

口腔新店开业部分引流思路

www.toutiao.com

2020-02-06 12:49



口腔新店开业部分引流思路

对于口腔门诊新店开业，有很多工作需要我们口腔老板去做，但这些所有事情当中，最重要莫过于“引流”，毕竟如果一个新开业的口腔门诊没有客流量，会增加门诊很多后期管理工作的难度，比如说成本和费用的压力、比如说员工士气和状态的压力，这些都是我们要面对的。

经营当中有一句话：“没有客流量就没有一切”，由此可见客流量对于口腔门诊经营的重要性，我曾经和一些牙刷朋友开玩笑：“开业的时候，如果你家口腔门诊周围的所有客人，都知道来你口腔门诊洗牙或是拔牙是免费的，你还用担心你家门诊没有钱赚吗？”，虽然只是一个玩笑，但是我想启发他们客流量的思维是如何来的。

虽说是免费，但免费里面也有一些技巧，你不能在你家口腔门诊门口拉一条大大的横幅，打着“全场洗牙免费”的广告；你也不要再去印刷一些免费洗牙的宣传单到处去派发，那样只会吸引一些没有质量的客户，那样只会吸引一些贪图小便宜的客户，开业活动一旦停止，这些顾客马上掉头转向下一家打折的口腔，不是免费有问题，是免费的也有学问也有技巧。

既要保证来店客户的质量，又要保证活动本身能为新门诊带来流量，这是我们策划活动最基本的思考利基点，也是我们口腔老板必备的经营基本功。

关于引流这一块，从项目的角度来说，最合适的切入点就是“洗牙和补牙或是拔牙”这几个项目，因为这3个项目是消费者普遍都必需的项目，需求大，开业说每个人都有的需求，也是最容易产生口碑效应的项目，传播力度最大。

对于大部分口腔门诊来说，洗牙或者基础的拔牙或是补牙这样的引流项目，都属于赔钱项目，但我们为什么还要去做呢？因为这几个项目能给我们带来大量的客流量，这些流量可以把我们门诊里的人气给带旺，一定比例的客量会转化为其他项目的消费这是一个很关键的点。

假如说一家口腔门诊洗牙的定价是100元，补牙基础的3M是300元，那我们该怎么样来策划客流量的方案呢？

通常情况下，我会教口腔老板一个这样的思路，这里面有三种最简单的小方法……

第一种方法：开业礼品赠送。

我们可以去当地市场或是在网上找一些活动礼品，这些礼品的进货价在8块钱到15块钱之间，但外面的零售价一般都不会低于25元——50元之间（比如说青花瓷碗、保温水杯、精美雨伞、精美化妆镜等等）。

开业期间（15天—30天），凡是来门诊里消费洗牙的客人，加1块钱就可以获得价值25元至30元的礼品（成本8元至10元）；凡是来门诊里消费补牙的客人，加2块钱就可以获得价值30元至50元的礼品（成本15元以内）。

但这里有一个前提，前提就是客人需要在我们这里办一张会员卡，洗牙的客人需要充值100元（或200元），补牙的客人需要300元（或500元）。

第二种方法：当次洗牙或者补牙指定项目消费免费。

开业期间，凡是来我们门诊里洗牙的客人，只需充值100元（200元），当次洗牙就送给她；凡是来我们门诊里补牙的客人，只需充值300元（或500元），当次补牙就送给她。

不但洗牙和补牙送给她，而且我们还要准备一些其他治疗的项目卡，50元一张的面值，消费洗牙的客户加1块钱就送一张，消费补牙的客户加2块钱就送两张（不重叠的项目各一张），这些项目卡限6个月内有效，下次除了享受会员的折扣之外，还可以将项目卡当现金抵扣。

第三种方法：送门诊外的其他项目和礼品去设置售卖。

如果我们口腔送门诊外的项目和礼品，这样这些潜在患者的可选择性就高了很多，我们可以将很多门诊内的项目拆解开来，选一些成本不是很高，但附加值和正常收费价格还不错的小项目，捆绑在门诊外的礼品卡里面，只需要5块钱或者10块钱20块钱，就可以购买享受原本收费100元至200元的口腔治疗项目一次。

我们也可以将洗牙的小项目，作为赠送项目；我们可以将洗牙和外卖护理产品加上行业外了赠品捆绑进来，比如说会员加38元购买100元洗牙，送一支价值100元的电动牙刷和漱口水。

这里同样有一个前提，那就是客户要进行一个动作，她必须充值200元或者300元。

这三种方法都有一个共同点，这个共同点就是要引导客户充值，而且是充值小卡，200元或者300元的小卡。

为什么我要建议口腔老板在开业的期间要选择小卡，而不要让客人去充大卡，这里面有两个原因……

第一：每一位客人第一次去到一家新店消费，通常都会小心翼翼，她不敢轻易放很多钱在我们新开业的口腔门诊，因为现在卷走顾客卡金其他行业的案例比比皆是，上当受骗的次数多了，顾客的消费已经变得越来越理性。

第二：我们之所以要引导顾客充值，并不是像部分口腔那样，拿卡金作为一种融资的手段。

我们要的目的是让顾客再次会来我们家门诊消费，培养顾客重复消费的习惯。说得再直白一点，就是给我们自己留有余地，偶尔一两次犯错导致的顾客流失，卡里面有那么一点点钱，顾客下次还是会给我们改正的机会。

为什么我要主张顾客加1块、2块、5块钱、10块钱？

因为这里面有一个人性的特点……“你如果是白送给她，她会觉得你搞活动是应该的，新门诊开业为了吸引人气，她拿礼品和优惠会觉得是理所当然。但如果你让她象征性地加那么一两块钱、或者三五块钱，她就会觉得自己占了很大便宜，顾客的注意力和焦点就会转移到礼品的价值上面，而不是你让她充值这个动作本身”，这一点非常关键！

我一般不建议口腔老板在开业初期这个期间，用那种全场打几折……”等等降价促销活动，那样会破坏我们的价格体系，更关键的是我们吸引进来的客人她的档次不是我们口腔门诊定位的人群！

还有一点非常关键……

不管我们做任何活动，我们都要跳出活动来看活动，我们要站在整体经营的角度来审视我们的活动，我们开业活动的目的是什么？难道仅仅是为了吸引人气？

很显然一个道理，我们不但要吸引人气，更为关键的是被我们吸引进来的这些客人，我们要如何借助一些方法把这些客人给留下来，除了我们本身的技术和服务之外，从经营的角度来说，最好的方法就是让她留一点点钱放在我们这里，哪怕只有那么100块、200块、300块也好！

“开业促销和充值”这两个步骤是紧密相连的，光有开业促销没有充值，我们后期的客流量很难有保障；光有充值没有开业促销，我们的成交率会非常有限。

说到这里的时候，很多口腔老板会说：“这种活动下来，那我的成本非常高啊！”。

成本高与不高，关键看你从哪个角度去看。

如果我们选择第一种促销方案，送8元到15元的促销礼品，这种成本真的很高吗？我看未必！因为我们的目的是让顾客充值，100块钱8块钱礼品成本、200块钱10块钱礼品成本、300块钱15元礼品成本，最多也只有5%—8%的成本，而且这种活动只是在开业这一个月才有，相比留下一个客人，这种成本比例一点也不算太高。

关键的是后期可以积累很多客人，医生有活干，有活干就不会心慌、有活干就不会东想西想。

换句话说，从长远的角度来看，即使第一个月我们打平，一分钱不赚，但我们积累了大量的客人，这种成本的付出也绝对是超值的。

作为经营者，我们最重要的能力是什么？我们最重要的能力是从宏观的角度来审视我们的整体布局！最重要的能力是我们要认清我们每一个动作背后的目的是什么！最重要的能力是将我们每一个阶段性的经营动作连贯起来！

最后送大家一句话：“跳出事物本身看事物，我们才有可能看到事物的真相和本质，这一点非常重要！”

特别提醒一下需要做开业活动的朋友，一定不要照着葫芦画瓢，每一家口腔门诊都需要根据自己自身实际情况考量去做。

如有需要即将为开业会活动的朋友，代恒老师也欢迎您来到大连艺道口腔商院咨询沟通。

开业对于口腔门诊是大事，绝对不是点个鞭炮放个炮那么简单，这是新门诊最重要的一次战略上的营销，开门红很重要，代老师在口腔开业大型营销活动中，也积累了几百家从100多平的诊所大到2000平的口腔医院开业的成功案例。

今天就到这里，我们下篇文章中见！

本文由艺道咨询代恒老师编辑，请勿转载，违者必究

[口腔医院排名](#)

[瑞尔口腔官网](#)

[圣贝口腔医院](#)

[牙博士口腔](#)

[口腔医院挂号](#)