**Współczesne narzędzia pracy dla biznesu**

**Na sukces gabinetu kosmetycznego, salonu fryzjerskiego czy placówki medycznej wpływa nie tylko jakość świadczonych usług i wykwalifikowany personel, ale również poziom obsługi oraz wszystkie procesy zarządcze. Konieczność planowania wizyt w czasie, dynamika zmian w rejestracji klientów i pacjentów, potrzeba powiadomień czy zarządzanie zespołem specjalistów wymusza wykorzystanie narzędzi usprawniających realizacje usług. Które z nich sprawdzą się najlepiej?**

**Coraz częściej i coraz chętniej korzystamy ze specjalistycznych produktów, zabiegów oraz form leczenia. Zainteresowanie tą sferą powoduje, że konkurencja na rynku rośnie, dlatego zaufanie klienta i pacjenta zdobyć jest coraz trudniej. Chcąc odnieść sukces i zjednać sobie grono sympatyków, należy utrzymywać wysokie standardy, a także zadbać o to, aby wyróżnić się na tle pozostałych firm czy placówek. Możemy to osiągnąć za pomocą tworzenia innowacyjnej oferty, a także wyjątkowego podejścia do klienta i budowania z nim trwałych relacji. Wsparciem każdego z tych elementów są nowoczesne technologie.**

**Zarządzanie branżą health&beauty**

**– *Od 7 lat prowadzimy salony fryzjerskie i fryzjersko-kosmetyczne, korzystając przy tym z wielu narzędzi przeznaczonych do zarządzania tym dynamicznym biznesem*. *Są to narzędzia, które pomagają nam uporządkować kalendarz czy zdobywać rekomendację klientów* – mówi Tomasz Schmidt, założyciel Akademii Fryzjerskiej Wierzbicki & Schmidt. – *Na opinie*** *gości duży wpływ ma m.in. wygoda usług, z których korzystają. Dlatego naszym klientom dajemy możliwość dokonania rezerwacji wizyt on-line przez portal lub aplikację mobilną. Mogą się oni umawiać na wizytę w dowolnym miejscu i czasie, co zajmuje tylko chwilę* – dodaje Andrzej Wierzbicki, współzałożyciel salonów.

W przypadku służby zdrowia często spotkamy się z podobnymi udogodnieniami, zarówno dla pacjentów, jak i samego personelu medycznego. **–** *Nowoczesne rozwiązania IT już dawno wkroczyły do placówek medycznych usprawniając proces diagnostyczno-terapeutyczny, a jednocześnie całość procesów obsługi pacjenta. W Certusie już od wielu lat standardem jest elektroniczna dokumentacja medyczna, dzięki której personel medyczny we wszystkich placówkach ma dostęp do danych pacjenta, a to znacznie usprawnia proces leczenia. W formie elektronicznej prowadzone są też terminarze poradni, co połączone jest z przypominaniem pacjentom dzień wcześniej drogą SMS-ową o umówionej wizycie. Co istotne, pacjent może w wiadomości zwrotnej odwołać taką wizytę, dzięki czemu zwalnia termin dla innych potrzebujących takiego świadczenia –* wylicza Maciej Majewski, Dyrektor ds. Sprzedaży Prywatnej Lecznicy Certus.

**Tradycyjnie i skutecznie, czyli postaw na e-mail marketing**

Newslettery czy nawet pojedyncze mailingi, w których można informować o nowościach ofertowych, promocjach, gratisowych usługach lub bezpłatnych badaniach, to wiadomości wciąż chętnie odbierane przez dużą część społeczeństwa. Oczywiście tego typu e-maile każdego dnia konkurują z innymi, zatem warto zatroszczyć się o to, żeby ten wysłany przez nas wyróżnił się formą i treścią oraz żeby na pewno trafił do odbiorcy. Warto korzystać również z rozwiązań, które pozwalają komunikat dostarczyć szybko i skutecznie. Przykładem jest EmailLabs, serwer SMTP w chmurze współpracujący z największymi dostawcami skrzynek e-mail w Polsce, dzięki któremu wysłana wiadomość nie zostanie zablokowana przez filtry spam serwisów pocztowych.

*Przykłady podobnych narzędzi: Redlink, Freshmail*

**Krótko, treściwie i szybko – wybierz komunikację mobilną SMS**

Komunikacja SMS to prosta, szybka i skuteczna forma przekazu. Wiadomość można wysyłać i odbierać bez konieczności dostępu do internetu. Sami konsumenci wyrażają zainteresowanie otrzymywaniem takich komunikatów od firm, z których usług korzystają – z ostatnio przeprowadzanego badania Komunikacja SMS w Polsce wynika, że niemal 70% ankietowanych otrzymuje tego typu SMS-y i praktycznie tyle samo osób chce otrzymywać je nadal. Badanie cyklicznie od kilku lat przeprowadza Platforma SerwerSMS.pl, która umożliwia m.in. realizację promocyjnych kampanii mobilnych w obszarze B2C i B2B. Do komunikacji udostępnia wiadomości tekstowe (SMS), wiadomości multimedialne (MMS) oraz wiadomości głosowe (VOICE). – *Obecnie SMS-y przypominające o umówionej wizycie to standard. Klienci nie tylko akceptują takie powiadomienia ale ich oczekują. W dobie pośpiechu bardzo łatwo jest zapomnieć o ważnych datach, zatem na systemie przypomnień SMS korzystają zarówno firmy, ze względu na dużo niższy procent nieodmówionych wizyt, jak i klienci, którzy bardzo często na kolejną wizytę musieliby długo czekać. Mając własną bazę klientów, dzięki SMS-om można znacząco poprawić zarówno wizerunek, jak i marketing* – podsumowuje Daniel Zawiliński Managing Director COO SerwerSMS.pl

*Inne przykłady tego typu narzędzi: SMSLabs, Infobip, mProfi, Tyntec*

**Kompleksowy system zarządzania**

Prowadząc działalność warto wybierać takie oprogramowanie, które posiada maksimum funkcji ułatwiających pracę i gwarantujących oszczędność czasu. Wśród najpopularniejszych znajduje się Versum, oferujący kalendarz pozwalający na sprawną organizację grafiku, planowanie wizyt, prowadzenie kart klientów czy wysyłanie przypomnień SMS. –  *Versum to coś więcej niż kompleksowy system, który ułatwi zarządzanie każdym obszarem pracy salonu w branży hair&beauty. To przede wszystkim know-how, którym dzielimy się z naszymi klientami wspomagając ich rozwój. Stawiamy na dialog z użytkownikami systemu, którzy wspierają nas w ciągłym rozwoju narzędzia. Na co dzień  korzysta z niego kilkanaście tysięcy specjalistów w Polsce i coraz częściej także za granicą –* mówi Sebastian Maśka, prezes spółki Versum*.*

*Inne narzędzia: Halo24, BeautySalon24*

**Internetowa rezerwacja… wystarczy moment**

Zanim zdobędzie się klienta, trzeba mu się wcześniej dać odnaleźć. W przypadku salonów fryzjerskich, gabinetów kosmetycznych i SPA umożliwia to np. Moment.pl - portal i aplikacja mobilna do rezerwacji wizyt przez Internet. Moment.pl daje możliwość umawiania wizyt online całą dobę, w czasie rzeczywistym, przez co wybrany termin zostaje automatycznie dodany do kalendarza, bez konieczności telefonicznego potwierdzania. To pierwsza w Polsce baza skupiająca tylko topowe salony urody, a potwierdzają to tysiące komentarzy, jakie zalogowani użytkownicy mogą wystawiać wyłącznie po zrealizowanej wizycie. –  *Komentarze stanowią cenne źródło wiedzy dla prowadzących salony i gabinety, a dodatkowo wielu osobom pomagają  podjąć decyzje o wyborze danego miejsca –* mówi Paweł Kantyka, twórca Moment.pl.

*Inne narzędzie: dobrakosmetyczka.pl*

**Elektroniczny pomocnik**

Wszędzie tam, gdzie wysoka jakość obsługi klienta jest priorytetem warto wdrożyć Asystenta CRM. Umożliwia on pełną obsługę książki korespondencji, **danych kontaktowych** osób czy kontrahentów oraz **planowanie, zlecanie i przypominanie o zadaniach**.Pozwala on natworzenie różnego rodzaju tabel do przechowywania danych i baz, a także późniejsze ich przeszukiwanie czy analizę statystyk oraz drukowanie raportów. Eksport danych do popularnych formatów, w tym do arkuszy kalkulacyjnych, czy możliwość pracy z urządzeń przenośnych USB znacznie wpływają na komfort użytkowania.

*Podobne programy: Sugar CRM, VTiger*

**Inteligentny gabinet**

Prowadzenie zeszytów wizyt i dokumentacji medycznej wymaga dużych zasobów nakładu pracy. W jej organizacji pomaga platforma iGabinet – kompleksowe oprogramowanie rozwijane w ramach ścisłej współpracy z lekarzami, które dostarcza placówce szeregu narzędzi usprawniających zarządzanie elektroniczną dokumentacją medyczną. To podstawowa cecha tego rozwiązania i jednocześnie jego największa zaleta, dzięki której codzienna praca w wielu przypadkach staje się zautomatyzowana. Narzędzie pozwala na wystawianie paragonów i faktur, posiada wbudowaną bazę leków oraz ułatwia współpracę z laboratoriami. Rozwiązanie to dedykowane jest gabinetom lekarskim, stomatologicznym, rehabilitacyjnym.

*Inne przykłady: EuroSoft, Gabinet JZK, Kuracjusz (sanatoria)*

**Social Media**

Internet oferuje nam szereg platform społecznościowych doskonałych do promocji oferty oraz bezpośredniej komunikacji z klientami czy pacjentami. Natychmiastowe reagowanie na potrzeby internautów oraz angażowanie ich w życie salonu, gabinetu bądź placówki, to doskonały sposób na budowanie lojalności oraz zaufania. Kluczem do transparentnego wizerunku są też publikowane w tych serwisach opinie, które najskuteczniej powiększają grono zainteresowanych usługami. Potrafią one zdziałać więcej, niż jakiekolwiek zapewnienia samej marki. Ponadto wykorzystując Facebook, Instagram, Pinterest czy You Tube można docierać do różnych, stargetowanych uprzednio odbiorców. Prowadząc wybrany kanał możemy wykorzystywać zdjęcia, gify, filmy, możemy to robić sami lub we współpracy z wyspecjalizowaną agencją. W generowaniu przyciągającego contentu i pozyskiwaniu odbiorców w przypadku Social Mediów ograniczać może w zasadzie tylko wyobraźnia.

Jak widać narzędzi wspierających pracę czy promujących usługi w sektorze zdrowia i urody jest bardzo wiele, a ich różnorodna specyfika oraz koszty wdrożenia pozwalają na dopasowanie do indywidualnych potrzeb, z uwzględnieniem wielkości i struktury danej działalności.