



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ
ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ
ПОДГОТОВКА?

ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

Казалось бы, роль психологии в стоматологии общепризнанная, тем не менее – нередко спрашивают: «А так уж это актуально?». Ниже обобщаются вопросы, касающиеся работы и обучения психологии стоматолога. Ответы на них даны в форме диалога с воображаемым практикующим врачом. Пусть это будет человек осторожный, с критическим мышлением, который хочет во всем разобраться и решить, надо ли ему тратить силы и время на то, чтобы специально овладеть психологическими знаниями и умениями, или достаточно личного опыта и здравого смысла.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

- **С.:** А какие критерии эффективности Вы принимаете в расчет, помогая стоматологу усовершенствовать профессиональное общение с пациентом?
- **П.:** Обязательное профессиональное общение должно быть нацелено на достижение **трех главных результатов визита к врачу:** пациент удовлетворен решением проблемы, уверен, что стоимость лечения оправдана, намерен впредь обращаться к врачу за помощью.

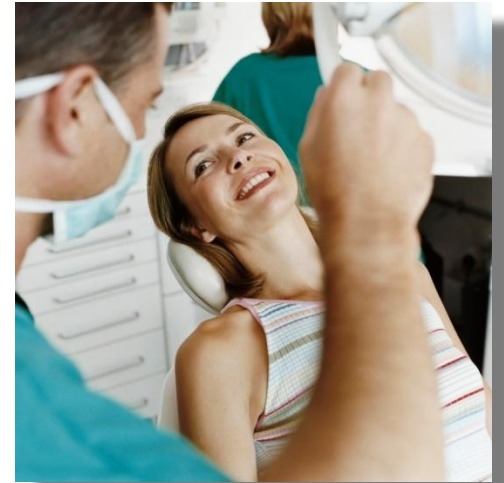


ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

□ **С.:** Как часто достигаются названные вами результаты? Может быть, все получается само собой?

□ **П.:** Наши исследования показали: из 2 тыс. пациентов, завершивших лечение, только 38% сказали «да»

сразу по всем названным критериям. Как видите, профессиональное общение требует усовершенствования даже в крупнейшей фирме, где работают высококвалифицированные специалисты, прошедшие конкурсный отбор и дополнительную подготовку в области новейших технологий. Это и позволяет констатировать, что лечить по-новому стоматологи способны научиться быстрее, чем взаимодействовать с пациентами.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

- **С.:** Что труднее всего поддается коррекции в профессиональной деятельности стоматологов?
- **П.:** Труднее всего, преодолевать стереотипы мышления и поведения. Врачу обычно мешает усваивать психологические знания и навыки уверенность в том, что он делает все, как надо. Беседы, видеосъемка и наблюдение психологов за консультациями и лечебными приемами стоматологов показали актуальность их предварительной подготовки к усвоению психологических знаний и умений.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?



- **С.:** Какие элементы профессионального общения осваиваются врачами неохотно?
- **П.:** Такова, например, проблема гарантий. Чаще всего стоматолог

уходит от обсуждения этой темы, и его можно понять. Он знает, что от него хотят услышать конкретный срок, в течение которого надо бесплатно устранять возможные проблемы после лечения. Врач сопротивляется такой постановке вопроса, ибо не все зависит от него. Проблемы пациента могут быть связаны с общим состоянием его здоровья, плохим уходом за зубами и т.д., но он хочет знать о гарантиях, наслушался рекламы, где ему обещали срок гарантии: год, два, три. И приходится доктору «выкручиваться», если он честный человек.

С помощью психолога врач преодолевает негативную установку, скованность и нерешительность в разговоре на эту тему.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

- **С.:** Какую главную цель преследуют психологи, стремясь повлиять на устаревшие стереотипы?
- **П.:** Главная задача предварительной подготовки



слушателей - открыть их сознание для активного и целенаправленного завоевания доверия пациентов.

Для этого ему надо овладеть соответствующей психологической «технологией доверия».

Как и любая технология, она содержит компоненты, т.е. цепочки последовательных действий. Пациент видит врача полчаса на консультации, 1-1,5 часа на лечебном приеме. Следовательно, умение вызвать доверие надо довести до автоматизма, достигать цели легко, непринужденно и корректно по отношению к личности пациента. В противном случае доктор рискует показаться навязчивым или неискренним и вместо доверия вызвать чувства неприязни и подозрения.

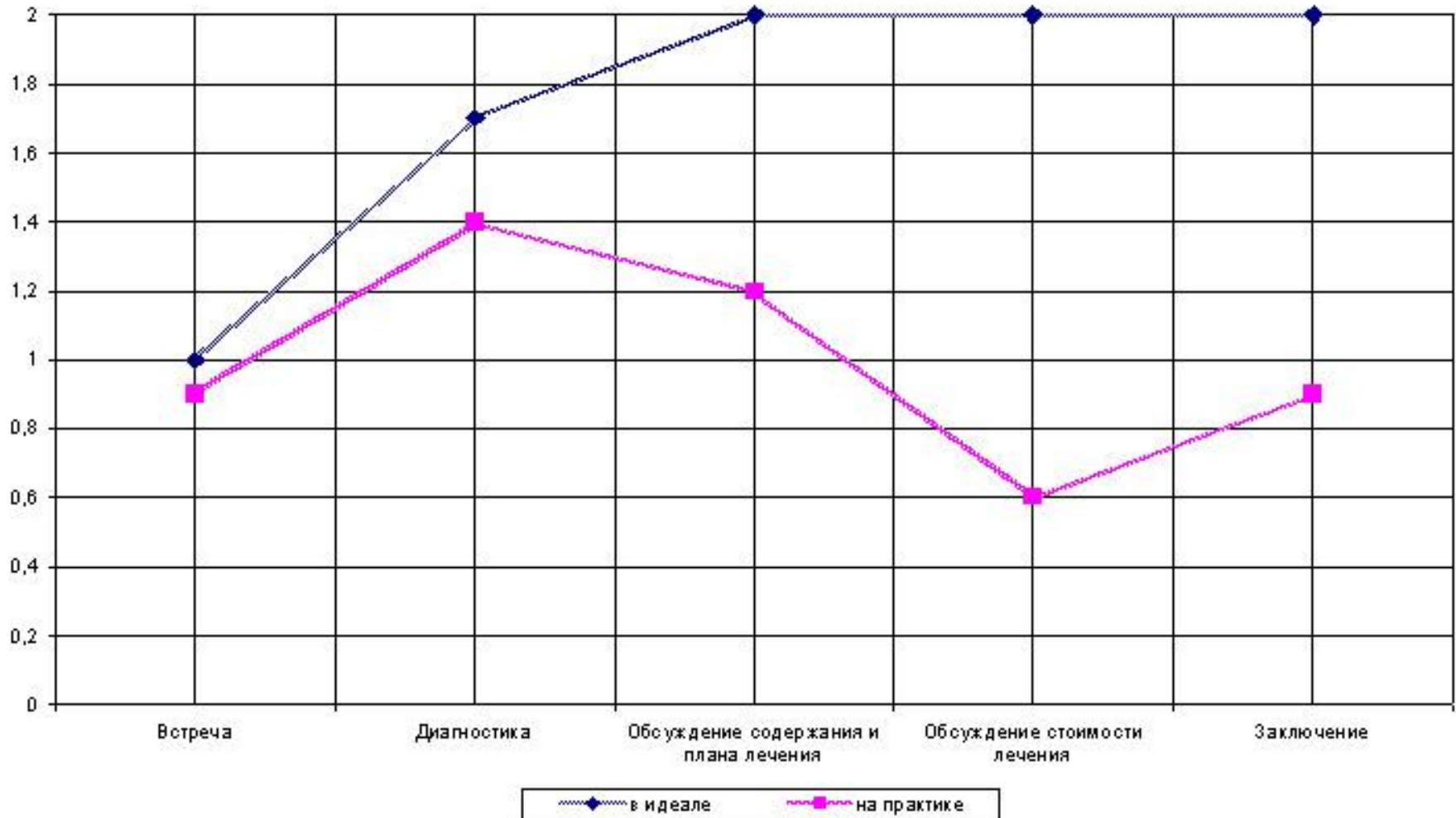
ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

- **С.:** Какие знания, советы психологи дают врачу, обучая его искусству вызвать доверие пациента?
- **П.:** Доверие пациента – итог всей работы врача, суммарный эффект взаимодействия на всех этапах лечения и консультации
- Мы учим как относительно простым, так сложным вещам. Прежде всего помогаем свободно и целенаправленно проявлять во вне все лучшее, что есть у каждого доктора – внимание, уважение к пациенту, сочувствие, сопричастие. Проявлять так, чтобы это заметил и позитивно оценил каждый пациент. С этой целью мы рекомендуем применять **систему маркёров – вербальных и невербальных признаков поведения**, при помощи которых достигается определенная коммуникативная цель, желаемое воздействие на партнера. **Маркёры помогают передать уважение, внимательное отношение к информации и состоянию пациента, выразить индивидуальный подход к нему, показать достоинства используемых в лечении технологий и материалов, безопасность лечения, высокое качество и эстетику работ, мастерство врача и ассистента.**
- **Сложнее обучить врача использовать в своей работе приемы убеждения, внушения и релаксации.**



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

Доверие на этапах консультации врача стоматолога



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

- **С.:** Расскажите подробнее, какую роль в работе врача выполняет **убеждение**.
- **П.:** Внимательно анализируя состояние дел, я вывел такую закономерность: **значимость убеждения в стоматологии тем выше, чем ниже уровень стоматологической культуры и доходы населения.**
- **Человек чаще всего обращается к стоматологу, почувствовав острую зубную боль или значительный дискомфорт от того, что пища застревает, из-за кариеса или кровоточивости дёсен. Причины промедления разные – то времени не хватает, то денег, а главное – отсутствие привычки заботиться о состоянии полости рта.**
- **Явившись на прием к врачу под влиянием выраженного дискомфорта, пациент просит снять остроту проблемы. При этом он нечасто изъявляет желание осуществить полный план лечения, намеченный врачом. Опять вопрос времени и денег, а также недооценка ситуации, либо пациент растягивает решение своих проблем до бесконечности, когда одно неблагополучие все более осложняется и порождает другое.**
- **Пациенты нерегулярно посещают профилактические осмотры, лечившемуся пациенту полагается 1 раз в полгода проходить бесплатные профосмотры. Эту возможность используют не все.**



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

- Таким образом, на долю врача-стоматолога возлагается трудоемкая интеллектуальная задача - убеждать пациента. Убеждать своевременно обращаться за помощью, а если возникли проблемы, убеждать решать их незамедлительно, от начала и до конца. Убеждать в том, что хорошее состояние полости рта – ключ к здоровью всего организма, условие психологического комфорта, приятности в общении с людьми и даже предпосылка к карьере. Нередко врачу приходится убеждать пациента потратиться на лечение сегодня, ибо со временем будет дороже. В процессе приема надо убеждать выбрать тот или иной вариант лечения или протезирования. Убеждать в необходимости соблюдать гигиенические требования по уходу за зубами и целесообразности гигиенических профосмотров.
- Как Вы видите цель убеждения, например, если Вы хотите, чтобы пациент выполнил намеченный Вами план лечения?



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

- **С.:** Я стараюсь побудить человека занять правильную позицию, согласиться с моими доводами, привожу факты, которые обладают убедительной силой.
- **П.:** Такова конечная цель убеждения, но есть еще технология, которую обычно игнорируют или не знают врачи, в результате убеждение не достигает искомого результата.
- Технология метода убеждения заключается в том, чтобы сделать пациента соучастником формируемого вывода, заключения, к которому надо совместно прийти. Убеждение – это диалог, в котором врач использует аргументы и факты (жалобы пациента, данные осмотра и прогноза, личный опыт), внимательно отслеживая логику пациента, принимая в расчет его сомнения и возражения. Типичная ошибка врача в том, что он пытается убедить в форме монолога, атакует аргументами.
- На занятиях по психологии слушатели обучаются технологии убеждающего воздействия: определять необходимость убеждения, выстраивать систему доказательств, превращать факты в аргументы, поддерживать контакт с пациентом, отслеживать его реакцию, действовать с учетом его личностных особенностей. Важно подготовить врача так, чтобы он достигал поставленной цели быстро и эффективно.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

- **С.:** Честно сказать, я не придавал особого значения технологии убеждения, но всегда осознавал трудности с внушающим воздействием на пациента. Хорошо бы научиться с помощью внушения вселять в пациента уверенность в успехе лечения, спокойствие, снимать страх перед болью.
- **П.:** Роль внушения в стоматологическом лечении очень важна и не сводится к традиционным представлениям о передаче пациенту бесстрашия перед бормашиной.
- Определенная часть людей плохо воспринимает логику, но хорошо поддается суггестии.

Следовательно, есть пациенты, на которых эффективно воздействовать можно только при помощи внушения.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

- П.: Путем внушения, как известно, могут быть вызваны ощущения, представления, эмоциональные состояния, волевые побуждения. Внушением можно повлиять на соматовегетативные функции, добиться мышечного расслабления, уменьшения тревоги и других невротических состояний. **Внушить можно рациональные идеи, например, целесообразность иметь «своего» стоматолога, необходимость соблюдения гигиены полости рта.** Речь идет об одном из методов психотерапии. В основе процесса внушения лежит ослабление действия сознательного контроля за воспринимаемой информацией.
- На наших занятиях слушатели обучаются определять степень внушаемости пациента, использовать так называемые «ключи доступа», вербальные и невербальные способы воздействия на психику. Программа минимум - обучить врача приводить пациента в

состояние, способствующее эффективному процессу лечения; программа максимум – научить врача внушать пациенту необходимость неукоснительного следования советам, направленным на поддержание эффекта лечения и сохранения здоровья.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

□ **С.:** Сложно ли овладеть искусством внушения?

П.: Есть задачи и приемы относительно простые, например **использование мантр, т.е. звуков, тембра голоса и ритма речи в диапазоне внушения**



– успокаивающего, завораживающего, усыпляющего воздействия. Есть более сложные приемы внушения, основанные на авторитете врача, доверии и эмоциональной привязанности к нему пациента.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

- **С.:** Вы неоднократно подчеркиваете значимость ориентировки на индивидуальные особенности пациента.
- **П.:** Глубоко убежден в том, что умение учитывать индивидуальные и типические особенности пациента – высший пилотаж в искусстве врачевания и коммерции. Встречаются доктора, которых природа наделила божественным даром эмпатии, проникновения в сущность другого человека и подстройки к его психологии. Но даже таким людям полезно кое-что узнать от науки и усовершенствовать умения в области экспресс - диагностики

пациентов. Если стоматолог понял, к какому типу людей относится данный пациент, ему легче построить диалог, выявить проблему, разъяснить содержание, план лечения, гарантии и прогноз, согласовать свои намерения и стоимость лечения.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?



С.: Интересно узнать, какие ошибки чаще всего допускают стоматологи, работая с конкретным пациентом.

П.: Во-первых, врачи взаимодействуют с пациентами в соответствии с

наработанным алгоритмом, веруя в его целесообразность и находя доказательства в личном опыте. При этом рассуждают примерно в таком духе: **я нашел свой стиль общения с пациентами, я убежден, что пациенты меня отлично понимают и т.п.**



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

С.: Разве практика не есть критерий истины?

П.: Дело в том, что любой стереотип, алгоритм, в том числе, неэффективный, удобен и люб человеку, потому что он облегчает его психическую деятельность.

Исполнять заученные действия всегда легче, чем новые и непривычные или обусловленные обстоятельствами. Когда врач убежден, в том, что только так надо относиться к пациентам, то часто это означает лишь то, что ему так удобно и легко. Если же следовать логике адекватного поведения, то требуется действовать в соответствии с принципами деонтологии, избирательно и гибко, меняя тактики в зависимости от индивидуальных особенностей пациента и ситуации.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

Во-вторых, определяя отношение к пациентам, врач часто исходит из представлений о самом себе: «я бы понял это так, я бы действовал так».

Эти и другие ошибки в сфере ориентации на пациентов приводят к неправильному прогнозу их поступков и оценок, становятся причиной конфликтов. Врачу казалось, что он все объяснил, как положено, а пациент заявляет: «мне плохо объяснили», «меня не предупредили», «не понятно, за что с меня взяли такие деньги», «мне кое-что рассказали, а хотелось бы узнать подробно». Врач в свою очередь недоумевает: «Неужели это было не понятно?» «Я так делаю всегда, и было все хорошо», «Пациент соглашался со мною, а теперь утверждает обратное», «Если было не ясно, почему он не спросил, не уточнил?» и т.п.

На занятиях со слушателями мы разбираем типичные ситуации, обусловленные взаимным непониманием, останавливаемся на типах личности пациентов, обучаем распознавать пациента «трудного», «недоверчивого», «непоследовательного», «безответственного», «несообразительного», «неискреннего», «себе на уме» и т.д.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

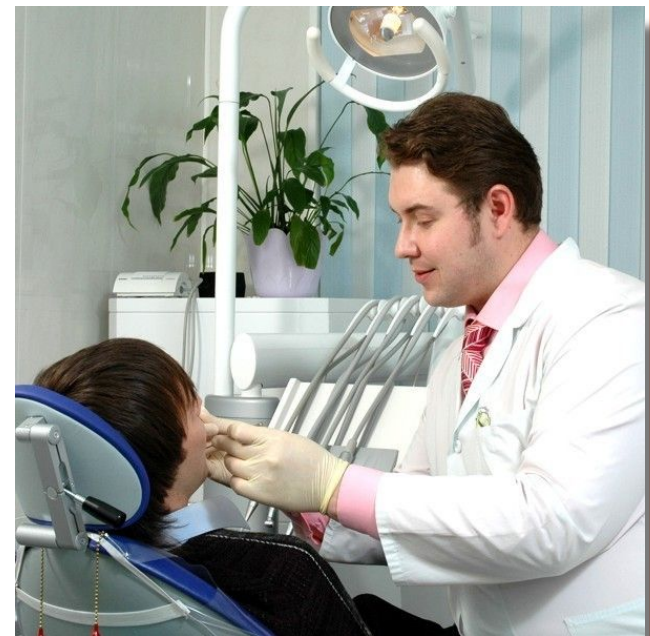
С.: По опыту знаю, что стоматологу нелегко привыкнуть к тому, что он занят продажей услуг. Порой язык не поворачивается говорить о стоимости лечения, побуждать пациента пойти на затраты хотя понимаешь, что ему надо решиться на это во имя успешного решения проблем.

П.: Каждая тема занятий имеет рыночный оттенок. Мы помогаем слушателям осмыслить конкретную коммерческую цель каждого этапа взаимодействия с пациентом – выявления жалоб, осмотра полости рта, обсуждения проблемы пациента, согласования объема плана и стоимости лечения, разъяснения стоматологического прогноза. В итоге цели выстраиваются в единый ряд, и это позволяет врачу понять свою роль в продаже услуг.

Здоровье (восстановление функций жевательной системы, устранение

заболеваний десен и т.п.) - это то, что пациент приобретает за деньги; жалобы и пожелания – его заказ; осмотр – процедура выявления степени соответствия жалоб реальному состоянию проблемы, работа врача – способ восстановления здоровья.

Коммерция в стоматологии заключается в том, чтобы правильно расставить акценты в сознании пациента: он оплачивает не просто работу специалиста, не только выбранный вариант решения проблемы, но восстановление своего здоровья. Отсюда проясняется коммерческий смысл всех этапов лечения и содержание диалогов врача с пациентом.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?



С.: Вы могли бы назвать типичные ошибки стоматолога в продаже услуг?

П.: Их надо не только услышать, но и увидеть, не только понять, но и преодолеть в тренинге или деловой игре. Для этого психологами и проводятся занятия.

Основная ошибка, пожалуй, в том, что врачи не придают должного значения коммерческим аспектам своей работы. Результат – нечеткость действий, расплывчатость стратегии, отсутствие должных акцентов во взаимодействии с пациентами.

Представьте, пациент вошел к Вам в кабинет. Вы встретили и приветствовали его, как положено (этому мы тоже обучаем своих слушателей). Что затем делает врач?



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

С.: Надо выявить общее состояние здоровья пациента, задать вопросы об аллергии, инфекционных заболеваниях.

П.: К состоянию здоровья пациента надо подходить более ответственно, для этого надо разработать специальную анкету, которую пациент заполняет перед приемом. В анкете должно быть около 50 вопросов, выявляющих соматический статус, некоторые показатели психического самочувствия, сведения о приеме препаратов и процедур. Медицинский смысл анкеты понятен: она стимулирует клиническое мышление врача, позволяет выбрать стратегию лечения и профилактики, увидеть связь проблемы пациента с его здоровьем. Это также юридический документ на случай каких-либо конфликтов. Но это еще и инструмент рыночных отношений.

Дело в том, что профессионально составленная, а главное психологически грамотно преподнесенная пациенту заполненная им анкета с показателями здоровья позволяет врачу продемонстрировать все то, что высоко ценится в продаже медицинских услуг – углубленный интерес и внимание к человеку, индивидуальный подход, ответственное отношение к выбору стратегии и вариантов лечения, заботу о безопасности лечения.

К сожалению, если врач плохо понимает коммерческий смысл анкеты, то продолжает действовать по старинке. Пациент видит такую картину: врач взглядом скользит по страницам анкеты, задает пару уточняющих вопросов, молча выслушивает ответы пациента и молча делает какие-то выводы. Пациенту остается надеяться, что мысль доктора работала в полном напряжении, что не упущено главное, что сделаны обоснованные заключения. Жаль, что пациент не смог в этом убедиться. Ведь разглядывать с умным видом историю болезни может и мастер «золотые руки» и «посредственность». Будет ли пациент доверять врачу, который не понятно как относится к тому, что пациенту всего дороже – к его здоровью?

На занятиях со слушателями мы добиваемся того, чтобы диалог врача и пациента, построенный на основе анкеты о самом важном – о здоровье, способствовал завязке длительных и прочных контактов и служил основанием для возникновения доверия врачу. Достигается это при помощи тренинга, заучивания ряда приемов; среди них: профессиональный комментарий к отдельным анкетным данным, к вопросам врача и ответам пациента; озвучивание наиболее важных наблюдений и выводов; акцентирование внимания пациента; на тех сведениях, которые помогают ему понять сложность проблемы, ее связь с общим состоянием здоровья.



ЗАЧЕМ СТОМАТОЛОГУ ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА?

С.: Надо выявить общее состояние здоровья пациента, задать вопросы об аллергии, инфекционных заболеваниях.

П.: К состоянию здоровья пациента надо подходить более ответственно, для этого надо разработать специальную анкету, которую пациент заполняет перед приемом. В анкете должно быть около 50 вопросов, выявляющих соматический статус, некоторые показатели психического самочувствия, сведения о приеме препаратов и процедур. Медицинский смысл анкеты понятен: она стимулирует клиническое мышление врача, позволяет выбрать стратегию лечения и профилактики, увидеть связь проблемы пациента с его здоровьем. Это также юридический документ на случай каких-либо конфликтов. Но это еще и инструмент рыночных отношений.

Дело в том, что профессионально составленная, а главное психологически грамотно преподнесенная пациенту заполненная им анкета с показателями здоровья позволяет врачу продемонстрировать все то, что высоко ценится в продаже медицинских услуг – углубленный интерес и внимание к человеку, индивидуальный подход, ответственное отношение к выбору стратегии и вариантов лечения, заботу о безопасности лечения.

К сожалению, если врач плохо понимает коммерческий смысл анкеты, то продолжает действовать по старинке. Пациент видит такую картину: врач взглядом скользит по страницам анкеты, задает пару уточняющих вопросов, молча выслушивает ответы пациента и молча делает какие-то выводы. Пациенту остается надеяться, что мысль доктора работала в полном напряжении, что не упущено главное, что сделаны обоснованные заключения. Жаль, что пациент не смог в этом убедиться. Ведь разглядывать с умным видом историю болезни может и мастер «золотые руки» и «посредственность». Будет ли пациент доверять врачу, который не понятно как относится к тому, что пациенту всего дороже – к его здоровью?

На занятиях со слушателями мы добиваемся того, чтобы диалог врача и пациента, построенный на основе анкеты о самом важном – о здоровье, способствовал завязке длительных и прочных контактов и служил основанием для возникновения доверия врачу. Достигается это при помощи тренинга, заучивания ряда приемов; среди них: профессиональный комментарий к отдельным анкетным данным, к вопросам врача и ответам пациента; озвучивание наиболее важных наблюдений и выводов; акцентирование внимания пациента; на тех сведениях, которые помогают ему понять сложность проблемы, ее связь с общим состоянием здоровья.



ПОДГОТОВКА?

С.: Какие еще ошибки отмечаются в продаже услуг кроме того, что стоматологи нечетко представляют коммерческие цели на каждом этапе лечения?

П.: Наши исследования и математические расчеты показали, что намерения пациентов вновь обращаться за помощью в нашу фирму в той или иной степени зависят от нескольких факторов. Первостепенное значение имеет оправданность затрат. Заметьте, не качество лечения, как привычно считать. Следовательно, в процессе лечения пациент должен шаг за шагом убеждаться, что он платит деньги не зря. Врач своими действиями может содействовать этому или препятствовать.



Оказывается, часто доктора и ассистенты врача либо не умеют, либо не считают нужным донести до сознания пациента те достижения современной клиники и собственные старания, которые определяют стоимость услуг. Среди 2-х тысяч опрошенных наших пациентов только 45% считает, что стоимость лечения оправдана, 30% находят ее завышенной и очень завышенной, 25% затрудняются с ответом.



ПОДГОТОВКА?

С.: Очевидно, цены на услуги объективно завышены, и это находит отражение во мнении пациентов.

П.: Как убеждают итоги того же обследования: основная причина не в этом.

Напомню, речь идет о современных клиниках, использующих новейшие технологии и труд высококвалифицированных специалистов. Цены на услуги здесь обоснованы.

Но их восприятие зависит от стиля общения врачей. Есть доктора, которые манерой лечения и общения убеждают пациента в том, что деньги здесь берут обоснованно. Пациент понимает, что его внимательно выслушали, ему все толково объяснили, все, что надо с ним согласовали, где уместно, сказали о новых технологиях и материалах. Из всего этого в сознании пациента складывается убеждение - лечение и обслуживание стоят тех денег, которые он платит.

Но есть и другие врачи: работают в той же клинике, решают подобные проблемы, проставляют те же цены, а впечатление у пациентов иное – «Не понятно, за что с меня взяли деньги». Такие настроения не способствуют постоянству пациентов.

Если доктор понимает и умеет воплощать коммерческие цели, ему достаточно расставить нужные акценты в диалоге с пациентом, употребить несколько ключевых слов, проделать ряд продуманных манипуляций в поле зрения пациентов, чтобы они оценили его старания и ассистента, технологическую вооруженность клиники и пришли к выводу: услуги, которые я получаю, стоят тех денег, которые я плачу. Аксиому можно сформулировать так: «Чем выше стоимость услуг, тем больше усилий стоматолога должен увидеть и позитивно оценить пациент».

При этом система акцентов и аргументов, прямых и косвенных воздействий должна учитывать индивидуальные особенности пациентов. Как известно, по-разному воспринимают действительность люди рационального и эмоционального типов, наблюдательные и безразличные к происходящему, активные и пассивные, покладистые и конфликтные, доброжелательные и злобные.



ПОДГОТОВКА?

С.: И вы учитесь достижению коммерческих целей с учетом особенностей пациентов?

П.: Эффективная продажа услуг – дело ответственное: любая мелочь или ошибка может вызвать недовольство пациента.



Конкурентная способность платного учреждения тем выше, чем больше эффективность позитивного психологического влияния персонала на пациентов. Это должен усвоить весь персонал клиники – обслуживающий (администраторы, гардеробщики), лечебный и обеспечивающий (зубные техники, ЦСО, санитарки, снабженцы, сотрудники отдела рекламы).



ПОДГОТОВКА?

С.: Вы предлагаете большой объем психологической информации для стоматолога - теоретической и практической. Можно ли все это усвоить в краткие сроки?

П.: На первом этапе обучения – 24 часа, мы формируем навыки, составляющие фундамент психологии обслуживания пациентов в платном стоматологическом учреждении. Основное внимание уделяется психологическим аспектам консультации и лечения.

Консультация или лечебный прием разделяются на процессуально-технологические этапы: встреча пациента, диагностика (сюда входит изучение анкеты с показателями здоровья пациента, выявление жалоб, осмотр полости рта, дополнительные диагностические процедуры), обсуждение с пациентом его проблемы, согласование содержания, плана и стоимости лечения, разъяснение гарантий, условий сохранения эффекта лечения, необходимости регулярных профилактических осмотров. На каждом этапе врач должен достигать конкретную коммерческую цель.

Параллельно врач должен укреплять контакты с пациентами и доверие к себе. Слушателям предлагается перечень соответствующих психологических приемов. При этом врач должен учитывать психологические особенности пациентов. В этой связи мы обучаем основам экспресс-диагностики личности и поясняем, какие средства воздействия лучше всего использовать, когда встречается экстраверт или интроверт, рациональный или эмоциональный, спокойный или тревожный тип, человек, воспринимающий информацию преимущественно по визуальному или аудиальному каналу.

Такая методика обучения максимально упрощает процесс познания. Изложение материала сопровождается раздачей схем, в которых синхронно отображены этапы консультации (приема), элементы профессионального общения, а также средства укрепления контактов и доверия, рассчитанные на тот или иной тип пациентов. Кроме того, по ряду тем напечатаны методические пособия, подготовлены учебные видеофильмы. Некоторые эпизоды усваиваются с помощью деловых игр, которые записываются на видеопленку и тут же обсуждаются со слушателями.



ПОДГОТОВКА?

С.: А что слушатель усваивает на втором этапе?

П.: Если слушатели проявляют интерес к другим аспектам взаимодействия с пациентами, то спустя некоторое время (1-3 месяца) программа обучения увеличивается еще на 24 часа. Мы знакомим стоматологов с типологией пациентов, полученной на основе наших исследований. Показываем, что определяет решение пациента остаться на лечение, быть постоянным и принимать на себя функцию дистрибьютора. Освещается типология врачей-стоматологов и их профессиональные и личностные качества, которые в той или иной степени

обеспечивают постоянство и доверие пациентов. Затем проводятся опросы и тесты, которые помогают врачам познать себя, увидеть качества, которые привлекательны для пациентов или дестабилизируют контакты, обуславливают психологическую совместимость с ассистентом. В деловых играх и тренингах осуществляется коррекция профессионально значимых свойств личности и стиля деятельности врача-стоматолога.



ПОДГОТОВКА?



С.: Сказать честно, очень хочется в совершенстве овладеть искусством воздействия на пациента. Произнес нужные фразы, выполнил определенные действия – и пациент проникся к тебе доверием, пожелал лечиться у тебя всегда.

П.: Ваше желание разумно и выполнимо. Вполне уместно поставить проблему так: существует ли формула «обаяния доктора»? Ответственно говорю – да. С помощью математического анализа многочисленных отзывов пациентов о работе стоматологов удалось выявить несколько характеристик профессионального общения, которые однозначно влияют на принятие пациентом решения обращаться к данному врачу впредь, если возникнет необходимость.

С.: Так поделитесь своей тайной!

П.: Наши слушатели познают ее в процессе занятий. А еще они привыкают к мысли: искусством воздействия овладевают те, кто этому учится.

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ**

