



A C A D E M Y  
FOR E Y E C A R E  
E X C E L L E N C E .  
C I B A  V I S I O N .

# Prvky ovlivňující spokojenost zákazníků

# Cíle prezentace

- Pozorujte, k jakým situacím dochází při běžné komunikaci mezi pacientem a personálem.
- Vytvořte si protokol, kam budete zaznamenávat důležité postřehy, které zvyšují pacientovu spokojenost.

# Hlavní prvky

- Formulář pro pacienty k záznamu každé situaci ve středisku, která má vliv na celkové hodnocení.
- Série „okamžiků pravdy“ nebo „situací“ ke kterým dochází před, během a po návštěvě střediska.
- Efektivní využití vizuálních a verbálních detailů „ vlivů“ se podílí na spokojenosti pacientů a zvyšuje produktivitu střediska.
  - Disney, Ritz Carlton, Nordstrom a ostatní velké společnosti jsou úspěšné, protože využívají drobných detailů vyplývajících z jejich zkušeností.
  - Neorganizované detaily vytváří zmatek, snižují profesionální odbornost střediska a spokojenost pacientů.

# Podněty

## před návštěvou

připomínkový mail



domluvení návštěvy  
po telefonu



upomínka telefonicky

## návštěva

přivítání



anamnéza/ dotazník o  
životním stylu



předvyšetření



vyšetření



doplňující vyšetření



aplikace kč



brýle



placení

## po návštěvě

vyzvednutí materiálů



internet



e-mail

zpravodaj



telefonické dotazy,  
komplikace



výměna kč nebo  
objednávka kč po  
telefonu

# Prvky ovlivňující spokojenost zákazníků

## Vizuální

+

## Verbální

- Vizuální vjem pacienta

- výzdoba
- čistota, pořádek
- zařízení
- přehlednost / panely
- vzhled personálu
- vztahy mezi personálem

- Akustický vjem pacienta

- pozdrav
- instrukce
- dotazy
- vysvětlení
- doporučení
- poděkování

# Analýza prvků ovlivňujících spokojenost zákazníků

## 1. Analýza prvků.

Jaké jsou základní postupy?

Čeho si pacient všímá?

Jaké informace se pacient dozví?

Který člen týmu je vůdce?

Jaký dojem zanechá aplikační středisko?

Který postup by měl být zlepšen?

Co někdy nefunguje?

## 2. Určete prvky, které nejsou stabilizovány.

## 3. Vytvořte psaný protokol (seznam) vizuálních a verbálních podnětů, které by měl každý pacient pocítit při návštěvě střediska.

## 4. Používejte tento protokol při zaškolení nových členů týmu.

# Kritéria pro hodnocení vizuálních a verbálních podnětů

- Je každý pacient brán jako „ctěný host“?
- Je cílem nabídnout každému pacientovi nejlepší řešení dle jeho potřeb?
- Poukazujete na Vaši odbornost?
- Využíváte maximálně čas – Váš i pacientův?
- Máte připravený zapamatovatelný, nečekaný a ujišťující „příběh“, který řeknete pacientovi?

# Protokol: příklad

## Vizuální podněty

- vstupní prostory čisté, uspořádané, atraktivní, dobře osvětlené, příjemné
- nábytek, podlaha v dobrém stavu
- časopisy úhledně srovnané
- produktové materiály vkusně umístěné
- pokladna uklizená
- karty pacientů nachystané již při vstupu

## Verbální komunikace

- okamžité přivítání pacienta, pokud možno jménem
- dotazník o životním stylu
- průzkum pacientových obav  
„Je Vám vše na co jste byl dnes upozorněn jasné?“
- ujištění pacienta  
„Postaráme se o Vás, začneme předvyšetřením.“