
TENER MÁS ÉXITO

Con tu propio consultorio dental...



Son muchos los dentistas que deciden emprender sus propios consultorios, pero a decir verdad, son pocos los que alcanzan el verdadero éxito y en este artículo te daremos un par de ideas para que las puedas tomar en cuenta si ya tienes tu propio consultorio odontológico o si planeas abrirlo en el futuro.

El problema inicia de la siguiente manera:

Bien, hay que ser honestos, personalmente tengo más de 15 años educando a dentistas que atienden pacientes de forma privada en sus propios lugares y he podido comprobar que son muchos los que luego de pensarlo bien y de meditar un poco, dan el salto abriendo sus propios consultorios, pero la mayoría lo realiza con una visión bastante conservadora.

Por ejemplo:

Son muchos los que abren con la intención de comenzar a atender a pacientes que atendían en otros lados, es decir a quienes consideran "sus pacientes", con quienes han desarrollado una amistad o una relación profesional de varios meses o a veces incluso años.

Y como punto de partida eso está bien, porque es por medio de esos pacientes que comenzarás a generar resultados por medio de tu propio consultorio, porque sin duda te van a seguir y van a preferir que los sigas atendiendo tú mismo.

El problema radica en que son muchos los que mantienen esa línea durante mucho tiempo, es decir, dependiendo únicamente de los mismos pacientes y de las recomendaciones que les ocasionarán la llegada de nuevos pacientes.

Básicamente hablamos de consultorios que solamente tienen dos puntos de entrada de pacientes: los pacientes que ya te conocen y los pacientes nuevos que llegarán por recomendaciones.

Mantenerse con ese esquema está bien, pero si en tus sueños está llegar a convertir tu pequeño consultorio en algo más grande, es claro que solamente con esos dos puntos de entrada no lo vas a conseguir.

Tu consultorio no dejará de ser nunca, ese pequeño lugar desde el que tú atiendes a un grupo exclusivo de pacientes fieles por las tardes o por las mañanas y probablemente nunca te permitirá dejar de trabajar en otro lado o crecer más (financieramente) porque no te dejará ganancias mayores que te lo permitan.

¿Cómo te suena la idea de alcanzar un éxito mayor con tu emprendimiento dental?

Hablamos de un éxito verdadero, en donde tú puedas ser un dentista totalmente feliz en todos los sentidos, porque disfruta a diario de su trabajo, que tiene suficientes pacientes para poder vivir tranquilo, que tiene el tiempo suficiente para disfrutar de su familia, que no vive con estrés, que no tiene deudas, que descansa lo suficiente y que no tiene que tener 2 o más trabajos para poder ganar más dinero.

Eso se puede obtener por medio de tu propio consultorio dental, pero para alcanzar ese objetivo es importante crear más puntos de entrada de pacientes y no solamente depender de las recomendaciones o de tu listado de pacientes fieles.

Todo dentista con su propio consultorio dental que alcanza un éxito mayor, lo ha logrado porque ha ido **más allá y no se ha limitado a depender únicamente de dos puntos de entrada, sino que se ha enfocado en **crear más puntos de entrada** de pacientes.**

Nuevos pacientes que viven cerca, pacientes de otras clínicas que se cambian a su consultorio, pacientes nuevos que atraen con publicidad

moderna, estratégica y ética, pacientes antiguos que “reviven” con técnicas modernas de retención/recuperación, pacientes que no viven cerca pero que cautivan con publicidad y los visitan, etc.

Adicionalmente a eso, los dentistas que tienen más éxito, gracias a ese esfuerzo que realizan, alcanzan otro punto sorprendentemente fuerte que es básicamente la creación de muchísimas más recomendaciones que surgen a partir de todos esos nuevos pacientes que logran atraer. Y todos sabemos lo importante que son las recomendaciones o referencias en algo tan personal como lo es la odontología.

No es lo mismo tener 5 o 6 recomendaciones mensuales de parte de tu reducido grupo pacientes más fieles, que tener 40 o 50 recomendaciones mensuales gracias a todos esos nuevos pacientes que atraes.

Te aseguro que no es lo mismo... las recomendaciones o referencias se multiplican y así mismo se multiplican los ingresos y ganancias.

Es muy importante pensar como si tu consultorio fuera una pequeña empresa y es extremadamente importante poner en marcha estrategias de marketing dental que te permita atraer más pacientes.

Marketing, branding, publicidad ética, son solamente algunas de las áreas que debes considerar si quieres en verdad tener un mayor éxito con tu pequeño consultorio dental.

Mientras actúes con ética, mientras respetes los reglamentos impuestos por colegios o entidades de dentistas en tu localidad, mientras no te dediques a dañar al sector ofreciendo precios demasiado bajos, puedes perfectamente considerar tu pequeño consultorio, como una pequeña empresa que a futuro te puede dar grandes resultados.

No hay nada mejor que un dentista feliz que gracias a su esfuerzo y a su ética, obtenga como consecuencia directa, crecimiento financiero que le permita tener una mejor calidad de vida y que le permita al mismo tiempo seguir ofreciendo mejores servicios dentales y ayudando en la medida de lo posible a la comunidad.

Cabe mencionar que no se trata de dinero o de darle un toque demasiado comercial a tus servicios, sino de desarrollo y crecimiento que todo profesional que se esfuerza puede alcanzar.

En el caso de la odontología, brindar un servicio de gran calidad y con mucha ética, trae como consecuencia directa el crecimiento financiero,

que es algo que no tiene nada de malo, mientras hagas las cosas bien y no cometas el error de convertirte en un mercader de la salud bucal.

Si te interesa aprender más sobre esos temas, te sugiero darte de alta en nuestro programa gratuito de educación en materia de negocios, marketing ético y demás exclusivo para dentistas, lo puedes hacer desde este enlace: <http://btlcenter.com/es/dental/in/>

Hasta la próxima!

Un saludo,

Sergio Montesinos

¿Quién es Sergio Montesinos?

Consultor certificado del BTLCenter y director del área de educación de negocios para profesionales de la odontología. Tiene una Licenciatura en Marketing, un MBA y por más de 15 años se ha enfocado en la consultoría en Marketing y atracción de pacientes para el sector odontológico.

La razón para enfocarse en este sector nació desde hace mucho, básicamente creció entre odontólogos, sus padres son ambos odontólogos de profesión y fue por medio de sus clínicas que comenzó a especializarse en el marketing enfocado en la odontología. El joven rebelde de aquel entonces, que no estudió odontología terminó relacionando su carrera con la de sus padres y siendo la pieza clave para que sus padres se convirtieran en profesionales más exitosos.

Durante los últimos 15 años se ha dedicado a la consultoría en el sector dirigiendo unidades especializadas en diversas agencias de Marketing y relaciones públicas, ayudando a cientos de odontólogos y clínicas en diversos países de habla hispana, Canadá y Estados Unidos.

Hoy en día es el director de educación en materia de negocios para odontólogos para Latinoamérica y España en el BTLCenter – Business & Technology Learning Center.