù hợp.
- Chào và xưng hô phù hợp với đối tượng.



2- Nghe hỏi

- Nghe đối tượng một cách chăm chú, không tỏ ra sốt ruột, ngắt lời đối tượng.

- Hỏi các câu hỏi đóng và mở, ưu tiên câu hỏi mở để tìm hiểu những khó khăn, vướng mắc của đối tượng, cái gì đối tượng đã làm tốt, chưa tốt...



3- Khen

- Khen những gì đối tượng hiểu đúng, làm tốt.
- Biểu thị sự đồng tình với việc làm hay, sáng tạo của đối tượng.



4- Khuyến nhủ:

- Không chê bai khi đối tượng hiểu sai, làm chưa tốt.
- Thảo luận, kêu gọi, giới thiệu cho đối tượng cách hiểu đúng, cách làm hay.



5- Kiểm tra

- Xem ĐT có hiểu đúng vấn đề bạn vừa nói không.
- Nếu ĐT hiểu chưa đúng, cần giúp họ hiểu đúng.



6- Khuyến khích

- Động viên đối tượng làm theo những điều đúng.
- Khéo léo tránh những phản hồi không tốt



7- Đạt được cam kết

- Đối tượng cam kết sẽ làm theo điều bạn khuyên.
- Hẹn thăm lại đối tượng, xem kết quả đối tượng đã thực hiện.



II. KỸ NĂNG TƯ VẤN

1. KHÁI NIỆM TƯ VẤN:

Tư vấn là một quá trình giao tiếp giữa người tư vấn và khách hàng nhằm giúp đỡ để họ tìm ra những giải pháp để tự giải quyết vấn đề.



2. NHỮNG NGUYÊN TẮC CHUNG CỦA TƯ VẤN

Nguyên tắc 1: Lợi ích của khách hàng là trọng tâm.

Nguyên tắc 2: Tạo điều kiện, khuyến khích tính chủ động tham gia tối đa của khách hàng trong suốt quá trình tư vấn.

Nguyên tắc 3: Kín đáo và bí mật.

Nguyên tắc 4: Tôn trọng nhân phẩm của khách hàng.

Nguyên tắc 5: Tôn trọng sự lựa chọn của khách hàng, không áp đặt.

Nguyên tắc 6: Gần gũi, thân thiện và đồng cảm với khách hàng.



3. CHỨC NĂNG TƯ VẤN:

Chức năng 1: Cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ, hiện đại.

Chức năng 2: Hỗ trợ khách hàng nhằm giúp đỡ họ nhận thức được vấn đề, tìm ra những giải pháp để giải quyết vấn đề và tự quyết định phương án giải quyết vấn đề.



4. CÁC BƯỚC CỦA QUÁ TRÌNH TƯ VẤN

Bước 1: Tiếp đón.

- Cán bộ tư vấn chào hỏi, mời đối tượng ngồi...
- Tự giới thiệu về mình
- Trò chuyện tạo sự thoải mái, tin cậy.



Bước 2: Tìm hiểu.

- Hỏi nhu cầu, mong muốn, lý do đối tượng đến cơ sở dịch vụ. Tìm hiểu những nhu cầu về sức khỏe hiện tại và sắp tới của đối tượng.
- Hỏi các thông tin có liên quan đến các vấn đề cần được tư vấn (gia đình, điều kiện sống, bệnh sử, những lo lắng và hiểu biết của đối tượng...)
- Nên sử dụng các câu hỏi mở, chú ý lắng nghe và quan sát.



Bước 3: Cung cấp thông tin

- Cán bộ tư vấn phải cung cấp những thông tin chính xác, phù hợp và cần thiết cho đối tượng (cả mặt tích cực và tiêu cực).
- Sử dụng các phương tiện thông tin, giáo dục, truyền thông.
- Cán bộ tư vấn không được áp đặt với đối tượng .



Bước 4: Giúp đỡ.

- Cán bộ tư vấn phải giúp đối tượng hiểu được thực chất của vấn đề của họ để giúp đỡ họ lựa chọn quyết định phù hợp.
- Giải thích những gì đối tượng còn thắc mắc hoặc hiểu sai.
- Cung cấp tài liệu hướng dẫn liên quan đến vấn đề của họ.



Bước 5: Để đối tượng tự lựa chọn cách giải quyết.

- Hướng dẫn cụ thể giúp đối tượng biết phải làm gì để tự giải quyết vấn đề của mình.

- Hẹn đối tượng quay trở lại để theo dõi kết quả hoặc giới thiệu tuyến trên để điều trị nếu cần thiết.



Tóm tắt các bước tư vấn

- **B1:** Chào hỏi, làm quen, xác định vấn đề cần được tư vấn
- **B2:** Tìm hiểu về kinh nghiệm và kiến thức của đối tượng về vấn đề muốn tư vấn.
- **B3:** Cung cấp các thông tin có ích liên quan đến vấn đề muốn được tư vấn.
- **B4:** Sử dụng thông tin do đối tượng cung cấp và những thông tin cung cấp cho đối tượng để cùng thảo luận các giải pháp giải quyết khó khăn.
- **B5:** Để đối tượng tự lựa chọn cách giải quyết vấn đề của mình, từ trong các giải pháp đã nêu.



5. BẢNG KIỂM KỸ NĂNG TƯ VẤN

Cán bộ tư vấn có thực hiện những điều liệt kê dưới đây không?	Có	Không	Nhận xét
Hỏi xem đối tượng muốn biết điều gì.			
Tìm hiểu xem đối tượng đã biết những gì.			
Chỉ cung cấp những thông tin mà đối tượng cần hoặc muốn biết.			
Cung cấp những thông tin chính xác.			
Cung cấp những thông tin một cách đơn giản, rõ ràng.			
Sử dụng các công cụ hỗ trợ trực quan khi cần và có giải thích chúng một cách chính xác.			
Giúp đối tượng giải quyết vấn đề của họ.			
Tìm hiểu xem đối tượng có hiểu những gì mình nói không.			

6. BẢNG ĐÁNH GIÁ KỸ NĂNG TT TRỰC TIẾP

CÁC KỸ NĂNG CƠ BẢN	Chưa làm	Đã làm (nhưng chưa tốt)	Làm tốt (cần phát huy)
1. Chào hỏi , dùng từ ngữ dễ hiểu, sử dụng tốt các giao tiếp không lời để tạo không khí thân mật, tin tưởng			
2. Hỏi các câu hỏi mở để tìm hiểu những khó khăn vướng mắc, những gì đối tượng đã biết, tin, đã làm đúng và chưa đúng			
3. Khen những điều đối tượng đã làm tốt, đã hiểu đúng.			
4. Khuyến nhủ . Bổ sung những thông tin cần thiết, nêu lợi ích và hướng dẫn những điều thiết thực, cụ thể mà đối tượng cần biết, cần làm (dùng tranh ảnh, ví dụ thực tế địa phương để minh họa), thảo luận cách giải quyết khó khăn vướng mắc			
5. Kiểm tra xem đối tượng có hiểu đúng nội dung mà bạn vừa trao đổi không			
6. Khuyến khích , động viên đối tượng làm theo			
7. Đạt được cam kết về những gì đối tượng sẽ làm			

TIẾP THỊ & XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU BỆNH VIỆN



TIẾP THỊ LÀ GÌ?

- Tiếp thị (marketing) là một hệ thống tổng thể các hoạt động của tổ chức được thiết kế nhằm **hoạch định, đặt giá, xúc tiến và phân phối các sản phẩm, dịch vụ, ý tưởng để đáp ứng nhu cầu của thị trường mục tiêu và đạt được các mục tiêu** của tổ chức (theo Hiệp hội Marketing Mỹ - AMA).
- Tiếp thị là quá trình quản lý của doanh nghiệp nhằm **phát hiện ra nhu cầu của khách hàng và đáp ứng các nhu**

TIẾP THỊ BỆNH VIỆN

- KHÁCH HÀNG
- SẢN PHẨM, DỊCH VỤ
- NHU CẦU
- ĐÁP ỨNG NHU CẦU
- ĐỐI THỦ CẠNH TRANH

**KHÔNG ĐƯỢC
PHÉP TỪ
CHỐI KHÁCH
HÀNG**



TIẾP THỊ BỆNH VIỆN

- Tiếp thị chăm sóc sức khỏe tích hợp các chiến thuật trực tuyến và ngoại tuyến thông qua nhiều kênh, theo từng phân khúc và có mục tiêu rõ ràng.
- Chúng được thiết kế nhằm tìm và thu nhận đúng bệnh nhân, giao ước với họ thông qua cách tiếp cận chiến lược và nuôi
- **ĐÁP ỨNG NHU CẦU CỦA NGƯỜI BỆNH**
- **VÌ SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI BỆNH**

TIẾP THỊ BỆNH VIỆN

- LÀ MỘT QUÁ TRÌNH QUẢN LÝ
- NHẬN DIỆN VÀ DỰ ĐOÁN NHU CẦU CỦA NGƯỜI BỆNH
- CUNG CẤP CHO BỆNH NHÂN NHỮNG THỨ HỌ MUỐN VÀ CẦN
- GIÁ, KHUYẾN MẠI



BỆNH NHÂN MONG MUỐN

- ĐƯỢC CHĂM SÓC TỐT
- ĐƯỢC ĐIỀU TRỊ TỐT
- GIẢM THỜI GIAN CHỜ ĐỢI
- CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TỐT
- ĐƯỢC THẦY THUỐC QUAN TÂM
- THÁI ĐỘ CỦA THẦY THUỐC
- CHI PHÍ HỢP LÝ
- SẠCH
- CƠ SỞ VẬT CHẤT TỐT
- CÓ SỰ PHỐI HỢP TRONG TẬP THỂ THẦY THUỐC
- GIAO TIẾP VÀ THÔNG TIN
- MINH BẠCH TRONG CÁC KHOẢN THU VÀ THỦ TỤC



TIẾP THỊ BỆNH VIỆN



- **LÀM RA LỢI NHUẬN KHI CUNG CẤP SỰ HÀI LÒNG CHO BỆNH NHÂN**

TẠI SAO PHẢI TIẾP THỊ BỆNH VIỆN?



- TỰ CHỦ TÀI CHÍNH
- THÔNG TUYẾN BẢO HIỂM Y TẾ
- CẠNH TRANH
- BỆNH NHÂN CÓ NHIỀU SỰ LỰA CHỌN
- **TẤT YẾU PHẢI LÀM!**

LỢI ÍCH CỦA TIẾP THỊ BỆNH VIỆN



TIẾP THỊ MANG LẠI GÌ CHO BỆNH NHÂN?



NỘI DUNG TIẾP THỊ



CÁCH THỨC TIẾP THỊ

- **QUẢNG CÁO** thực hiện trên báo in, truyền hình, phát thanh, báo điện tử

Bệnh viện quận Jianhe (TQ) đăng quảng cáo trên báo



CÁCH THỨC TIẾP THỊ

- **CÁC HOẠT ĐỘNG QUẢNG BÁ**
 - Khám từ thiện
 - Nâng cao nhận thức
 - Hội thảo



CÁCH THỨC TIẾP THỊ

- **TỜ RƠI, APPHICH, PANO**

Những cách này tỏ ra chưa bao giờ cũ

Tờ rơi của bệnh viện huyện Jiānhé ở Trung Quốc



CÁCH THỨC TIẾP THỊ

- GÓI KIỂM TRA SỨC KHỎE CHO CÁC CƠ QUAN, DOANH NGHIỆP, KHU PHỐ...



• THEO DÕI SỨC KHỎE TRÊN DỮ LIỆU THU THẬP ĐƯỢC, CUNG CẤP CÁC DỊCH VỤ CHĂM SÓC SỨC KHỎE PHÙ HỢP



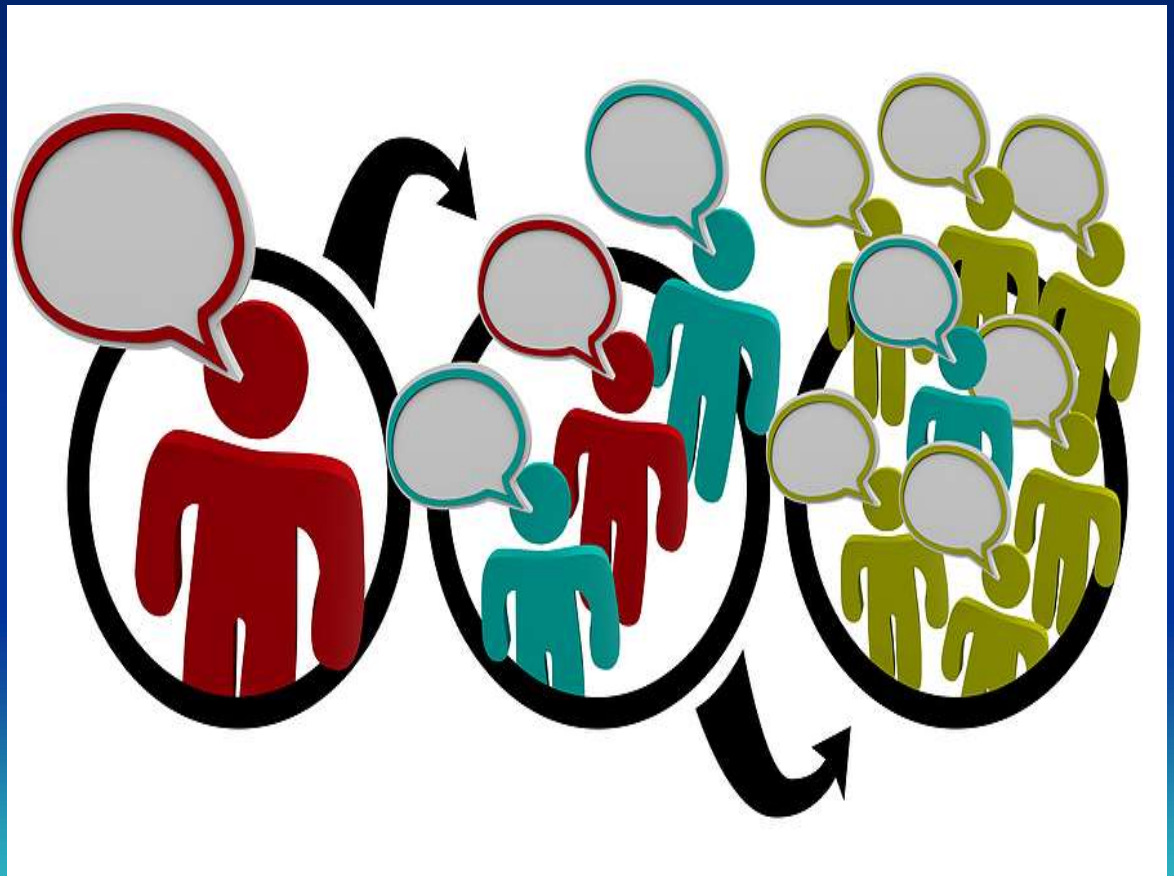
CÁCH THỨC TIẾP THỊ

- **DIGITAL
MARKETING**
- **WEBSITE
/
FACEBOOK**
- **DỊCH VỤ**



CÁCH THỨC TIẾP THỊ

- **TRUYỀN MIỀNG - KÊNH TIẾP THỊ CỰC KỲ HIỆU QUẢ**
 - Bệnh nhân
 - Người nhà bệnh nhân
 - Chất lượng dịch vụ
 - Thái độ phục vụ
 - Trang thiết bị
 - Cơ sở vật chất



4 CÁCH TIẾP THỊ HIỆU QUẢ



ƯU TIÊN
MẠNG XÃ
HỘI



TĂNG
CƯỜNG
NỘI DUNG
TIẾP THỊ



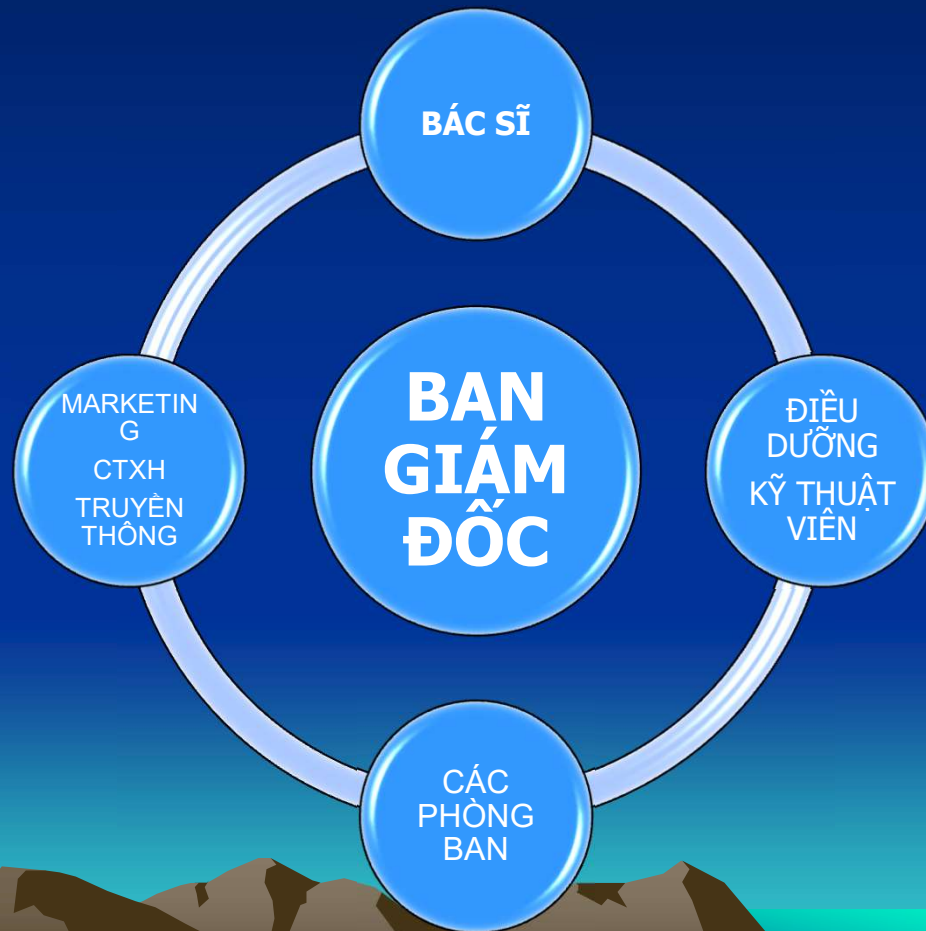
ĐẦU TƯ VÀO
SỨC KHỎE
CỘNG ĐỒNG



TẶNG QUÀ



AI LÀM TIẾP THỊ BỆNH VIỆN?



NGÂN SÁCH CHO TIẾP THỊ BỆNH VIỆN

- DỤ KINH DOANH HÀNG TIÊU DÙNG: **6-12%** DOANH THU
- DN B2B: **2-6%**
- NĂM 2010: 16% DN CHI **5-6%**, 23% DN CHI CAO HƠN
- DN THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG HOẶC GIỚI THIỆU SẢN PHẨM MỚI: **20%** HOẶC CAO HƠN
- THƯƠNG HIỆU CAO CẤP: **MẠNH TAY HƠN**

1%

*"Tôi đang chi dưới
1% cho marketing".
Patrick Buckley, chuyên
gia marketing y tế Mỹ*

Cảm ơn

