

<<牙科诊所管理策略与方法>>

图书基本信息

书名：<<牙科诊所管理策略与方法>>

13位ISBN编号：9787538161441

10位ISBN编号：7538161449

出版时间：2009-11

出版时间：辽宁科学技术出版社

作者：于秦曦 等著

页数：208

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<牙科诊所管理策略与方法>>

前言

现在，大家都感觉到，民营口腔事业进入了一个非常关键的时期。经过20多年的探索、开拓、跋涉，诊所和从业人员的队伍已经越来越壮大，势不可挡。但面临的问题和矛盾也日益彰显，困惑和迷茫之感徘徊在大家的心中。

正因为如此，诊所经营管理也就成为民营口腔从业人员越来越关心的课题了。尽管还有许多人把口腔医学和管理学视为两个截然不同的领域，但是谁也无法否认两者在诊所发展上不分伯仲的关系。

仔细研究发现，管理学与医学有着许多相似的地方。

首先，它们都是变量很多，都是在变量中求解，在变量中破题，在变量中收获，答案往往在预料之外。

第二，它们虽有大量的成功经验和失败教训，但似乎很难像数学、物理那样有一些“定律”和“法则”可用。

它们的个体差异太大，不确定性太大，过往被公认的药物或者企业竞争制胜的方法经常会因为环境和对象的改变失去原有的效用。

上天造人，人体的精密和奇妙让想要修补它的人显得很无力；人建组织机构，又使任何想用固定规律来驾驭它的人力不从心。

从这个意义上来讲，民营口腔从业人员在学习、借鉴和运用诊所管理的理论和经验方面，有着“先天”的优势。

只不过，国外的管理非常讲究程序、规则和条文，而中国式管理则更多仰仗情感、道德和关系。

美国有人把成功（SUCCESS）的七个字母拆成相应的句子，称之为取得成功的基本要素：See your goal（明确目标）；Understand the obstacles（正视障碍）；Clear your mind of do dubt（坚定不移）；Create a positive mental picture（积极进取）；Embrace the challenge（不畏挑战）；Stay on track（持之以恒）；Show the world you can do it（勇于实践）。

<<牙科诊所管理策略与方法>>

内容概要

差异化的力量、差异化——把与众不同做到极致、装修——不必豪华，有创意就好、设备——武器精良带来高效益、E . T . O . B . W——让就诊者心情舒畅、电脑和互联网——令你工作愉快、细节——决定成败、感情是个好东西、医学——需要投入感情的事业、在感情上下足工夫、感同身受、倾听——70%时间与病人聊天、感情投资——电话跟进随访、不必VOP . 每人都应有Preferential之感等等。

<<牙科诊所管理策略与方法>>

作者简介

于泰唱，1969年毕业于北京医学院[现北京大学医学部]口腔系。

1981年在北京医学院口腔系获医学硕士学位。

1985年晋升为副教授，历任中山医学院口腔病理学教研组长、口腔系办公室主任、系副主任。

1984年至1985年在丹麦皇家牙科学院研修（WHO Fellow）。

1992年移居加拿大，任职于多伦多大学牙科系和加拿大种植研究所。

1994年开始，以“加方代表”身份在中加合作上海口腔医疗中心工作。

2002年就任北京微笑口腔副总经理。

2005年6月退休，潜心致力于中国口腔诊所经营管理的研究工作。

欧尧，曾任广东省口腔医院副院长，现任广东华南口腔医院院长，主任医师。

广东省口腔医学会副秘书长兼民营工作委员会主任。

主持过省级科研课题3项，厅级课题4项。

发表专业论文50余篇，管理论文40余篇。

出版专业著作（牙科诊所手册）、《口腔科助理手册》、《牙科诊疗中的感染控制》，科普著作《牙科医生手记》并获广东省优秀科普图书奖励，以及《孕妇和婴幼儿口腔保健手册》，在全国报刊杂志发表科普文章900余篇，获奖7篇。

获广东省资深科普作家称号和中华口腔医学会颁发的全国百名口腔健康卫士称号。

石考龙，广州市博济牙科中心所长，副主任医师，1991年7月毕业于中山医科大学口腔医学系。获口腔医学学士学位。

1999年取得经济学硕士学位。

曾任广州市越秀区口腔疾病防治所所长。

2003年创办博济牙科中心至今。

现任广东省口腔医学会民营工作委员会副主任，广东省医院协会口腔管理分会委员，对口腔诊所经营管理颇有研究。

<<牙科诊所管理策略与方法>>

书籍目录

第一章 差异化的力量差异化——把与众不同做到极致装修——不必豪华，有创意就好设备——武器精良带来高效益E.T.O.B.W——让就诊者心情舒畅电脑和互联网——令你工作愉快细节——决定成败第二章 感情是个好东西医学——需要投入感情的事业在感情上下足工夫感同身受倾听——70%时间与病人聊天感情投资——电话跟进随访不必VOP，每人都应有Preferential之感不妨请病人作“自我评估”善待老人和孩子第三章 品牌意识从星巴克咖啡说到“品牌”品牌与核心价值观品牌的个性化梅厄医院的启示可见度和可信度广告的“度”诊所的可见度与个人的可见度“亮相”——参与社区活动与媒体互动“服务大众”也是创品牌创建品牌的注意事项第四章 诊所的战略计划牙科诊所管理与企业管理的共同点战略计划并不神秘强项与不足机遇与威胁战略思维——重在过程第五章 机遇我国有全世界最大的口腔病人群体千万不要轻易放过“让我想想”的病人重新检查病人唤醒沉睡的巨人充分利用病人的医疗福利用好互联网和电子邮件适时扩大服务内容不要对医保的病人抱过高期望吸引更多“按服务收费”的病人善于鉴别和捕捉机遇第六章 专业联系与医疗卫生专业同道们的联系双赢的联系建立、保持和发展与有影响力的人的联系不失时机地扩大社交圈第七章 病人的期望、满意和忠诚病人并非都是“上帝”消除医患间的“期望沟”怎样做一个好医生牙科病人更关心诊治过程感情，以礼貌与尊重为基础了解病人的期望引导病人的期望面对不切实际的期望先挑选50位“诤友”病人感谢忠诚的病人口碑是最有用的广告对病人“少承诺多给予”致新员工的信第八章 医患沟通：方法与技巧信任的价值把病人的利益放在第一位礼貌对待病人增进病人对你的了解先进设备在医患沟通中的作用高度尊重病人的隐私权自信心：医生要从自己做起把治疗计划全面介绍给病人口腔内窥镜——让病人参与诊断尽可能采用保守的治疗方法了解病人最关心的问题“倾听”也有技巧盯住病人感兴趣的事情眼见为实不要对病人有偏见时机是关键让病人更容易说“可以”“过度”，可能成为徒劳SPA牙科诊所第九章 定价和收费定价关乎诊所的生存和发展还有比费用更重要的东西让医生与患者对价格、价值达成共识送服务，讲质量，不打折与保险公司的关系面对讨价还价的病人适时提高收费的技巧关于利润第十章 市场调查：关注病人的体验想病人之所想病人满意度的调查单问题调查集中分组调查成立顾问委员会……第十一章 诊所营销第十二章 招聘员工第十三章 当个好所长第十四章 善待员工第十五章 诊所的团队建设第十六章 运营之道——行重于言

<<牙科诊所管理策略与方法>>

章节摘录

我们现在谈论得比较多的是“诊所无纸化”。

其实，真正做到这一步还远着呢。

但不可否认的是，诊所的工作越来越倚重电脑了，衡量一个诊所档次高低的重要标准就是有没有使用电脑，评价一个诊所是否与时俱进的重要指标就是有没有实现电脑管理。

“诊所无纸化”不是单纯把档案资料输入电脑，而是能够在任何时间和任何地方都能够得到有关病人的信息，从中找到我们所需要的资料。

有人是这样来评价“诊所无纸化”的：无纸化=清洁整齐=不紧张：工作效率提高=生活质量提升=快乐的医生。

电脑管理诊所还有一个内容，就是建立自己的网站。

对一个真正想把诊所做好的医生来说，设立网站已经不再是一个可有可无的选择，而是一个必须要做的事情。

一个精心设计的网站能够使诊所的竞争力大大提高。

一个健全的网站一般都会包括以下内容： 诊所的历史和理念。

诊所提供的服务。

常见治疗的简介和治疗前后的对照照片。

电话号码，传真号码，工作时间。

诊所照片。

诊所地址和交通图。

医生和员工的照片及简单介绍。

口腔健康知识教育。

诊所简报。

对经常会问及的问题的回答（FAQ）。

网上预约。

电子邮件链接。

可供下载的表格，如新病人登记表、病史问卷调查表等。

相关网站的链接。

互联网不但可以大大加强诊所与病人之间的联系，它还能够改善医生与员工、诊所与技工所之间的沟通。

需要注意的是，网站设计已经成为一项相当专业的工作，最好请这方面的专业人士来做，使网站更具亲和力和吸引力。

有人做过调查，如果要敲击3次才能找到要找的东西，83%的互联网使用者就会放弃了。

细节——决定成败 “细节决定一切”是管理学上的一句名言，但真正落实到行动上的人却不多。

美国航空公司是这样告诫员工的：“即使每一件事情都做得完美无缺，乘客也认为是应当的。”

<<牙科诊所管理策略与方法>>

编辑推荐

《牙科诊所管理策略与方法》中提到在常人的眼里，牙科诊所的开业医师属于“先富起来的”一批人，他们活得很潇洒，很自在，很让人羡慕，也很让人有点忌妒。但只是身陷其境的人才会体验到耀眼光环后面的那个阴影，光环越大，阴影也就越大。牙科诊所开业医师这一“族”普遍处于沉重的管理压力之下……

<<牙科诊所管理策略与方法>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>