

Online İmajınızı Oluşturmak İçin Altın Kurallar

Sağlık çalışanları için Dijital Pazarlama rehberi



Giriş

Hastaların ve danışanların gözünde oluşturduğunuz imaj, güvenilirliklerini artırabilir ya da azaltabilir ve randevu sıklıklarını doğrudan etkileyebilir.

Bu nedenle, hem online ortamda hem de çevrimdışı olarak **profesyonel bir imaj oluşturmak, her uzmanın işinin tıbbi olmayan temel alanlarından biri haline gelmiştir.**

Bir profesyonelin başarılı olması için sadece mükemmel hizmetler sunması yeterli değildir. Günümüz dünyasında, hastalara/danışanlara ulaşmak için doğru teknikleri seçmezseniz, olağanüstü becerileriniz ve profesyonelliğiniz hakkında bilgi sahibi olmayabilirler.

Profesyonel imajınızı online ortamda oluşturmak ve tanıtmak için gerekli unsurları öğrenin. Bunu etkili bir şekilde yapmanız için size rehberlik edeceğiz!

Profesyonel İmajınızı Anlamak

Temel bilgilerle başlayalım - "imaj" nedir? Bu terimle karşılaşmış olabilirsiniz ancak herkes tam anlamını kavrayamaz.

Orta İngilizce ymage, Eski Fransızca image, Latince imāgō ("bir kopya, benzerlik, görüntü") sözcüğünden ödünç alınmıştır. İmaj, bir kişi ya da şeyin dış biçiminin temsilidir.

Burada bizi ilgilendiren bağlamda imaj, bir kişi ya da kurumun nasıl görüldüğü, insanların onları nasıl algıladığı anlamına gelir.

Bunu çok basitleştirmek için şu hızlı alıştırmayı deneyin:

Bir sanatçıyı, bir restoranı ya da bir laboratuvarı düşündüğünüzde, en iyi referanslar olarak aklınıza gelen ilk isimler nelerdir? Bunlar hakkında düşünmek için biraz zaman ayırın.

Her bir alanda en iyi olarak aklınıza gelen isimler, sizde bıraktıkları izlenimlere dayanmaktadır. Onların imajı zihninizde bir referans noktası haline gelmiş, diğerleri ise dışarıda kalmıştır.

Bu durum doktor/uzman seçerken hastalar/danışanlar için de geçerlidir.

Diyelim ki profesyonel imajınız dünyaya yansıttığınız şeylerin bir karışımıyla şekilleniyor. İletişim şekliniz, profesyonel geçmişiniz, görünüşünüz, ağınız ve hatta ofisinizin bulunduğu yer...



Peki, buradaki kilit nokta nedir?

İlk olarak, imaj gerçek imajla aynı değildir. Bu, genellikle eksik bilgilerden oluşan, başkalarının algılarından, gözlemlere ve değerlendirme kapasitelerinden, ellerindeki bilgi miktarı ve kalitesinden etkilenen öznel bir izlenimdir.



İkinci olarak, imaj kalıcı bir şey değildir, yeni bilgi ve deneyimlerin etkisi altında değişir ve çok katmanlıdır. Bu çok iyi bir haber çünkü imajın şekillendirilebileceği ve yönetilebileceği anlamına geliyor.

Dolayısıyla, profesyonel imajınıza özen göstermek bir yatırımdır. Bu sadece hizmetinize fayda sağlamakla kalmaz, aynı zamanda hizmetlerinizi başkalarına tavsiye edecek daha fazla hasta/danışan kazandırır.

Profesyonel bir imaj oluşturma ve bunu yönetmenin birçok yolu vardır. 4 temel kural şunlardır:

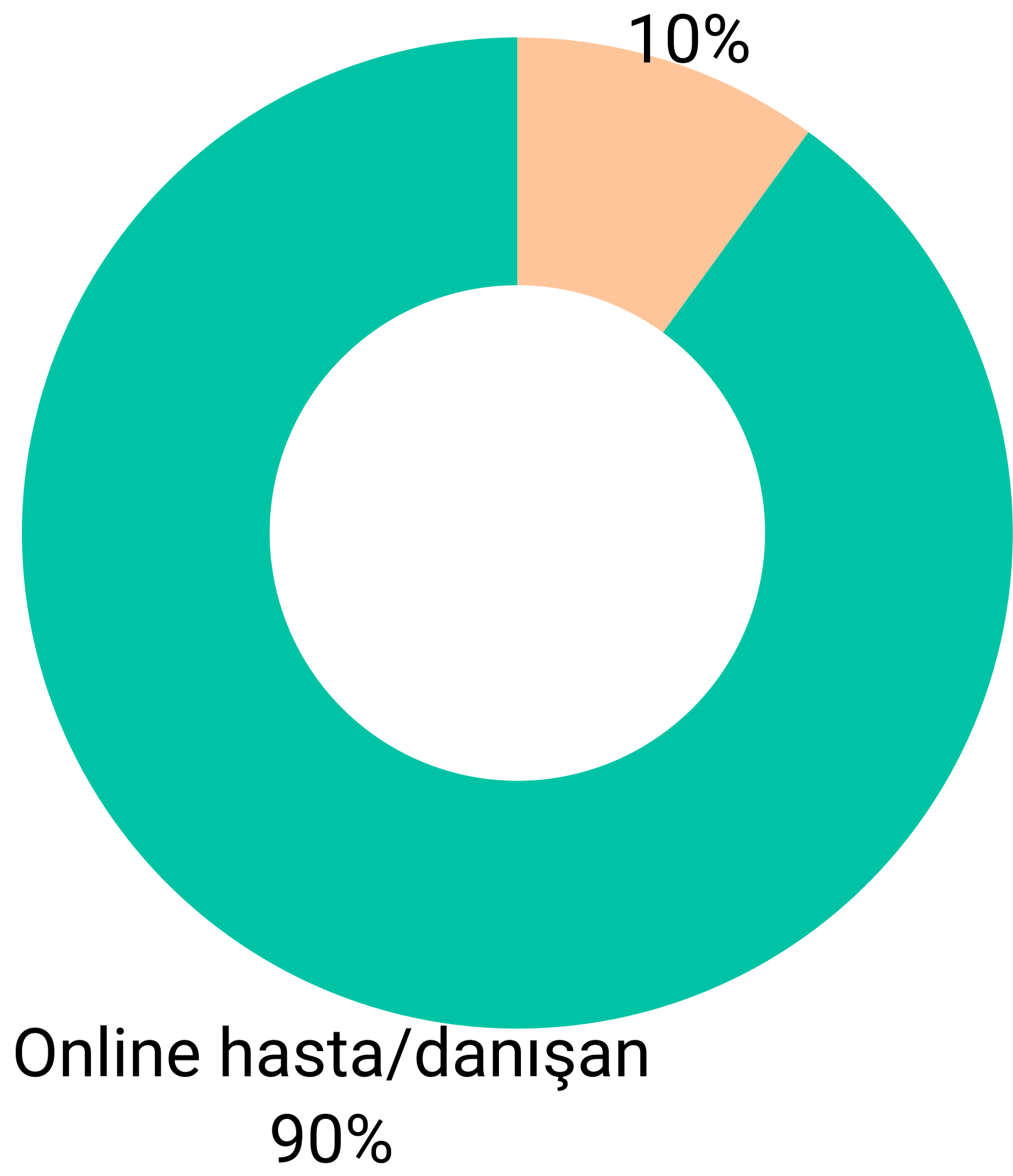
- 1 Sanal pencerenizi oluşturarak ve onu yöneterek online görünürlüğünüze dikkat edin.
- 2 Profesyonelliğinizi ve deneyiminizi gösteren özel içerikler yayınlayın.
- 3 Hastalar/danışanlar tarafından gönderilen **görüşleri** inceleyin ve bunlara yanıt verin.
- 4 Hasta/danışan deneyimine özen gösterin ve onlara daha iyi hizmet vermek için doğru araçları seçin.



Kural 1

Online Görünürlük

Online Görünürlük



Hastalar ve danışanlar artık her zamankinden daha fazla online'lar. Hastaların/danışanların yaklaşık %90'ı doktor/uzman veya sağlık hizmeti bilgilerini internette arıyor!

İnternette görünürlüğünüz, hastalarınızla/danışanlarınızla nasıl iletişim kurduğunuz ve iletişim kurmak için kullandığınız anahtar kelimelerin birleşimidir. Anahtar kelimeler, hastaların sizi keşfetmesi için ilk adım olduğundan çok önemli olacaktır.

İnsanların hakkınızda yapacakları plansız bahsetmelerin yanı sıra, yansıtılacak imajınızın bir parçasını etkilersiniz. Bu nedenle kanallarınıza ve profillerinize yatırım yapmanız önemlidir.

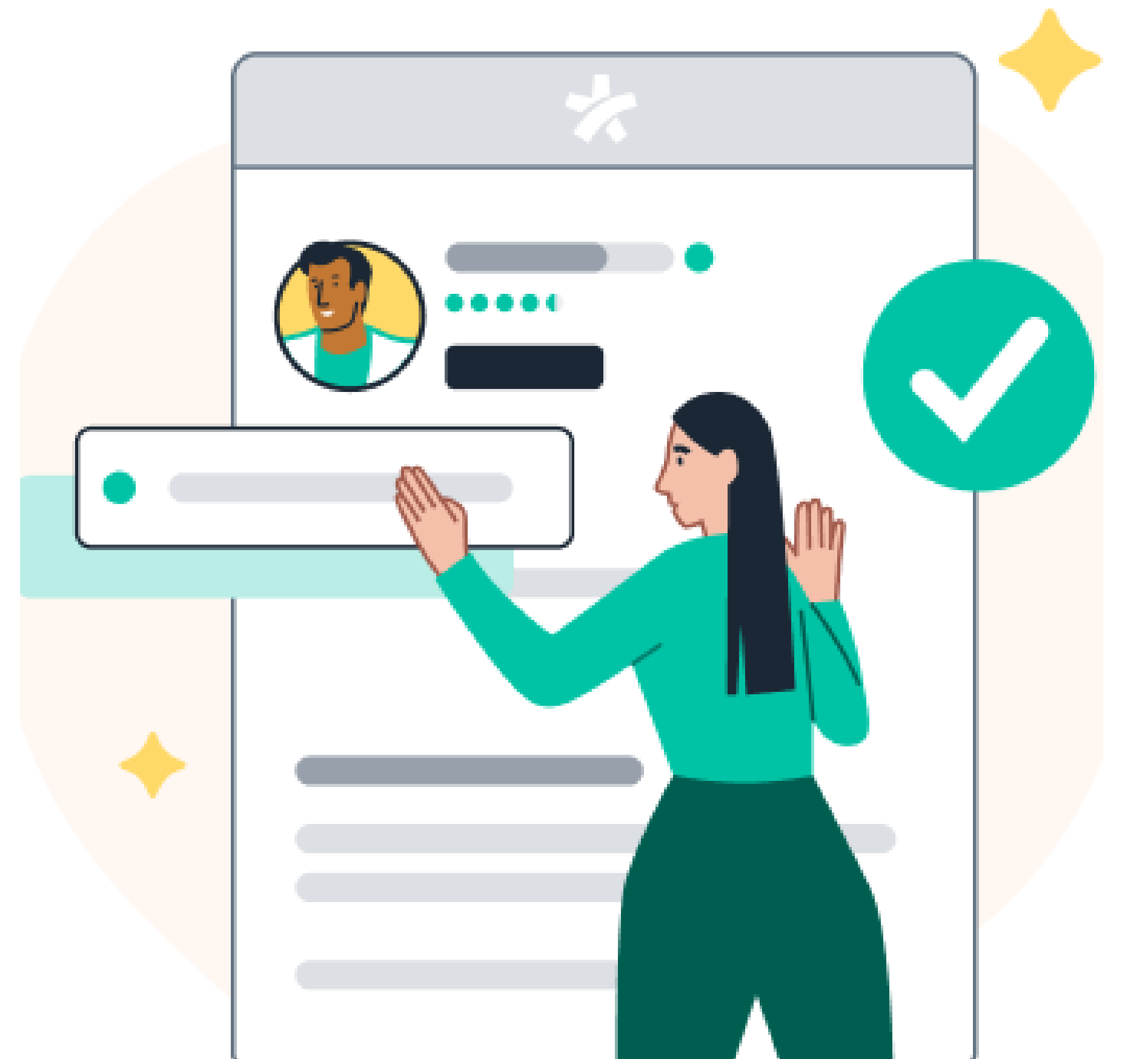
Online kanallarınızı yönetmek

Bir imaj oluşturmak, genellikle hasta ya da danışan bilgi ararken ilk temastan itibaren başlar. Bulabilecekleri yerler, web siteniz ve sosyal medyadaki profilleriniz gibi kanallarınızdır.

Bu kanallar sadece bir bilgi merkezi değildir. Nasıl göründükleri önemlidir ve insanların size daha fazla güvenmesini sağlayabilir. Modern ve profesyonel olanların eski moda olanlardan daha iyi çalışması sürpriz değildir.

Özellikle ilk temas sırasında görünüm önemlidir.

Buraya ofisinizin lobisi gibi davranın, hastaların kapınızı çalmadan önce mutlaka ziyaret edecekleri bir yer.



Bu kanallardaki imajınızı ne etkiler?

1

Otorite

Otorite için para ödeyemezsiniz, bu yüzden her profesyonel için en önemli varlıktır. İşinizi bildiğinizi gösterin. Hastalar/danışanlar uzmanlara güvenir ve tavsiye için onlara başvurur. **Bu yüzden bir otorite olarak görülmek SEO için önemlidir.**

Uzmanlığınızı kanıtlamanın iyi bir yolu, hasta ve danışan görüşlerini paylaşmaktır. Web sitenizde referansları görüntülemek, geçmişte yaptığınız iyi işleri gösterir. Yeni ziyaretçiler, başkalarının sizin deneyiminize tanıklık ettiklerinde fark ettiklerinde kendilerini daha güvende hissederek.

2

Tutarlılık

Hastalar herhangi bir sayfayı ziyaret ettiklerinde web sitenizi her zaman tanıyabilmelidir. Daha iyi bir deneyim için web sitenizin tutarlı görünmesini sağlayın. Bir ziyaretçi sitenizle her etkileşime girdiğinde güven oluşturur. Sitenizden şüphe duymalarına neden olabileceğinden, kafalarını karıştırabilecek veya onları şaşırtabilecek her şeyden kaçın.

Web tasarımcılarıyla yapılan bir ankette, çoğu kişi dağınık bir web sitesinin web tasarımındaki en büyük hata olduğu konusunda hemfikirdi. Bu durum sitenizi ziyaret eden insanların sitenizden hızla ayrılmasına neden olabilir. Her sayfaya çok fazla şey koymak iyi bir fikir gibi görünse de, **işleri basit tutmak** daha iyidir. Daha az daha çoktur.

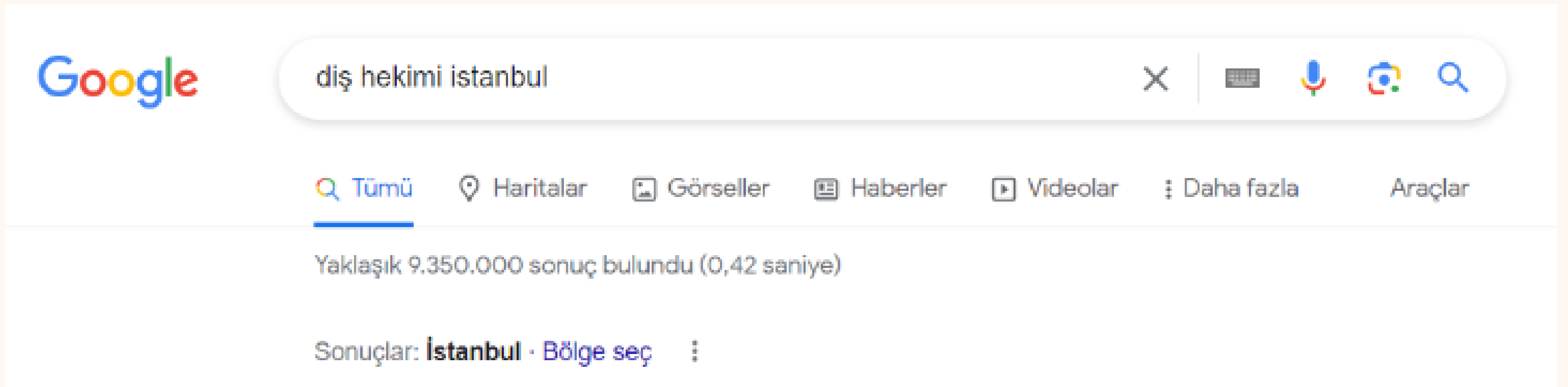


Online imajınızı konumlandırmak için anahtar kelimeleri kullanma

Görselin yanı sıra anahtar kelimeler de görselinizin konumlandırılmasında önemli bir rol oynayacaktır.

Aşağıdaki hızlı deneyi yapın

Google'a 'Diş hekimi İstanbul' anahtar kelimelerini yazın. Sonuç listesi bu şekilde görünür:



İlk sayfada çıkan sonuçlara baktığımızda bu, İstanbul'da sadece birkaç diş hekiminin diş eti iltihabını tedavi edebildiği anlamına mı geliyor? Hayır, sadece birkaçının sitelerini tedavi ettikleri hastalıkların adlarına bağlama fırsatı bulduğu anlamına gelir. Bu, imajınızı konumlandırmak için anahtar kelimelerle oynamanın stratejik bir yoludur.

Diğerleri de diş eti iltihabını tedavi edebilse de, Google üzerinden yardım arayan hastaların onları bulamama ihtimali yüksektir.

Kural 2

Uzman Yayınlar

Uzman Yayınlar

Profesyonel imajınızı online ortamda güçlendirmenin bir diğer harika yolu da uzmanlık alanınızda bilgilendirici makaleler ve uzman görüşleri yayınlamaktır.

- Bu, kendinizi bir otorite olarak göstermek için mükemmel bir fırsattır.
- Ne yayınlanacağı sizin kontrolünüzdedir.
- Adınız değerli içerikle ilişkilendirilecektir.

Yayın platformu blogunuz, siteniz, sosyal medya profilleriniz ve hatta **DoktorTavimi** bile olabilir.

Doğru konuyu nasıl bulursunuz?

Genel olarak, güncel konuları veya pratik günlük yaşamlarımıza yönelik çözümleri araştıran içeriklere daha çok ilgi duyuluyor. Ne yediğimizden nasıl oturduğumuza kadar tüm rutinimizi etkilediği için sağlığın bununla çok ilgisi var.

Alanınızdaki bulguları ve yeni çalışmaları keşfetmek, uzmanlık alanınızdaki ilginç yaklaşımları bulmanın iyi bir yoludur. İnternette o anki en alakalı tartışmaları belirlemek için Google Trends and Sem Rush gibi araçlara güvenin (daha fazlası bir sonraki derste).

Bir başka ipucu da ilgi çekici konuları keşfetmek için kendi hastalarınıza/danışanlarınıza güvenmektir. Resepsiyonda hızlıca uygulanabilen veya e-posta ile gönderilebilen anketler düzenleyin. Ayrıca, hastaların ana şüphelerinin ne olduğunu öğrenmek için Uzman Sor'da yayınlanan uzmanlık alanınızla ilgili soruları izleyin.



Yazma konusunda fazla pratiğiniz yok mu? Başlamak için bazı ipuçlarına göz atın:

- Yazmaya başlamadan önce fikirlerinizi konu başlıkları halinde düzenleyin ve birkaç kelimeyle özetleyin: "Sizin hikayeniz nedir"? Bu alıştırma, bir düşünce çizgisi oluşturmaya ve daha objektif olmanıza yardımcı olacaktır.
- Tutarlı ve içeriğinizdeki anahtar kelimeleri içeren başlıklar arayın. Ve bundan en iyi şekilde yararlanmak için yapay zeka araçlarına güvenin. Bazen "doldurmaya" çok fazla zaman harcıyoruz ve hastanın dikkatini çekmede en önemli unsurlardan biri olan başlığa yeterince dikkat etmiyoruz.
- Redaksiyon yaparken, nihai sonucu değerlendirmeden önce kafanızın soğumasını bekleyin. Molalar üretkenliğimizi artırmak için önemlidir. tes para mejorar nuestra productividad.
- Redaksiyon yaparken, nihai sonucu değerlendirmeden önce kafanızın soğumasını bekleyin. Molalar üretkenliğimizi artırmak için önemlidir.

Kural 3

Hastalardan/ Danışanlardan Gelen Öneriler ve Geri Bildirimler

Geri Bildirimler

Daha önce de belirtildiği gibi, imajınız hastalarla/danışanlarla olan doğrudan etkileşimlerinizden daha fazlasıyla şekillenir. Hastalarınız/danışanlarınız tarafından paylaşılanlar gibi "dış" kaynaklardan gelen hikayeler de bir o kadar önemlidir.

Hakkınızdaki hikayeleri toplamanız için en kolay ve erişilebilir kaynak, hastalarınızın/danışanlarınızın yorumları aracılığıyla internettir.

Online alışveriş çağında, mağazalar ya da hizmet sağlayıcılarla ilgili yorumlar norm haline gelmiştir. Müşteriler, bir satın alma kararı vermeden önce bunları yayınlamaya ve okumaya heveslidir.

Bir doktor internette en iyi görünürlüğe sahip olsa bile, yorum eksikliği potansiyel hastalar için belirsizlik yaratabilir. Ofiste kiminle karşılaşacaklarını ya da profesyonel bir tedavi görüp görmeyeceklerini bilemezler.



Hastalardan/danışanlardan nasıl geri bildirim alınır?

-  Doğrudan sorun
-  Resepsiyon personelinizi veya asistanınızı bu konuda eğitin
-  Web sitenizde, kartvizitinizde veya promosyon malzemelerinizde hastalarınızın/danışanlarınızın bunu yapabileceğini hatırlatın
-  Randevu ziyaretinden sonra e-posta veya kısa mesaj gönderin

Bir doktor internette en iyi görünürlüğe sahip olsa bile, yorum eksikliği potansiyel hastalar için belirsizlik yaratabilir. Ofiste kiminle karşılaşacaklarını ya da profesyonel bir tedavi görüp görmeyeceklerini bilemezler.

Kural 4

Hastaların ve Danışanların Deneyimi

Hastaların ve danışanların deneyimi

Hasta/danışan deneyimi, tıbbi bakımın kalitesini değerlendirmek ve sadakat şansını artırmak için kullanılan termometrelerden biridir. Bu kavramın neden bu kadar önemli hale geldiğini ve bugün deneyimi nasıl artırabileceğinizi anlayın.

Harvard Business Review Analytic Services tarafından gerçekleştirilen bir anketten elde edilen veriler, sektördeki yöneticilerin %60'ının hasta/danışan deneyimini, hizmetlerin iyileştirilmesi ve cironun artırılmasının bile üzerinde bir öncelik olarak gördüğünü göstermiştir.



Hasta/danışan deneyiminin temel unsurları

Deneyimin beğeninin ötesine geçtiğini akılda tutmak çok önemlidir. Kaliteli bakım, hastanın/danışanın zamanına ve geçmişine saygı, tedavi sırasında takip, bilgiye kolay erişim ve iletişimin birleşimidir.



Sağladığınız deneyimi iyileştirmek, mutlaka muayenehanenizin maliyetlerini artırmak anlamına gelmez. Genellikle ihtiyaç duyulan şey **süreç değişiklikleridir**. Aşağıda, ne demek istediğimiz hakkında daha fazla bilgi edinebilirsiniz.



1. Deęişimin Dili

Doğru teşhis ve en iyi tedavi bile, hasta ya da danışan profesyonelin tavsiyelerine uymazsa etkili olmayacaktır. Bu nedenle doğru iletişim kurmak ve hastalarınızı/danışanlarınızı motive etmek, böylece tedaviye katılmalarını ve tedavinin olumlu etkilerini görmelerini sağlamak büyük fark yaratabilir.



2. Memnuniyet Düzeyi

Bir otelde kaldıktan veya internetten alışveriş yaptıktan sonra sık sık memnuniyet anketleri doldurmamız istenir. Bu neden sağlık hizmetlerine de uygulanmasın?

Profesyoneller yaptıkları işin kalitesini ölçtüklerinde, işe yaramayan şeyleri iyileştirme ve iyi yaptıkları şeyleri geliştirme konusunda çok daha başarılı olurlar.

Kamuoyu Araştırmasının bir uzantısı olan ünlü NPS metodolojisi, hastaların/danışanların ne kadar sadık olduklarını ve aldıkları hizmetleri başkalarına tavsiye etme olasılıklarını keşfetmek için sağlık kuruluşları tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır.



3. İletişim ve Bilgi Paylaşımı

Hasta/danışan yolculuğunun en önemli unsurlarından biri. Hastanın sizinle ilk teması ile başlar, hatta arayış içindeyken bile devam eder ve ancak tedavi tamamlandığında sona erer.

Hekim/uzman ve hasta/danışan birlikte ne kadar çok çalışırsa, başarılı tedavi şansı da o kadar artar. Hasta, uzmanın rehberliğini takip etmelidir, ancak aynı zamanda tedavileri hakkında karar verirken kendini rahat hissetmeli ve bilgilendirilmelidir.



4. Geri bildirim

Sağlık uzmanları ve merkezleri hakkında görüşler ve derecelendirmeler şeklinde muazzam bir ayrıntı zenginliği mevcuttur.

Örneğin yıldız derecelendirmeleri, yüksek düzeyde sağlık bilgisine sahip kişiler üzerinde daha fazla etkiye sahiptir. Bu nedenle, internetteki itibarınıza ne kadar iyi bakarsanız, sunduğunuz deneyim o kadar iyi bilinecek ve daha fazla hasta ve danışan emin ellerde olduklarından emin olacaktır.

Sıradaki

Hastanın/danışanın deneyimi ile ikinci dersi sonlandırıyoruz.

Tekrar etmek gerekirse, online imajınızı nasıl değerlendireceğinizi ve profesyonel varlığınızı nasıl oluşturacağınızı ele aldık. Şimdi, daha fazla hastayla bağlantı kurmanıza yardımcı olabilecek temel online reklamcılık tekniklerini inceleyelim.



DoktorTakvimi