

РАБОТА С РЕПУТАЦИЕЙ В ГЕО-СЕРВИСАХ

Полное руководство для администраторов, маркетологов и руководителей
клиники — от мониторинга до внутреннего разбора сложных случаев.

ГДЕ И КАК МЫ ОТСЛЕЖИВАЕМ ОТЗЫВЫ

ПЛОЩАДКИ

Мы регулярно отслеживаем отзывы на:

- Яндекс Картах
- Google Картах
- 2ГИС
- ПроДокторов / НаПоправку / другие медагрегаторы
- Соцсети (VK, Instagram*, Одноклассники и др.)
- Мессенджеры (WhatsApp, Telegram, формы обратной связи)

ОТВЕТСТВЕННЫЕ

- Назначьте одного ответственного за мониторинг отзывов (маркетолог / администратор / SMM-специалист)
- Назначьте одного ответственного за медицинскую часть (старший врач / заведующий), который помогает с корректными формулировками по лечению
- Определите подмену на время отпусков и выходных, чтобы отзывы не оставались без реакции

ЧАСТОТА ПРОВЕРКИ

- **Минимум 1 раз в день** — проверяем все основные площадки.
- **На критический негатив** (жалобы на здоровье, безопасность, грубость) реагируем в тот же день
- В мессенджерах и соцсетях — в рабочее время отвечаем в течение **1–2 часов**

ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОТВЕТОВ НА ОТЗЫВЫ

ТОН И СТИЛЬ

- Вежливо, спокойно, без оправданий и агрессии
- Простым, понятным языком, без медицинских терминов, если это не необходимо
- Пишем от имени клиники (мы), но вежливое обращение лично к пациенту
- Не спорим и не доказываем свою правоту в открытую
- Не раскрываем персональные данные пациента и подробности лечения в открытом ответе

ЦЕЛИ ОТВЕТА

Вовлечённость

Показать, что клиника
внимательна и вовлечена

Благодарность

Поблагодарить за обратную
связь

Решение

В случае негатива — показать
готовность разобраться и
улучшить ситуацию

Лояльность

В случае положительных
отзывов — закрепить
лояльность

ЧЕГО НЕЛЬЗЯ ДЕЛАТЬ

Медицинская информация

Нельзя публиковать медицинскую информацию и диагнозы без согласия пациента

Переход на личности

Нельзя переходить на личности, оценивать пациента, спорить или обвинять

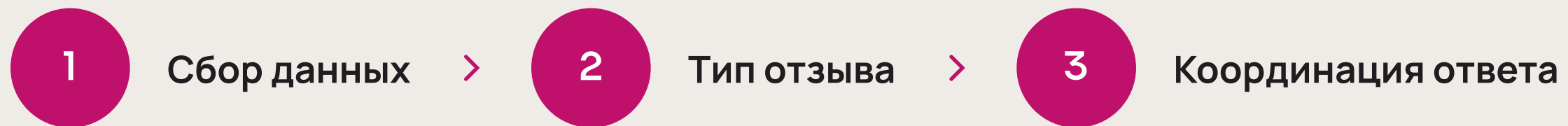
Шаблон «копи-паст»

Нельзя использовать шаблон без адаптации под конкретный отзыв — это видно и раздражает

Игнорирование

Нельзя игнорировать негативные отзывы, даже если они кажутся несправедливыми

ПОРЯДОК РАБОТЫ С ОТЗЫВОМ



ШАГ 1. СБОР ИНФОРМАЦИИ

Определите автора (по нику, времени визита, описанию ситуации). Узнайте у администратора и лечащего врача, что реально происходило. Зафиксируйте факты: дата визита, врач, услуга, какие уже были действия с пациентом

Если пациента идентифицировать невозможно
— честно пишем, что не можем установить автора,
и предлагаем связаться лично

ШАГ 2. ТИП ОТЗЫВА

- Положительные
- Нейтральные (и/или с предложениями по улучшению)
- Конструктивный негатив (есть конкретика)
- Эмоциональный негатив (много эмоций, мало фактов)
- Подозрение на заказной / фейковый отзыв

ШАГ 3. СОГЛАСОВАНИЕ

Если отзыв касается лечения или осложнений — согласуем со старшим врачом. Если юридически рискованный — с руководителем и юристом

ОТВЕТЫ НА РАЗНЫЕ ТИПЫ ОТЗЫВОВ

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ОТЗЫВЫ

Цель — поблагодарить, подчеркнуть сильные стороны клиники, стимулировать повторное обращение / рекомендации.

Структура ответа:

1. Обращение по имени (если оно есть).
2. Благодарность за отзыв и доверие.
3. Радость за результат / комфорт / отношение.
4. Мягкое приглашение вернуться или рекомендовать клинику.

Пример конструкции:

«[Имя], спасибо за ваш отзыв и доверие к нашей клинике. Нам очень приятно, что вам понравилось... Мы обязательно передадим ваши слова врачу. Будем рады видеть вас в клинике снова!»

НЕЙТРАЛЬНЫЕ ОТЗЫВЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Цель — показать, что мы слышим и готовы улучшаться.

1. Благодарность за отзыв
2. Краткое подтверждение, что поняли суть замечания
3. Сообщение, что передадим информацию ответственным / уже внесли изменения
4. Приглашение обратиться лично при повторных вопросах

«Спасибо за вашу обратную связь. Мы внимательно относимся к таким комментариям и уже передали ваше предложение администраторам. Если у вас будут дополнительные идеи или замечания, вы можете связаться с нами по телефону...»

КОНСТРУКТИВНЫЙ НЕГАТИВ

Цель — снять напряжение, показать, что мы разбираемся, и предложить решение.

ОБРАЩЕНИЕ И БЛАГОДАРНОСТЬ

Обращение по имени и благодарность за сигнал.

ИЗВИНЕНИЕ

Извинение за неприятный опыт — даже если клиника не согласна со всем описанием.

ВНУТРЕННЯЯ ПРОВЕРКА

Кратко: мы провели / проведём внутреннюю проверку.

ЛИЧНЫЙ КОНТАКТ

Приглашение к личному контакту для подробного разбора (телефон, e-mail, мессенджер).

ФАКТ ИСПРАВЛЕНИЯ

Если есть факт исправления (повторный приём, бесплатная консультация) — аккуратно упоминаем.

ПРИМЕР ОТВЕТА:

«[Имя], спасибо, что рассказали о ситуации. Нам искренне жаль, что у вас осталось такое впечатление от визита. Мы уже передали информацию руководителю клиники и разберёмся в деталях. Чтобы мы могли более детально обсудить ваш случай и предложить решение, пожалуйста, свяжитесь с нами по телефону... или напишите в мессенджер...»

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ НЕГАТИВ

Много эмоций «Ужас! Никому не советую!», мало конкретики. Задача — снизить градус, не спорить.

СТРУКТУРА ОТВЕТА

- 1 Спокойная благодарность**
Спокойная благодарность за отзыв без встречных эмоций.
- 2 Извинение за эмоции**
Извинение за эмоции, которые испытал пациент.
- 3 Важность разобраться**
Уточнение, что нам важно разобраться в ситуации.
- 4 Приглашение к диалогу**
Приглашение связаться лично для прояснения деталей, потому что в отзыве их не хватает.

ПРИМЕР КОНСТРУКЦИИ

“

«[Имя], спасибо, что поделились своими эмоциями. Нам очень жаль, что визит в клинику вызвал у вас такое впечатление. Нам важно понять, что именно произошло, поэтому будем признательны, если вы свяжетесь с нами по телефону... или напишите в мессенджер, чтобы мы могли детально разобраться и предложить решение.»

ПОДОЗРЕНИЕ НА ЗАКАЗНОЙ / ФЕЙКОВЫЙ ОТЗЫВ

ПРИЗНАКИ ФЕЙКОВОГО ОТЗЫВА

Нет в базе

Пациента невозможно идентифицировать по базе клиники

Нет конкретики

В отзыве нет дат, имён, конкретных деталей

Шаблонные фразы

Встречаются явные шаблонные фразы, одинаковые тексты на разных площадках

Даже если отзыв кажется фейковым, ответ всё равно должен быть корректным и вежливым

СТРУКТУРА ОТВЕТА

1. Вежливая благодарность за отзыв
2. Сообщение, что не можем идентифицировать пациента по описанию
3. Предложение связаться лично и предоставить данные визита
4. Упоминание, что клиника открыта к проверке фактов

ПРИМЕР КОНСТРУКЦИИ:

“

«Спасибо за ваш отзыв. К сожалению, по описанию мы не смогли найти ваш визит в базе пациентов клиники. Нам важно проверять такие сообщения, поэтому просим вас связаться с нами по телефону... и уточнить дату посещения и фамилию. Мы открыты к диалогу и готовы подробно разобрать ситуацию.»

РАБОТА С РИСКАМИ

Жалобы на здоровье, безопасность и юридические угрозы требуют особого подхода.

Здоровье и осложнения

Жалобы на ухудшение здоровья, осложнения, боль после лечения. Обвинения во «вреде здоровью», «некачественном лечении».

Юридические угрозы

Угрозы жалобами в контролирующие органы, суд, СМИ. Требуют согласования с руководителем и юристом.

ПОРЯДОК ДЕЙСТВИЙ:

1. Не торопитесь

Не публикуем эмоциональный ответ сразу. Сначала собираем информацию у лечащего врача и руководства.

2. Согласование черновика

Готовим черновик ответа, показываем главному врачу / управляющему и при необходимости юристу.

3. Публикация ответа

Благодарим за сигнал, выражаем сожаление, приглашаем на очный осмотр. Не обсуждаем медицинские детали публично.

“

«[Имя], спасибо за ваш отзыв. Нам искренне жаль, что после лечения у вас возникли неприятные ощущения. Чтобы мы могли оценить ваше состояние и предложить дальнейший план, приглашаем вас на очную консультацию к [должность], по предварительной записи по телефону... Обсуждать медицинские вопросы корректнее лично, поэтому будем рады помочь вам в клинике.»

КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ШАБЛОНЫ ОТВЕТОВ

Шаблоны — это заготовки, а не готовые тексты «подставить и отправить».

→ Всегда адаптируйте шаблон под конкретный отзыв: используйте имя пациента, отразите суть его комментария

→ Не повторяйтесь дословно в соседних отзывах — это заметно.

→ Не удлинняйте текст ради «красоты». Лучше короче и конкретнее.

→ Перед публикацией перечитайте текст вслух — должен звучать естественно.

ЧТО МОЖНО ЗАШИТЬ В ШАБЛОНЫ ЗАРАНЕЕ

Стартовые формулировки

Стартовые формулировки благодарности за отзыв и доверие.

Нейтральные переходы

«Мы обязательно передадим ваши слова врачу»,
«нам важно, что вы поделились своим мнением» и т.п.

Завершения

Завершения с приглашением к диалогу или визиту в клинику.

МОДЕРАЦИЯ И УДАЛЕНИЕ ОТЗЫВОВ

На большинстве площадок клиника не может просто «стереть» отзыв.

Можно пожаловаться на отзыв или запросить его удаление при наличии оснований.

КОГДА МОЖНО ЗАПРАШИВАТЬ УДАЛЕНИЕ

Вы вправе пожаловаться на отзыв, если:

Оскорбления и угрозы

Есть оскорбления, ненормативная лексика, угрозы в адрес сотрудников или клиники.

Персональные данные

Опубликованы персональные данные сотрудников без согласия (телефоны, домашний адрес и т.п.).

Клевета

В отзыве грубая клевета, заведомо ложные сведения, не соответствующие действительности.

Спам и реклама

Отзыв содержит рекламу конкурентов, спам, ссылки на сторонние ресурсы.

Не ваша клиника

Отзыв не относится к вашей клинике — ошибка или намеренное введение в заблуждение.

ДЕЙСТВИЯ ПЕРЕД УДАЛЕНИЕМ И НА РАЗНЫХ ПЛОЩАДКАХ

ЧТО ДЕЛАТЬ ПЕРЕД ЗАПРОСОМ НА УДАЛЕНИЕ

1 Скриншоты
Сделать скриншоты отзыва на случай дальнейших разбирательств.

2 Описание нарушения
Подготовить краткое описание, почему отзыв нарушает правила — без эмоций, оперируя фактами и регламентом площадки.

3 Внутренняя фиксация
В случае серьёзных обвинений — зафиксировать ситуацию внутри клиники (служебная записка, комментарий врача и руководителя).

КАК ДЕЙСТВОВАТЬ НА РАЗНЫХ ПЛОЩАДКАХ

Общий принцип везде один:

1. Найти кнопку «Пожаловаться» / «Сообщить о нарушении» рядом с отзывом.
2. Выбрать причину (оскорбления, ложная информация, спам и т.п.).
3. Кратко и по делу описать, в чём нарушение.
4. Отслеживать статус: площадка может запросить дополнительные аргументы.

ВНУТРЕННИЙ РАЗБОР СЛОЖНЫХ ОТЗЫВОВ

Сложные отзывы (особенно негативные) — это материал для улучшения процессов в клинике.

КОГДА ДЕЛАТЬ РАЗБОР

НИЗКИЕ ОЦЕНКИ

При любом отзыве с оценкой 1–3 звезды без исключений

ПОВТОРЯЮЩИЕСЯ ЖАЛОБЫ

При повторяющихся жалобах по одному и тому же вопросу: ожидание, грубость, боль, цена

ЮРИДИЧЕСКИЕ РИСКИ

При любых юридически рискованных отзывах с угрозами или обвинениями

ФОРМАТ ВНУТРЕННЕГО РАЗБОРА

Описание ситуации

Дата отзыва, площадка, суть жалобы (1–3 предложения), кто участвовал (врач, администратор).

Анализ причины

Ошибка в коммуникации, организационный сбой, медицинская сложность или завышенные ожидания пациента.

Что можно улучшить

Регламент приёма, скрипты администраторов, дополнительные объяснения перед лечением (риски, ощущения, цена).

Конкретные действия

1–3 конкретных действия: обучить персонал, добавить фразы в скрипты, изменить внутренний процесс.

По итогам разбора руководитель утверждает решения и сроки их внедрения

КРАТКИЙ ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ СОТРУДНИКА

Перед публикацией ответа убедись, что выполнены все пункты:

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

- Тон вежливый, спокойный, без оборонительной позиции
- Ответ короткий и по делу, без сложных формулировок
- Нет медицинских подробностей, диагнозов и личных данных пациента
- Текст адаптирован под конкретный отзыв, а не просто скопирован из шаблона.
- В спорных и рискованных случаях ответ согласован с врачом / руководителем.

ДЛЯ НЕГАТИВНЫХ ОТЗЫВОВ ДОПОЛНИТЕЛЬНО:

- ☒ Есть благодарность за сигнал
- ☒ Есть извинение за негативный опыт
- ☒ Есть предложение связаться лично
- ☒ Указаны контакты для связи

ИНСТРУКЦИЯ УНИВЕРСАЛЬНА ДЛЯ ЛЮБОЙ ЧАСТНОЙ СТОМАТОЛОГИИ

Эта инструкция применима для любой частной стоматологической клиники.

Достаточно адаптировать под свой бренд:

СПИСОК ПЛОЩАДОК

Скорректируйте перечень площадок под те, где реально представлена ваша клиника

КОНТАКТЫ

Подставьте актуальные телефоны, мессенджеры и e-mail вашей клиники.

ШАБЛОННЫЕ ФРАЗЫ

Адаптируйте конкретные шаблонные фразы под стиль общения и tone of voice вашего бренда.

Системная работа с отзывами — это не просто репутация.

Это инструмент роста, доверия пациентов и улучшения качества сервиса клиники.